



Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (šesti senat)

z dne 18. oktobra 2012 *

„Direktiva 2005/29/ES — Nepoštene poslovne prakse — Praksa, po kateri se potrošnika obvesti o tem, da je dobil nagrado, in ki ga zavezuje k temu, da za to, da bi prejel navedeno nagrado, nosi kakršnekoli stroške“

V zadevi C-428/11,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki ga je vložilo Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Združeno kraljestvo) z odločbo z dne 2. avgusta 2011, ki je prispela na Sodišče 16. avgusta 2011, v postopku

Purely Creative Ltd,

Strike Lucky Games Ltd,

Winners Club Ltd,

McIntyre & Dodd Marketing Ltd,

Dodd Marketing Ltd,

Adrian Williams,

Wendy Ruck,

Catherine Cummings,

Peter Henry

proti

Office of Fair Trading,

SODIŠČE (šesti senat),

v sestavi A. Rosas (poročevalec), v funkciji predsednika šestega senata, U. Lõhmus in A. Ó Caoimh, sodniki,

generalni pravobranilec: P. Mengozzi,

sodna tajnica: L. Hewlett, glavna administratorica,

* Jezik postopka: angleščina.

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 28. junija 2012,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

- za Purely Creative Ltd in druge K. de Haan, QC, in N. Tillott, solicitor,
- za vlado Združenega kraljestva S. Ossowski in E. Jenkinson, zastopnika, skupaj z J. Simor, barrister,
- za špansko vlado A. Rubio González, zastopnik,
- za italijansko vlado G. Palmieri, zastopnica, skupaj z W. Ferrante, avvocato dello Stato,
- za avstrijsko vlado C. Pesendorfer, zastopnica,
- za Evropsko komisijo J. Samnadda, M. van Beek in M. Owsiany-Hornung, zastopniki,

na podlagi sklepa, sprejetega po opredelitvi generalnega pravobranilca, da bo v zadevi razsojeno brez sklepnih predlogov,

izreka naslednjo

Sodbo

- 1 Predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago točke 31 Priloge I k Direktivi Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) (UL L 149, str. 22).
- 2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med petimi podjetji, specializiranimi za posredovanje sporočil, in več osebami, ki so delale v teh podjetjih (v nadaljevanju: trgovci), na eni strani in Office of Fair Trading (v nadaljevanju: OFT), ki skrbi za uporabo predpisov, ki urejajo varstvo potrošnikov, glede praks, ki jih izvajajo trgovci.

Pravni okvir

Pravo Unije

- 3 V uvodnih izjavah 6, 8 in od 16 do 19 Direktive o nepoštenih poslovnih praksah je navedeno:
„(6) Ta direktiva [...] približuje zakonodaje držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, vključno z nepoštenim oglaševanjem, ki neposredno škodujejo ekonomskim interesom potrošnikov in na ta način posredno ekonomskim interesom zakonitih konkurentov. [...]
[...]
(8) Ta direktiva neposredno ščiti ekonomske interese potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami podjetij v razmerju do potrošnikov. [...]
[...]

- (16) Določbe o agresivnih poslovnih praksah morajo zajemati prakse, ki bistveno zmanjšujejo potrošnikovo svobodo izbire. To so prakse nadlegovanja, prisile, vključno z uporabo sile, in nedopustnega vplivanja.
- (17) Zaželeno je, da se za zagotovitev večje pravne varnosti opredelijo poslovne prakse, ki veljajo v vseh okoliščinah za nepošteno. Priloga I vsebuje torej izčrpen seznam vseh takšnih praks. To so edine poslovne prakse, ki lahko veljajo za nepošteno, ne da bi bila potrebna ocena posameznih primerov na podlagi določb iz členov [od] 5 do 9. Seznam se lahko spremeni le s pregledom Direktive.
- (18) Pred nepoštenimi poslovnimi praksami je primerno varovati vse potrošnike; [...] V skladu z načelom sorazmernosti in z namenom omogočiti dejansko uporabo v njej zajetih varovalnih ukrepov ta direktiva kot merilo postavlja povprečnega potrošnika, ki je razumno obveščen, pozoren in pazljiv, in ob upoštevanju družbenih, kulturnih in jezikovnih dejavnikov, v skladu z razlago Sodišča, hkrati pa vsebuje določbe za preprečevanje izkoriščanja potrošnikov, ki imajo značilnosti, zaradi katerih so še posebej dovzetni za nepošteno komercialne prakse. Če je poslovna praksa posebej usmerjena na določeno skupino potrošnikov, na primer na otroke, je zaželeno, da se učinek poslovne prakse oceni z vidika povprečnega predstavnika navedene skupine. [...] Test [Pojem] povprečnega potrošnika ni statističen [pojem]. Nacionalna sodišča in organi se bodo morali pri opredelitvi tipične reakcije povprečnega potrošnika v danem primeru zanašati na lastno sposobnost za razsojanje, ob upoštevanju sodne prakse Sodišča.
- (19) Če so potrošniki zaradi nekaterih značilnosti, na primer starosti, telesne ali duševne hibe ali lahkovernosti, še posebej dovzetni za določeno poslovno prakso ali za izdelek, na katerega se slednja nanaša, in če bi takšna praksa lahko povzročila izkrivljanje ekonomskega ravnanja samo teh potrošnikov na način, ki ga trgovec lahko razumno predvidi, je primerno, da se zagotovi ustrezno varstvo teh potrošnikov z oceno prakse z vidika povprečnega člana navedene skupine.“

4 Člen 1 te direktive določa:

„Namen te direktive je prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga in doseči visoko raven varstva potrošnikov s približevanjem zakonov in drugih predpisov držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, ki škodijo ekonomskim interesom potrošnikov.“

5 V členu 2(e) navedene direktive je ta opredelitev:

„bistveno izkrivljati ekonomsko obnašanje potrošnikov“ pomeni uporabiti poslovno prakso z namenom znatno zmanjšati potrošnikovo sposobnost sprejeti odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev in tako povzročiti, da potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel;“

6 Člen 5 iste direktive, naslovljen „Prepoved nepoštenih poslovnih praks“, določa:

„1. Nepošteno poslovne prakse so prepovedane.

2. Poslovna praksa je nepoštena, če:

(a) nasprotuje zahtevam poklicne skrbnosti

in

(b) v zvezi z izdelkom bistveno izkrivlja ali bi lahko izkrivljala ekonomsko obnašanje povprečnega potrošnika, ki ga izdelek doseže ali je nanj usmerjen, ali obnašanje povprečnega člana skupine, če je poslovna praksa usmerjena na določeno skupino potrošnikov.

[...]

4. Zlasti so nepoštene tiste poslovne prakse, ki so:

(a) zavajajoče, kakor je določeno v členih 6 in 7,

ali

(b) agresivne, kakor je določeno v členih 8 in 9.

5. Priloga I vsebuje seznam poslovnih praks, ki se v vseh okoliščinah štejejo za nepoštene. V vseh državah članicah se uporablja isti enotni seznam, ki se lahko spremeni samo s pregledom te direktive.“

7 Člen 8 Direktive o nepoštenih poslovnih praksah, naslovljen „Agresivne poslovne prakse“, določa:

„Poslovna praksa se šteje za agresivno, če v konkretnem primeru ob upoštevanju vseh značilnosti in okoliščin z nadlegovanjem, prisilo, vključno z uporabo sile, ali nedopustnim vplivanjem bistveno zmanjša ali bi utegnila bistveno zmanjšati svobodo izbire ali ravnanja povprečnega potrošnika v zvezi z izdelkom ter s tem povzroči ali bi utegnila povzročiti, da sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.“

8 Priloga I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah vsebuje seznam 31 točk, v katerih so opisane prakse, ki se v vseh okoliščinah štejejo za nepoštene. Prakse, opisane v točkah od 1 do 23 te priloge, so pod naslovom „Zavajajoče poslovne prakse“, prakse, opisane v točkah od 24 do 31 te priloge, pa so pod naslovom „Agresivne poslovne prakse“.

9 Točka 20 navedene priloge določa:

„Izdelke označiti kot ‚gratis‘, ‚zastonj‘, ‚brezplačno‘ ali podobno, če mora potrošnik plačati kakršen koli znesek poleg neizogibnih stroškov, nastalih, ker se je odzval na poslovno prakso, in stroškov zaradi prejema ali plačila za dostavo izdelka.“

10 Točka 31 navedene priloge določa:

„Ustvariti lažen vtis, da je potrošnik tudi brez nakupa že dobil, bo dobil ali bo na podlagi določenega dejanja dobil nagrado ali drugo ugodnost, čeprav v resnici:

— nagrada ali druga ugodnost ne obstaja

ali

— dejanje, na podlagi katerega je mogoče zahtevati nagrado ali drugo ugodnost, vključuje plačilo s strani potrošnika ali izpostavljanje potrošnika stroškom.“

Nacionalno pravo

11 Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah je bila prenesena z uredbo o varstvu potrošnikov pred nepoštenim trgovanjem iz leta 2008 (Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 1277/2008, v nadaljevanju: uredba)). Pravilo 3 uredbe prepoveduje nepoštene prakse. Njeno pravilo 5 prepoveduje zavajajoča dejanja, njeno pravilo 6 pa zavajajoče opustitve.

- 12 Priloga I k uredbi ustreza Prilogi I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah. Vendar ne vsebuje naslovov, ki so v zadnji prilogi. Točka 31 Priloge I k uredbi z istimi izrazi povzema točko 31 Priloge I k navedeni direktivi.

Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

- 13 Po dolgem postopku posvetovanj in pogajanj med OFT in trgovci, da bi se doseglo zavezo zadnjih, da bodo spoštovali nekatera pravila na področju oglaševanja, je OFT sprožil postopek pred High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Companies Court) za izdajo odredbe, s katero bi bilo trgovcem odrejeno prenehanje distribuiranja promocijskih tiskovin, podobnih petim specifičnim vrstam tiskovin, ki so bile opravljene leta 2008 in so bile v spisih, predloženih navedenemu sodišču, oštevilčene z od 5 do 9. OFT je zatrjeval, da so te promocijske tiskovine prepovedane, saj pomenijo „nepoštene poslovne prakse“ v skladu s členom 3 uredbe zato, ker so (a) kršile člen 31(b) priloge 1 k tej uredbi; (b) vključevale zavajajoča dejanja v smislu člena 5 uredbe in zavajajoče opustitve v skladu s členom 6 navedene uredbe.

- 14 Navedene promocijske tiskovine vključujejo posamično naslovljena pisma, srečke s premazom in druga sporočila, vložena v časopise in revije. Čeprav se v podrobnostih razlikujejo, imajo številne skupne značilnosti, ki jih je predložitveno sodišče, to je Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division), opisalo tako:

- Potrošnik je obveščen, da ima pravico zahtevati enega od različnih dobitkov ali nagrad, ki so lahko precejšnje vrednosti ali pa vredne največ nekaj funtov in se v postopku omenjajo kot „najštevilčnejše nagrade“. Poleg tega obstajajo številni dobitki, katerih vrednosti so bile med tema dvema skrajnostma. Ni bilo sporno, da so bili zadevni nagradni dobitki v resnici na voljo zadevnim potrošnikom;
- Da bi ugotovil, kaj ima pravico zahtevati in da bi dobil številko zahtevka, je potrošnik, razen pri promocijski tiskovini 8, lahko:
 - poklical komercialno telefonsko številko;
 - uporabil povratno besedilno sporočilo; ali
 - prejel informacije z navadno pošto.

Poštna metoda je bila manj poudarjena kot klic komercialne telefonske številke, posledica česar je bila, da so potrošnike spodbujali, naj uporabijo metodo, ki je bila dražja od poštne. V zvezi s promocijsko tiskovino 5 je bilo ugotovljeno, da se je najmanj 80 % sodelujočih potrošnikov odzvalo po telefonu ali z besedilnim sporočilom. V zvezi s tem za druge promocijske tiskovine ni bilo posebnih ugotovitev. Telefonska številka je bila komercialna telefonska številka. Potrošnik je bil obveščen o ceni na minuto in maksimalnem trajanju klica.

- Potrošnik ni bil obveščen:
 - da je najkrajši čas, v katerem lahko dobi informacije, ki so potrebne, da zahteva najštevilnejšo nagrado, le nekaj sekund krajši od maksimalnega trajanja klica;
 - da je promotor vzel 1,21 GBP od cene na minuto, ki je znašala 1,50 GBP.
- V nekaterih primerih je potrošnik moral plačati dodaten znesek, ki je bil naveden kot strošek pošiljke in zavarovanja, promotor pa je uporabil del tega zneska za financiranje stroška nabave zahtevanega predmeta.

- Več kot 99 % ljudi, ki so zahtevali nagrado, je imelo pravico do najštevilčnejše nagrade, ki je bila enaka ali je predstavljala znaten delež vrednosti, ki so jo že plačali s stroški telefonskega pogovora/besedilnega sporočila in/ali stroškov, za katere je bilo navedeno, da vključujejo stroške pošiljke in zavarovanja.
- 15 Na primer, glede promocijske tiskovine 5 je iz točk 87 in 90 odločbe High Court razvidno, da je moral potrošnik za to, da bi prejel domnevno švicarsko uro, izdelano na Japonskem, plačati 18 GBP (8,95 GBP za telefon, 8,5 GBP za zavarovanje in poštnino ter strošek dveh kuvert in dveh poštnih znamk). Če je potrošnik izbral poštno pošiljko, je bil njegov strošek 9,5 GBP. Če je uporabil telefon, je trgovec prejel skupno 15,71 GBP (7,21 GBP za telefon in 8,5 GBP za zavarovanje in poštnino), medtem ko so bili njegovi stroški 9,36 GBP.
- 16 Promocijski tiskovini 6 in 8 se nanašata na križarjenja. Kot je razvidno iz točk od 171 do 173 odločbe High Court, je potrošnik, ki je bil med 356.578 osebami, ki so zadele križarjenje po Sredozemskem morju za štiri osebe, lahko svojo nagrado zahteval tako, da je izpolnil obrazec in plačal 14,95 GBP za zavarovanje in poštnino. Potem je prejel bon, katerega lastna cena za trgovca je bila 0,35 GBP. Z branjem drobnega tiska na tem bonu je lahko uvidel, da je križarjenje trajalo tri dni po Korziki (Francija) in Sardiniji (Italija) iz nedoločenega pristanišča v Toskani (Italija) in na nedoločene dni. Navedeni bon je omogočal upravičenost do prevoza iz Anglije do kraja odhoda križarjenja in povratno potovanje za ceno 159 GBP. Za eno- ali dvoposteljno kabino (ne pa za štiriposteljno) je bilo treba doplačati. Potrošnik je moral poravnati stroške hrane, pijače in pristaniških taks. Po navedbah High Court sta morala dva para za udeležbo na tem križarjenju plačati 1 596 GBP ali 399 GBP na osebo.
- 17 Kot so trgovci pojasnili v stališčih, ki so jih predložili Sodišču, so zanje pomembne posodobljene baze podatkov udeležencev, ki bi se lahko odzvali na promocijske tiskovine, ki vključujejo nagrade, saj bi se ti podatki lahko uporabili za ponujanje drugih upoštevnihih proizvodov potrošnikom ali bi jih bilo mogoče prenesti na druge družbe, ki želijo ponujati svoje proizvode.
- 18 High Court je menilo, da so zadevne promocijske tiskovine vključevale nepošteno poslovne prakse vsekakor v manjšem obsegu, kot ga je zatrjeval OFT.
- 19 To sodišče je v odločbi navedlo, da je praksa, opisana v točki 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, pod naslovom „Agresivne poslovne prakse“, in ne pod naslovom „Zavajajoče poslovne prakse“, vendar je poudarilo, da teh naslovov ni v Prilogi I k uredbi. V točki 47 navedene odločbe pa je High Court menilo, da so značilnosti zavajanja poslovne transakcije bistvo prepovedi, določene v točki 31 Priloge I k navedeni direktivi. Sprejelo je trditev, da se ta točka 31 ne uporabi, če je zahtevano plačilo v neznatnem znesku (ki ustreza nakupu poštne znamke ali strošku običajnega telefonskega klica), če noben del tega zneska ni v korist zadevnega trgovca in če je to plačilo zanemarljivo v primerjavi z vrednostjo dobljene nagrade.
- 20 High Court je v skladu s svojimi pristojnostmi sprejelo sklep z obvezami trgovcev. Ti so se na podlagi točke 1 tega sklepa zavezali, da ne bodo „ustvarjali lažnega vtisa, da je potrošnik že dobil, bo dobil, ali bo na podlagi določenega dejanja dobil nagrado ali drugo enakovredno ugodnost, čeprav je v resnici pogoj za vsa dejanja, ki jih priporoča tožena stranka glede prevzema nagrade ali druge enakovredne ugodnosti ta, da potrošnik izvede plačilo ali je izpostavljen stroškom, ki pomenijo:
- (a) znaten delež stroškov na enoto, ki jih ima tožena stranka, da potrošniku zagotovi predmet, ki je naveden kot nagrada ali druga enakovredna ugodnost; ali
 - (b) v primeru stroškov, navedenih za pošiljko in zavarovanje, ki ga tožena stranka uporabi za financiranje celote ali dela svojih stroškov nabave, manipulativnih ali drugih stroškov za zagotavljanje tega predmeta, razen dejanskih stroškov njegove pošiljke potrošniku in stroškov zavarovanja (če obstajajo) med prevozom.“

- 21 Trgovci so zoper sklep High Court vložili pritožbo na Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division), s katero so zahtevali, naj se odstavek 1 tega sklepa spremeni tako, da se izbriše navedena točka 1(a) ali, kot alternativa, da se nadomesti z besedilom:

„(a) znaten delež verjetnih stroškov, ki bi jih imel povprečen potrošnik za nakup predmeta, navedenega kot nagrada ali druga enakovredna ugodnost“.

- 22 OFT je vložil nasprotno pritožbo prav tako glede določb točke 1(a) sklepa, s katero je predlagal, naj se njena vsebina nadomesti z besedilom:

„Ustvariti vtis, da je potrošnik že dobil, bo dobil ali bo na podlagi določenega dejanja dobil nagrado ali enakovredno ugodnost, če mora potrošnik v resnici za vsako dejanje, ki ga navajajo tožene stranke v zvezi z zahtevanjem nagrade ali druge enakovredne ugodnosti izvesti plačilo ali [biti izpostavljen stroškom]“ oziroma „[biti izpostavljen čemur koli drugemu razen minimalnim stroškom].“

- 23 Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) meni, da je potrebna pravilna razlaga točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, saj se predpisi držav članic o prenosu te določbe razlikujejo. Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) je torej odločilo, da prekine odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predloži ta vprašanja:

- „1. Ali prepovedana praksa iz točke 31 Priloge 1 k Direktivi [o nepoštenih poslovnih praksah] prepoveduje trgovcem obveščati potrošnike, da so dobili nagrado ali enakovredno ugodnost, če je v resnici potrošnik vabljen, da nosi stroške, vključno z minimalnimi stroški, v zvezi s prevzemom nagrade ali enakovredne ugodnosti?
2. Ali je kršena točka 31 Priloge 1 [k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah], če trgovec ponudi potrošniku več različnih metod za prevzem nagrade ali enakovredne ugodnosti in ima potrošnik v zvezi s katero koli metodo prevzema nagrade stroške, vključno z minimalnimi stroški?
3. Kako naj nacionalno sodišče, če točka 31 Priloge 1 [k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah] ni kršena, ko metoda prevzema nagrade za potrošnika pomeni le minimalne stroške, ugotovi, da gre za minimalne stroške? Še posebej, ali so ti stroški sploh potrebni:
 - (a) da promotor opredeli potrošnika kot dobitnika nagrade, in/ali
 - (b) da potrošnik prevzame nagrado, in/ali
 - (c) da potrošnik doživi izkušnjo, ki je opisana kot nagrada?
4. Ali uporaba besed ‚lažen vtis‘ v točki 31 [Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah] nalaga dodatno zahtevo poleg tiste, da potrošnik opravi plačilo ali nosi stroške v zvezi s prevzemom nagrade, da bi nacionalno sodišče lahko ugotovilo kršitev določb [navedene] točke 31?
5. Če je tako, kako naj nacionalno sodišče ugotovi, ali je bil tak ‚lažen vtis‘ ustvarjen? Še zlasti, ali mora nacionalno sodišče upoštevati relativno vrednost nagrade v primerjavi s stroški prevzema nagrade, ko odloča, ali je bil ‚lažen vtis‘ ustvarjen? Če je tako, ali naj se ‚relativna vrednost‘ oceni z navedbo:
 - (a) stroškov na enoto, ki jih ima promotor z nabavo nagrade; ali
 - (b) stroškov na enoto, ki jih ima promotor z zagotovitvijo nagrade potrošniku; ali

- (c) vrednosti, ki jo potrošnik lahko pripiše nagradi z navedbo ocene „tržne vrednosti“ enakovrednega predmeta za nakup?“

Vprašanja za predhodno odločanje

- 24 Predložitveno sodišče z vprašanji prosi za razlago točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, še posebej izraza „lažen vtis“ in druge alineje te točke, da bi ugotovilo, ali ta določba prepoveduje naložitev stroška, četudi minimalnega, potrošniku, ki je bil obveščen, da je dobil nagrado.
- 25 Kar zadeva besedilo navedene določbe, je treba ugotoviti, da ga sestavljata dva nasprotna elementa, ločena z izrazi „čeprav v resnici“. V prvem delu te točke 31, in sicer „[u]stvariti lažen vtis, da je potrošnik tudi brez nakupa že dobil, bo dobil ali bo na podlagi določenega dejanja dobil nagrado ali drugo ugodnost“, so opisani trije lažni vtisi, ki se lahko ustvarijo pri potrošniku glede nagrade ali ugodnosti. V drugem delu navedene točke sta opisani dve različni dejanski okoliščini. Prva je ta, pri kateri ni niti nagrade niti enakovredne ugodnosti, medtem ko je druga ta, pri kateri obstaja nagrada ali druga ugodnost, vendar mora potrošnik pri tem opraviti dejanje, ki vključuje obveznost plačila denarja ali izpostavljanje stroškom.
- 26 Struktura stavka, ki sestavlja točko 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, kaže na to, da dejanski okoliščini, opisani v drugem delu te točke, pojasnjujeta njen prvi del. Drugače povedano, lažni vtis se ustvari, kadar obstajajo elementi ene ali druge okoliščine, opisane v navedenem drugem delu.
- 27 Vendar trgovci vztrajajo pri tem, da je „lažni vtis“ element, ki je drugačen od okoliščin, opisanih v drugem delu te točke 31, čeprav naj ne bi šlo za nepošteno prakso, kadar je potrošnik dovolj obveščen o strošku, ki se zahteva za zahtevanje nagrade. Trdijo, da je izraz „lažni vtis“ Evropski parlament uvedel ob drugi obravnavi predloga direktive in da ta dodatek sozakonodajalca potrjuje razlago, v skladu s katero je „lažni vtis“ sestavni del nepoštenih praks, ločen od okoliščin, ki so opisane v obeh alineah navedene točke 31.
- 28 Vendar je iz strukture stavka, ki je bil analiziran v točki 26 te sodbe, razvidno, da „lažnega vtisa“ ni mogoče šteti za element, ki je ločen od obeh okoliščin, opisanih v drugem delu točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah. Poleg tega, čeprav se ne izpodbija, da je Parlament tisti, ki je v besedilo navedene direktive uvedel izraz „lažni vtis“, je treba navesti, da sprememba, ki jo je uvedel – kot je razvidno iz priporočila za drugo obravnavo z dne 7. februarja 2005 o skupnem stališču Sveta glede sprejetja Direktive Evropskega parlamenta in Sveta o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) (A6-0027/2005 final) – vsebuje ne le ta dodaten izraz, ampak tudi dodatne okoliščine, opisane v dveh alineah navedene točke 31. Analiza sprememb, ki jih je uvedel Parlament, torej potrjuje razlago, navedeno v točki 26 te sodbe, da okoliščine, opisane v teh alineah, pojasnjujejo izraz „lažni vtis“ in da ta ne pomeni nepoštenih praks, ki ni odvisna od navedenih okoliščin.
- 29 Kot je pravilno poudarila Evropska komisija, izraz „lažni“ nikakor ni nepogrešljiv za razumevanje točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, ampak le okrepi zadevni stavek. Prepovedana praksa namreč pomeni dejanje dajanja enega od vtisov iz prvega dela te točke, čeprav – kot je navedeno v drugem delu te točke – ti vtisi niso resnični.
- 30 Kar podrobneje zadeva drugo alinejo točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, je treba ugotoviti, da v skladu z besedilom te določbe nepoštena praksa pomeni dejstvo, da se od potrošnika zahteva plačilo denarja ali izpostavljanje stroškom, kadar opravlja dejanje glede zahteve tega, kar pomeni nagrado ali drugo enakovredno ugodnost. To besedilo ne določa nobene izjeme,

čeprav se za izraz „izpostavljanje stroškom“ ne zdi, da je na njegovi podlagi dovoljeno, da potrošnik nosi vsak najmanjši strošek, pa naj gre za minimalen strošek v primerjavi z vrednostjo nagrade ali strošek, ki trgovcu ne zagotavlja nobene ugodnosti, kot je strošek poštna znamke.

- 31 Vsebina izraza „dejanje, na podlagi katerega je mogoče zahtevati nagrado“ je manj natančna in torej lahko pokriva med drugim vsak korak, s katerim se potrošnik seznani z vrsto njegove nagrade ali jo želi pridobiti.
- 32 Trgovci izpostavljajo izraz „na podlagi določenega dejanja“ in iz njega sklepajo na neobstoj nepoštenih praks, kadar potrošnik lahko izbere med več možnostmi, od katerih je ena cenejša ali brez stroškov, da bi zahteval nagrado.
- 33 Vendar je treba navesti, da je izraz „na podlagi določenega dejanja“ v prvem delu točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, da se nanaša na primer, v katerem se ustvari vtis prihodnjega dobitka nagrade, če se opravi določeno dejanje, na primer nakup proizvodov, predlaganih v katalogu, in zato ni upošteven za razlago druge alineje navedene točke 31, ki se nanaša na dejanja, na podlagi katerih se zahteva nagrada, ki je bila potrošniku predstavljena, kot da jo je že dobil.
- 34 Poleg tega ob upoštevanju tega, da je prepoved nalaganja stroškov absolutna, to, da je predlaganih več možnosti, ne more izbrisati značilnosti nepoštenosti prakse, če nekatere od predlaganih možnosti od potrošnika zahtevajo, da nosi strošek, čeprav je ta minimalen v primerjavi z vrednostjo nagrade.
- 35 Dobesedna razlaga točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah je potrjena z analizo njenega sobesedila.
- 36 Tako je treba poudariti, da je ta določba v Prilogi I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, ki – kot je natančno navedeno v njenem členu 5(5) – vsebuje seznam poslovnih praks, ki se v vseh okoliščinah štejejo za nepošteno. Ta element potrjuje razlago, po kateri ne sme biti potrebna nobena presoja za to, da se preveri obstoj zavajajočega namena ali zavajajočih značilnosti, ki so drugačne od okoliščin, opisanih v dveh alinejah drugega dela navedene točke 31, ali pa tega, da je strošek minimalen.
- 37 Poleg tega je ta točka 31 pod naslovom „Agresivne poslovne prakse“ iz Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, kar izključuje vsakršno upoštevnost zavajajočih značilnosti poslovne prakse. Kot je razvidno iz člena 8 navedene direktive, je namreč agresivna praksa praksa, ki zaradi svojih značilnosti povzroči ali bi utegnila povzročiti, da potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.
- 38 Kot sta poudarili med drugim vlada Združenega kraljestva in italijanska vlada, zadevna praksa iz točke 31, druga alineja, Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah izkorišča psihološki učinek, ki ga povzroči objava dobitka nagrade zato, da potrošnika napelje/izzove k izbiri, ki ni vedno racionalna, kot je poklicati komercialno telefonsko številko za seznanitev z vrsto nagrade, drago potovati za pridobitev posodja majhne vrednosti ali plačati stroške dostave knjige, ki jo že ima.
- 39 V zvezi s tem ni pomembno, da ima nagrada veliko vrednost v primerjavi s stroški, ki so potrebni za njeno pridobitev. Trgovci so pred Sodiščem večkrat navedli primer nagrade, ki je luksuzen avto, ki pa ga mora potrošnik prevzeti v državi izdelave po tem, ko nase prevzame stroške registracije ali zavarovanja.
- 40 Vendar je treba navesti, da tak primer ni reprezentativen, kar zadeva nagrade, ki so na splošno ponujene potrošnikom. V vsakem primeru, kot je poudarila vlada Združenega kraljestva, javnost, na katero so usmerjene zadevne prakse, nima nujno finančnih zmožnosti za prevzem takih stroškov, celo s sklenitvijo posojila. Končno, prepoved trgovcem, da potrošnikom naložijo majhne stroške, ne bi onemogočila organizacije takih promocijskih akcij. Trgovec bi lahko namreč določil geografsko omejitev, kar zadeva udeležbo v nagradni igri ali promocijski akciji, da bi omejil stroške, ki jih mora

nositi in ki so povezani s potovanjem potrošnika in formalnostmi, potrebnimi za to, da slednji nagrado prevzame. Trгоvec bi lahko ob določitvi vrednosti nagrade, ki naj se razdeli, tudi upošteval komunikacijske stroške in stroške dostave, ki bi jih moral nositi.

- 41 Dejstvo, da naslovi iz Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah niso prevzeti v nacionalno zakonodajo, ne more biti upoštevno za razlago te direktive. Enako velja za razlike, ugotovljene med različnimi nacionalnimi zakoni, s katerimi se izvaja navedena direktiva in na katere se sklicujejo trgovci. Nasprotno, treba je opozoriti, da mora nacionalno sodišče nacionalno zakonodajo pri njeni uporabi razložiti ter je zavezano to razlago čim bolj približati besedilu in namenu Direktive o nepoštenih poslovnih praksah, da doseže cilj, ki mu sledi direktiva, in tako izpolniti obveznosti iz člena 288(3) PDEU (glej v tem smislu sodbe z dne 13. novembra 1990 v zadevi Marleasing, C-106/89, Recueil, str. I-4135, točka 8; z dne 5. oktobra 2004 v združenih zadevah Pfeiffer in drugi, od C-397/01 do C-403/01, ZOdl., str. I-8835, točka 113, in z dne 28. julija 2011 v zadevi Samba Diouf, C-69/10, ZOdl., str. I-7151, točka 60).
- 42 Kot je pravilno trdila vlada Združenega kraljestva, je razlago točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah mogoče pojasniti z besedilom točke 20 navedene priloge. Ta določba predvideva, da zavajajoča praksa pomeni to, da se izdelek označi kot "gratis", "zastonj", "brezplačno" ali podobno, če mora potrošnik plačati kakršen koli znesek poleg neizogibnih stroškov, nastalih, ker se je odzval na poslovno prakso, in stroškov zaradi prejema ali plačila za dostavo izdelka. Navedena točka 31 ne vsebuje podobne formulacije, kar potrjuje razlago, v skladu s katero je prepoved, da se potrošniku naloži celo majhen strošek, absolutna, naj gre za strošek poštna znamke ali običajnega telefonskega pogovora.
- 43 Cilji Direktive o nepoštenih poslovnih praksah potrjujejo dobesedno razlago točke 31 iz njene Priloge I.
- 44 Člen 1 navedene direktive določa, da je njen namen prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga in doseči visoko raven varstva potrošnikov (sodba z dne 23. aprila 2009 v združenih zadevah VTB-VAB in Galatea, C-261/07 in C-299/07, ZOdl., str. I-2949, točka 51).
- 45 Kot je razvidno iz uvodnih izjav Direktive o nepoštenih poslovnih praksah in zlasti njene uvodne izjave 17, je pravna varnost bistven element za delovanje notranjega trga. Za dosego tega cilja je zakonodajalec v Prilogi I k tej direktivi zbral poslovne prakse, ki so v vseh okoliščinah nepoštena in ki zato ne potrebujejo ocene od primera do primera na podlagi določb členov od 5 do 9 te direktive.
- 46 Ta cilj ne bi bil dosežen, če bi se točka 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah razlagala tako, da vključuje element zavajanja, drugačen od okoliščin, opisanih v drugem delu navedene določbe. Dokaz obstoja tega elementa bi potreboval težke ocene, opravljene od primera do primera, katerim naj bi se izognilo prav z vključitvijo prakse v Prilogo I.
- 47 Ta cilj prav tako ne bi bil dosežen, če bi bilo trgovcem dovoljeno, da potrošnikom naložijo „minimalne stroške“ v primerjavi z vrednostjo nagrade. To bi namreč zahtevalo določitev metod za oceno stroškov in nagrad in potrebovalo tudi take ocene.
- 48 Cilj zagotavljanja visoke ravni varstva potrošnikov potrjuje tudi razlaga točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah, v skladu s katero potrošniku, ki je dobil nagrado, ni mogoče naložiti nobenega stroška.
- 49 Kot je trdila zlasti vlada Združenega kraljestva in kot je bilo opozorjeno v točki 38 te sodbe, se praksa iz točke 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah v skladu z njo šteje za agresivno, saj se z namigovanjem na nagrado izkorišča psihološki učinek, ustvarjen pri potrošniku z možnostjo za dobiček, in se potrošnika napeljuje na to, da sprejme odločitev, ki ni vedno racionalna in ki je drugače

ne bi sprejel. Zaradi varstva potrošnika je zato treba ohraniti neokrnjenost pojma „nagrada“ s tem, da se točko 31 Priloge I k navedeni direktivi razlaga tako, da nagrade, za katero mora potrošnik opraviti kakršnokoli plačilo, ni mogoče opredeliti za „nagrado“.

- 50 Ta cilj potrjuje razlago, v skladu s katero ni mogoče sprejeti, da je mogoče dejanja v zvezi z zahtevanjem nagrade opraviti po več metodah, ki jih potrošniku predlaga trgovec in od katerih naj bi bila vsaj ena gratis. Prav možnost, da prevzame nagrado, je to, kar vpliva na potrošnika in ki ga lahko napelje k sprejetju odločitve, ki je drugače ne bi sprejel, kot je izbira najhitrejših metode za seznanitev z nagrado, ki jo je dobil, čeprav ta nagrada lahko povzroči največje stroške.
- 51 Trgovci so trdili, da bi morala ustrezna informacija potrošniku, kar zadeva vrsto nagrade in pogoje za njen prevzem, omogočati, da se praksa, ki se ji sledi, ne šteje za nepošteno. V zvezi s tem je treba razlikovati med tem, kar sestavlja nagrado, in tem, kar sestavlja njen prevzem. Čeprav je opis nagrade za potrošnika zavezujoč, točka 31 Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah prepoveduje, da dejanja, na podlagi katerih je mogoče zahtevati nagrado ali drugo ugodnost, vključujejo obveznost plačila s strani potrošnika ali izpostavljanja potrošnika stroškom.
- 52 Če povzamemo enega od primerov, citiranih na obravnavi, nagrada, opredeljena kot „vstopnica“ za določeno nogometno tekmo ne vključuje prevoza potrošnika od njegovega doma do nogometnega stadiona, kjer je tekma. Nasprotno, čeprav je nagrada sestavljena iz „udeležbe“ na tem športnem dogodku, brez druge natančnejše navedbe, je dolžnost trgovca, da prevzame stroške potovanja potrošnika.
- 53 Jasna in ustrezna informacija potrošniku je pomembna, če trgovec želi zagotoviti, da potrošnik lahko ugotovi, kaj je nagrada, ki jo je dobil, in presodi njeno vsebino. V zvezi s tem je treba opozoriti na to, da je v uvodni izjavi 18 Direktive o nepoštenih poslovnih praksah navedeno, da če je poslovna praksa posebej usmerjena na določeno skupino potrošnikov, je zaželeno, da se učinek poslovne prakse oceni z vidika povprečnega predstavnika navedene skupine. V skladu s to uvodno izjavo se morajo med drugim nacionalna sodišča pri opredelitvi tipične reakcije povprečnega potrošnika v danem primeru zanašati na lastno sposobnost za razsojanje.
- 54 Uvodna izjava 19 iste direktive vztraja pri pojmu skupine, še posebej dovzetne za določeno poslovno prakso, in pri potrebi po varstvu potrošnikov, ki so del te skupine, z oceno zadevne prakse z vidika njenega povprečnega člana. V členu 5(2)(b) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah je tako opredeljena nepoštenost prakse s sklicevanjem na posebno skupino potrošnikov, na katere je usmerjena ta praksa.
- 55 Kot vsaka druga informacija, ki jo trgovec zagotovi potrošniku, morajo tudi to, s katero je pojasnjena vsebina nagrade, preučiti in presoditi nacionalna sodišča ob upoštevanju uvodnih izjav 18 in 19 Direktive o nepoštenih poslovnih praksah ter njenega člana 5(2)(b). To se nanaša na razpoložljivost informacije in na njen medij, berljivost besedil, njihovo jasnost in na to, kako jo razume javnost, na katero je praksa usmerjena.
- 56 Kar zadeva zlasti prakso, opisano v točki 16 te sodbe, mora biti javnosti, na katero je usmerjena ponudba take nagrade, omogočeno, da se seznani med drugim z datumi križarjenj, kraji odhoda in prihoda ter pogoji nastanitve in prehrane. Dolžnost nacionalnih sodišč je, da preverijo, ali so zagotovljene informacije dovolj jasne in razumljive javnosti, na katero je praksa usmerjena, da povprečnemu potrošniku zadevne skupine omogoči sprejetje odločitve ob poznavanju zadeve.

57 Ob upoštevanju zgoraj navedenih preudarkov je treba na postavljena vprašanja odgovoriti:

- Točko 31, druga alineja, Priloge I k Direktivi o nepoštenih poslovnih praksah je treba razlagati tako, da prepoveduje agresivne prakse, s katerimi trgovci ustvarjajo lažen vtis, da je potrošnik že dobil nagrado, čeprav dejanje glede zahteve po tej nagradi, naj gre za zahtevo po informaciji v zvezi z vrsto navedene nagrade ali za njen prevzem, vključuje obveznost plačila s strani potrošnika ali izpostavljanja potrošnika kakršnimkoli stroškom.
- Ni pomembno, da je strošek, naložen potrošniku, kot je strošek poštna znamke, minimalen v primerjavi z vrednostjo nagrade ali da trgovcu ne zagotavlja nobene koristi.
- Prav tako ni pomembno, da je dejanja glede zahteve po nagradi mogoče opraviti po več metodah, ki jih trgovec predlaga potrošniku in od katerih naj bi bila vsaj ena gratis, ker več predlaganih metod predpostavlja, da potrošnik nosi strošek tega, da se informira v zvezi z nagrado ali podrobnimi pravili za njeno pridobitev.
- Naloga nacionalnih sodišč je, da presodijo informacije, zagotovljene potrošnikom, ob upoštevanju uvodnih izjav 18 in 19 Direktive o nepoštenih poslovnih praksah ter njenega člena 5(2)(b), torej ob upoštevanju jasnosti in razumljivosti teh informacij javnosti, na katero je usmerjena praksa, ki se ji sledi.

Stroški

58 Ker je ta postopek za stranke v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški, priglašeni za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (šesti senat) razsodilo:

Točko 31 Priloge I k Direktivi Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) je treba razlagati tako, da prepoveduje agresivne prakse, s katerimi trgovci, kot so zadevni iz postopka v glavni stvari, ustvarjajo lažen vtis, da je potrošnik že dobil nagrado, čeprav dejanje glede zahteve po tej nagradi, naj gre za zahtevo po informaciji v zvezi z vrsto navedene nagrade ali za njen prevzem, vključuje obveznost plačila s strani potrošnika ali izpostavljanja potrošnika kakršnimkoli stroškom.

Ni pomembno, da je strošek, naložen potrošniku, kot je strošek poštna znamke, minimalen v primerjavi z vrednostjo nagrade ali da trgovcu ne zagotavlja nobene koristi.

Prav tako ni pomembno, da je dejanja glede zahteve po nagradi mogoče opraviti po več metodah, ki jih trgovec predlaga potrošniku in od katerih naj bi bila vsaj ena gratis, ker več predlaganih metod predpostavlja, da potrošnik nosi strošek tega, da se informira v zvezi z nagrado ali podrobnimi pravili za njeno pridobitev.

Naloga nacionalnih sodišč je, da presodijo informacije, zagotovljene potrošnikom, ob upoštevanju uvodnih izjav 18 in 19 Direktive 2005/29 ter njenega člena 5(2)(b), torej ob upoštevanju jasnosti in razumljivosti teh informacij javnosti, na katero je usmerjena praksa, ki se ji sledi.

Podpisi