Zbirka odločb sodne prakse

SKLEPNI PREDLOGI GENERALNEGA PRAVOBRANILCA
EVGENIJA TANCHEVA,
predstavljeni 20. septembra 2018 [1]

Zadeva C-430/17

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG
proti
Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV

(Predlog za sprejetje predhodne odločbe,
ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija))

„Varstvo potrošnikov – Člena 6(1) in 8(4) Direktive 2011/83/EU – Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov – Področje uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 in sprememba obveznosti glede informacij za pogodbe, ki se sklenejo s pomočjo sredstva komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij – Prodajni prospekt s sklicem na spletno povezavo do podrobnosti glede pravice do odstopa od pogodbe – Obveznost zagotovitve vzorčnega odstopnega obrazca, ki je določen v členu 6(1)(h) in Prilogi I(B) k Direktivi 2011/83 – Člen 16 Listine in svoboda gospodarske pobude – Svoboda izražanja in obveščanja v okviru oglaševanja v skladu s členom 11 Listine“

I. Uvod

1. Ta zadeva se v bistvu nanaša na pomen, ki naj se pripiše besedni zvezi „sredstvo komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij“ iz člena 8(4) Direktive 2011/83/EU, [2] in s tem na okoliščine, v katerih so obveznosti iz člena 6(1) Direktive 2011/83 spremenjene, glede informacij, ki jih morajo trgovci zagotoviti potrošnikom, preden zadnje lahko zavezuje pogodba, sklenjena na daljavo, ali pogodba, sklenjena zunaj poslovnih prostorov.

2. Z Direktivo 2011/83 sta bili razveljavljeni in nadomeščeni Direktiva Sveta 85/577/EGS z dne 20. decembra 1985 za varstvo potrošnika v primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, [3] in Direktiva 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. maja 1997 o varstvu potrošnikov glede sklepanja pogodb pri prodaji na daljavo, [4] s čimer so bile pravice, ki jih varujeta ti direktivi,

1 Jezik izvirnika: angleščina.

2 Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/557/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL 2011, L 304, str. 64).

3 UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 1, str. 262.

4 UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 3, str. 319.

poenostavljene in posodobljene v okviru enotnega akta za maksimalno harmonizacijo.[5] Pri tem je nastal člen 8(4) Direktive 2011/83 in Sodišče je naprošeno, naj prvič razloži besedno zvezo „sredstvo komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij“, kot se uporablja za pogodbe, sklenjene na daljavo.

3. Natančneje, trgovec, ki je v revije vložil prodajne prospekte za vodoodporne plašče (z odstranljivo dopisnico za naročilo), trdi, da se ima pravico sklicevati na člen 8(4) Direktive 2011/83. Posledično naj bi trgovec moral potrošnike pred sklenitvijo pogodbe na daljavo o prodaji plaščev obvestiti le o tem, da imajo pravico do odstopa od pogodbe, in ne o podrobnostih, ki so določene v členu 6(1)(h) Direktive 2011/83. Tej razlagi člena 8(4) Direktive 2011/83 ugovarja Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs eV (združenje za boj proti nelojalni konkurenci) v Nemčiji, ki je v tej državi članici sprožilo pravno izpodbijanje, ki je predmet postopka v glavni stvari.

4. Če se trgovec lahko opira na člen 8(4) Direktive 2011/83, bo v postopku v glavni stvari obravnavano tudi vprašanje, ali mora trgovec podrobnosti o pravici do odstopa od pogodbe podati v samem prospektu ali pa zadostuje navedba spletnega naslova, na katerem je mogoče najti te informacije. Isto vprašanje se bo postavilo glede vzorčnega odstopnega obrazca iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83, ki je omenjen tudi v členih 6(1)(h) in 11(1) Direktive 2011/83.

II. Pravni okvir

A. EU law

1. Listina Evropske unije o temeljnih pravicah

5. Člen 11 Listine je naslovljen „Svoboda izražanja in obveščanja“. Odstavek 1 določa:

„Vsakdo ima pravico do svobodnega izražanja. Ta pravica vključuje svobodo mnenja ter sprejemanja in širjenja vesti ali idej brez vmešavanja javnih organov in ne glede na državne meje.“

6. Člen 16 Listine, naslovljen „Svoboda gospodarske pobude“, določa:

„Svoboda gospodarske pobude je priznana v skladu s pravom Unije ter nacionalnimi zakonodajami in običaji.“

7. Člen 38 Listine, naslovljen „Varstvo potrošnikov“, določa:

„Politike Unije zagotavljajo visoko raven varstva potrošnikov.“

5 Glej Weatherill, S., „The Consumer Rights Directive: how and why a quest for ‚coherence‘ has (largely) failed“, 49 (2012) *Common Market Law Review*, 1279, str. 1290. Vendar, kakor je navedeno v uvodni izjavi 2 Direktive 2011/83, je treba državam članicam dovoliti, da ohranijo ali sprejmejo nacionalna pravila za določene vidike. Direktiva 2011/83 vključuje tudi manjše spremembe Direktive Sveta 93/13/EGS z dne 5. aprila 1993 o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 2, str. 288) in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. maja 1999 o nekaterih vidikih prodaje potrošniškega blaga in z njim povezanih garancij (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 42, str. 223).

2. Direktiva 2011/83

8. Člen 1 Direktive 2011/83, naslovljen „Predmet urejanja“, določa:

„Namen te direktive je z doseganjem visoke ravni varstva potrošnikov prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga, in sicer s približevanjem nekaterih vidikov zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi s pogodbami, sklenjenimi med potrošniki in trgovci.“

9. Člen 6(1), od (a) do (h), Direktive 2011/83 določa:

„1. Preden pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ali kaka druga podobna ponudba, potrošnika zavezuje, trgovec potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi naslednje informacije:

(a) glavne značilnosti blaga ali storitev v obsegu, ki ustreza nosilcu podatkov in blagu ali storitvam;

(b) identiteto trgovca, kot na primer njegovo poslovno ime;

(c) fizični naslov sedeža podjetja trgovca, njegovo telefonsko številko, številko faksa in elektronski naslov, kadar so na voljo, da bi lahko potrošnik hitro stopil v stik s trgovcem in učinkovito komuniciral z njim, po potrebi pa tudi fizični naslov in identiteto trgovca, v imenu katerega deluje;

(d) fizični naslov sedeža podjetja trgovca, če se razlikuje od naslova, podanega v skladu s točko (c), in, kadar je to primerno, trgovca, v imenu katerega deluje, na katerega lahko potrošnik naslovi morebitne pritožbe;

(e) celotno ceno blaga ali storitev, vključno z davki, ali kadar je cena zaradi narave blaga ali storitev taka, da jo je nemogoče razumno izračunati vnaprej, način, na katerega se cena izračuna, po potrebi vključno z dodatnimi prevoznimi, dostavnimi ali poštnimi stroški in vsemi drugimi stroški, ali kadar teh stroškov ni mogoče razumno izračunati vnaprej, dejstvo, da bo take dodatne stroške morda treba plačati. V primeru pogodbe za nedoločen čas ali pogodbe, ki vsebuje naročnino, skupna cena vključuje skupne stroške za obračunsko obdobje. Kadar se takšne pogodbe zaračunavajo po nespremenljivi obrestni meri, skupna cena pomeni tudi skupne mesečne stroške. Kadar skupnih stroškov iz razumnih razlogov ni mogoče izračunati vnaprej, se navede način, na katerega se cena izračuna;

(f) stroške uporabe sredstev za komuniciranje na daljavo pri sklenitvi pogodbe, če ti stroški niso izračunani po osnovni tarifi;

(g) plačilne pogoje ter pogoje dostave in izvedbe, časovni rok, v katerem se trgovec zaveže, da bo dostavil blago ali opravil storitve, ter, kadar je to primerno, postopek pri trgovcu glede obravnavanja pritožb;

(h) kadar obstaja pravica do odstopa od pogodbe, pogoje, rok in postopke za uveljavljanje te pravice v skladu s členom 11(1) ter vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B)“.

10. Člen 8(1) in od (4) do (7) Direktive 2011/83 določa:

„1. Pri pogodbah, sklenjenih na daljavo, trgovec potrošniku na način, primeren za uporabljeno sredstvo za komuniciranje na daljavo, zagotovi ali da na voljo informacije iz člena 6(1), ki so napisane v preprostem in razumljivem jeziku. V kolikor so te informacije zagotovljene na trajnem nosilcu podatkov, morajo biti čitljive.

[…]

4. Če se pogodba sklene prek sredstva komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij, trgovec pred sklenitvijo take pogodbe na tem sredstvu zagotovi najmanj predpogodbene informacije v zvezi z glavnimi značilnostmi blaga ali storitev, identiteto trgovca, končno ceno, pravico do odstopa od pogodbe, trajanjem pogodbe, v primeru pogodbe za nedoločen čas pa tudi v zvezi s pogoji za odpoved pogodbe, v skladu s točkami (a), (b), (e), (h) in (o) člena 6(1). Trgovec potrošniku zagotovi druge informacije iz člena 6(1) na ustrezen način v skladu z odstavkom 1 tega člena.

5. Brez poseganja v odstavek 4 velja, da trgovec v primeru telefonskega komuniciranja s potrošnikom z namenom sklenitve pogodbe na daljavo na začetku pogovora potrošniku predstavi svojo identiteto, po potrebi pa tudi identiteto osebe, v imenu katere telefonira, in komercialni namen klica.

6. V primeru sklenitve pogodbe na daljavo preko telefonskega komuniciranja, lahko države članice določijo, da mora trgovec potrditi ponudbo potrošniku, ki pa je zanj zavezujoča šele po tem, ko jo podpiše ali zanjo pošlje svoje pisno soglasje. Države članice lahko tudi določijo, da morajo biti takšne potrditve posredovane na trajnem nosilcu podatkov.

7. Trgovec potrošniku zagotovi potrdilo o sklenjeni pogodbi na trajnem nosilcu podatkov, v razumnem času po sklenitvi pogodbe na daljavo in najpozneje ob dostavi blaga ali preden se začne izvajati storitev. To potrdilo vsebuje:

(a) vse informacije iz člena 6(1), razen če je trgovec potrošniku že zagotovil te informacije, predložene na trajnem nosilcu podatkov pred sklenitvijo pogodbe na daljavo, in

(b) potrošnikovo potrditev izrecnega predhodnega soglasja v skladu s točko (m) člena 16, kjer je to potrebno.“

11. Člen 11 Direktive 2011/83 je naslovljen „Uveljavljanje pravice do odstopa od pogodbe“. Člen 11(1) določa:

„Potrošnik pred iztekom odstopnega roka trgovca obvesti o svoji odločitvi, da odstopa od pogodbe. V ta namen lahko:

(a) uporabi vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) ali

(b) poda katero koli drugo nedvoumno izjavo, v kateri navede svojo odločitev o odstopu od pogodbe.

Države članice ne določijo nobenih drugih formalnih zahtev glede vzorčnega odstopnega obrazca, kot so tisti iz Priloge I(B).“

B. Nacionalna zakonodaja

12. Člen 355 Bürgerliches Gesetzbuch (civilni zakonik, v nadaljevanju: BGB) je naslovljen „Pravica do odstopa od pogodbe pri potrošniških pogodbah“. Člen 355(1) BGB določa:

„Če je potrošniku z zakonom podeljena pravica do odstopa od pogodbe v skladu s to določbo, potrošnika in trgovca ne zavezujeta več njuni izjavi o nameri skleniti pogodbo, če potrošnik v določenem obdobju odstopi od svoje izjave o nameri. Za odstop se poda izjava trgovcu. Izjava mora nedvomno odražati potrošnikovo odločitev za odstop od pogodbe. Odstopa ni treba utemeljiti. Za izpolnjevanje roka je dovolj, da je bil odstop pravočasno odposlan.“

13. Člen 312d BGB je naslovljen „Obveznosti glede informacij“. Člen 312d(1) BGB določa:

„V primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, in pogodb, sklenjenih na daljavo, mora trgovec obveščati potrošnika v skladu z določbami člena 246a Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (zakon o uvedbi civilnega zakonika, v nadaljevanju: EGBGB). Informacije, ki jih trgovec zagotovi v okviru izpolnjevanja te obveznosti, postanejo del vsebine pogodbe, razen če so se pogodbene stranke izrecno dogovorile drugače.“

14. Člen 312g BGB je naslovljen „Pravica do odstopa od pogodbe“. Člen 312g(1) BGB določa:

„Pri pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, in pogodbah, sklenjenih na daljavo, ima potrošnik pravico do odstopa od pogodbe v skladu s členom 355.“

15. Člen 246a EGBGB je naslovljen „Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi zunaj poslovnih prostorov, in pogodbami na daljavo z izjemo pogodb o finančnih storitvah“. Njegov odstavek 1 je naslovljen „Obveznosti glede informacij“ in določa:

„[…]

(2) Če ima potrošnik pravico do odstopa od pogodbe na podlagi člena 312g(1) BGB, mora trgovec potrošnika seznaniti

1. s pogoji, roki in postopkom za uveljavitev pravice do odstopa od pogodbe na podlagi člena 355(1) BGB ter vzorčnim odstopnim obrazcem iz Priloge 2,

[…]“

16. Člen 246a(3) EGBGB je naslovljen „Olajšane obveznosti glede informacij ob prostorskih omejitvah objave“ in določa:

„Če se pogodba, sklenjena na daljavo, sklepa z uporabo sredstva komuniciranja na daljavo, ki nudi le omejen prostor ali čas za informacije, ki jih je treba zagotoviti potrošniku, mora trgovec potrošniku s tem sredstvom komuniciranja na daljavo zagotoviti vsaj te informacije:

[…]

4. Kjer je to smiselno, o obstoju pravice do odstopa od pogodbe in

[…]

Dodatne informacije v skladu z odstavkom 1 je treba potrošniku dati na voljo na primeren način v skladu z odstavkom 4(3).“

17. Člen 246a(4) EGBGB je naslovljen „Formalne zahteve za izpolnjevanje obveznosti glede informacij“. V njem je navedeno:

„(1) Trgovec potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi informacije iz odstavkov od 1 do 3, preden potrošnik predloži svojo pogodbeno izjavo.

[…]

(3) V primeru pogodbe, sklenjene na daljavo, mora trgovec potrošniku zagotoviti informacije na način, ki je prilagojen uporabljenemu sredstvu komuniciranja na daljavo. Če so te informacije zagotovljene na trajnem nosilcu podatkov, morajo biti čitljive, trgovec pa mora biti naveden. Ne glede na prvi stavek lahko trgovec potrošniku na primeren način zagotovi dostop do informacij, ki so določene v drugem stavku odstavka 3.“

III. Dejansko stanje v glavni stvari in vprašanje za predhodno odločanje

18. Združenje za boj proti nelojalni konkurenci je tožeča stranka v postopku v glavni stvari in nasprotna stranka v revizijskem postopku (v nadaljevanju: tožeča stranka). Revizija se obravnava v Nemčiji pred Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija, v nadaljevanju: predložitveno sodišče).

19. Walbusch Walter Busch, tožena stranka v postopku v glavni stvari in revidentka pri predložitvenem sodišču (v nadaljevanju: tožena stranka), je leta 2014 izdala prodajni prospekt v obliki zloženke, ki je bil priložen različnim revijam in časopisom in je vseboval šest strani velikosti 19 × 23,7 cm (v nadaljevanju: prodajni prospekt). V spodnji polovici desne zložene strani prospekta je bila izrezljiva poštna naročilnica. Na sprednji in hrbtni strani naročilnice je bilo opozorjeno na zakonsko pravico do odstopa od pogodbe. V razdelku vzdolž sprednje strani poštne naročilnice so bili pod naslovom „So bestellen Sie bei …“ (Tako naročite pri …) navedeni telefonska in faks številka ter spletni in poštni naslov tožene stranke, v nogi na sprednji in hrbtni strani zloženega prospekta pa sta bila pod naslovom „Bestellservice“ (Naročniška služba) navedena telefonska številka in spletni naslov tožene stranke. Ob vnosu spletnega naslova se je prikazala začetna stran spletne strani tožene stranke. Prek povezave „Splošni pogoji poslovanja“ pod naslovom „Rechtliches“ (Pravne zadeve) je bilo mogoče dostopati do navodil za odstop od pogodbe in vzorčnega odstopnega obrazca.

20. Tožeča stranka graja prospekt, ker ta ne vsebuje ustreznih navodil za odstop od pogodbe in mu ni priložen vzorčni odstopni obrazec, ampak je dostopen prek spletne strani. Po neuspešnem opominu je tožeča stranka vložila tožbo za opustitev in vračilo stroškov predsodnega opominjanja v višini 246,10 EUR z obrestmi.

21. Landgericht (deželno sodišče) je tožbi v glavnem ugodilo. Vendar je pritožbeno sodišče delno spremenilo to sodbo in med drugim odločilo, da se toženi stranki naloži, naj pri poslovanju preneha omogočati potrošnikom, da sklepajo pogodbe na daljavo o nakupu blaga prek tiskanega medija, ne da bi jih neposredno v njem seznanila s pogoji, roki in postopkom za uveljavljanje pravice do odstopa od pogodbe, zlasti z imenom in naslovom tiste osebe, ki se ji sporoči odstop, in ne da bi tiskanemu mediju priložila vzorčni odstopni obrazec.

22. Z revizijo pri predložitvenem sodišču je tožena stranka ponovno predlagala, naj se tožba v celoti zavrne. Tožeča stranka predlaga, naj se revizija zavrne.

23. Predložitveno sodišče meni, da je uspeh te revizije odvisen od razlage členov 6(1)(h) in 8(4) Direktive 2011/83. Predložitveno sodišče navaja, da se najprej postavlja vprašanje, kaj je odločilno za presojo, ali je pri sredstvu komuniciranja na daljavo (v obravnavanem primeru: prodajni prospekt s poštno naročilnico) za prikaz informacij na podlagi člena 8(4), prvi stavek, Direktive 2011/83/EU na voljo samo omejeni prostor ali čas. Je za odgovor bistveno, prvič, ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (v abstraktnem smislu) po svoji naravi samo omejen prostor ali čas, ali, drugič, ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (konkretno) v obliki, ki jo je izbral trgovec, samo omejen prostor ali čas (prvo vprašanje za predhodno odločanje)?

24. Poleg tega predložitveno sodišče sprašuje, ali sta svoboda trgovca, da oglaševanje oblikuje po svojih željah, in svoboda gospodarske pobude, ki je zaščitena s členom 16 Listine, upoštevni za rešitev pravnih vprašanj iz postopka v glavni stvari, skupaj s tehničnimi omejitvami, ki jih ima zadevna vrsta sredstva komuniciranja na daljavo. Predložitveno sodišče sprašuje tudi, ali bi bili interesi potrošnika bolj zaščiteni, če bi se jim celovite informacije o uveljavljanju pravice do odstopa od pogodbe in vzorčni odstopni obrazec zagotovili šele po sklenitvi pogodbe na daljavo.

25. Dodatno vprašanje, ki se postavlja, je, ali je združljivo s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83, da se v okviru informacij o pravici do odstopa od pogodbe v primeru omejenih možnosti za prikaz informacij v smislu člena 8(4) Direktive 2011/83 potrošniku zagotovi samo informacija, da ima pravico odstopiti od pogodbe. Ali bi morala na odgovor na to vprašanje vplivati potreba, da se prepreči nesorazmerno omejevanje svobode oglaševanja? Predložitveno sodišče med drugim navaja, da je cilj Direktive 2011/83 v skladu z njeno uvodno 4 zagotavljanje pravega ravnovesja med visoko ravnjo varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij.

26. Nazadnje, če – kadar so možnosti za prikaz informacij omejene – v zvezi s pravico do odstopa od pogodbe ne zadostuje, da se potrošnika seznani samo s tem, da to pravico ima, se postavlja še vprašanje, ali mora biti v skladu s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83 pred sklenitvijo pogodbe pri prodaji na daljavo, tudi kadar so možnosti za prikaz informacij omejene, sredstvu komuniciranja na daljavo vedno obvezno priložen vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B)k Direktivi 2011/83 (tretje vprašanje za predhodno odločanje).

27. Postopek je bil prekinjen in Sodišču so bila v predhodno odločanje predložena ta vprašanja:

„1. Ali je pri uporabi člena 8(4) Direktive 2011/83 odgovor na vprašanje, ali je pri sredstvu komuniciranja na daljavo (v obravnavanem primeru: prodajni prospekt s poštno naročilnico) za prikaz informacij na voljo samo omejen prostor ali čas, odvisen od tega,

   (a) ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (v abstraktnem smislu) po svoji naravi na voljo samo omejen prostor ali čas,

   ali od tega,

   (b) ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (v konkretnem smislu) v obliki, ki jo je izbral trgovec, na voljo samo omejen prostor ali čas?

2. Ali je to, da se v okviru informacij o pravici do odstopa od pogodbe v primeru omejenih možnosti za prikaz informacij v smislu člena 8(4) Direktive 2011/83 potrošniku zagotovi samo informacija, da ima pravico odstopiti od pogodbe, v skladu s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83?

3. Ali mora biti v skladu s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83 pred sklenitvijo pogodbe, sklenjene na daljavo, tudi kadar so možnosti za prikaz informacij omejene, sredstvu komuniciranja na daljavo vedno obvezno priložen vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83?“

28. Tožeča stranka, nemška, finska in poljska vlada ter Komisija so Sodišču predložile pisna stališča. Tožeča stranka, Nemčija in Komisija, pa tudi tožena stranka so na obravnavi, ki je potekala 7. junija 2018, ustno podale stališča.

IV. Povzetek pisnih stališč

29. Poljska glede *prvega vprašanja* trdi, da dobesedna razlaga člena 8(4) Direktive 2011/83 ne nudi rešitve nastalega problema, in poudarja, da je v skladu z ustaljeno sodno prakso pri razlagi določbe prava Unije treba upoštevati ne le njeno besedilo, ampak tudi njen kontekst in cilje, ki se želijo doseči z ureditvijo, katere del je.[6]

30. Tožeča stranka, Finska, Poljska in Komisija glede *prvega vprašanja* trdijo, da je odločilna abstraktna narava sredstva komuniciranja na daljavo, med drugim glede na dejstvo, da je cilj Direktive 2011/83 zagotoviti visoko raven varstva potrošnikov. Drugače povedano, podpirajo prvo možnost, ki jo je predlagalo predložitveno sodišče.

31. Vse štiri še trdijo, da je ta razlaga v skladu z uvodno izjavo 36 Direktive 2011/83, v kateri je navedeno, da bi bilo treba pri pogodbah, sklenjenih na daljavo, obveznosti glede informacij „prilagoditi tako, *da upoštevajo tehnične omejitve nekaterih medijev*“[7]. Tožeča stranka trdi, da se uvodna izjava 36 na primer nanaša na omejene možnosti prikaza na zaslonih mobilnih telefonov. Na ta način naj bi zakonodajalec Unije želel poudariti tehnične omejitve nekaterih oblik medijev.

32. Tožeča stranka in Komisija menita, da je morebitna kršitev temeljnih pravic tožene stranke sorazmerna in da je treba te pravice v vsakem primeru zagotoviti ob upoštevanju varstva potrošnikov, ki je zajamčeno s členom 38 Listine.

33. Finska in Komisija trdita, da če bi „sredstvo komuniciranja na daljavo“ iz člena 8(4) označevalo sredstvo, ki ga je izbral trgovec v konkretnem primeru, bi trgovec lahko zaobšel obveznosti, ki jih določa člen 6(1) Direktive 2011/83, na podlagi izbranega sredstva komuniciranja na daljavo. Členu 6(1) Direktive 2011/83 bi bila s tem lahko odvzeta pravna varnost in njegov *polni učinek*.

34. Komisija dodaja, da je pravilo, ki je bilo uvedeno s členom 8(4) Direktive 2011/83, namenjeno položajem, v katerih imajo mediji tehnične omejitve, ki izključujejo vstavljanje daljšega besedila, kot je omejitev števila znakov, ki jih je mogoče prikazati na mobilnem telefonu, ali omejitve, kot je čas v televizijskem oglasu. V takih primerih naj bi Direktiva 2011/83 dopuščala, da se potrošniku dostop do dela teh informacij omogoči prek spletne povezave ali navedbe brezplačne telefonske številke, na kateri je mogoče pridobiti te informacije. Če take omejitve izginejo zaradi tehnološkega napredka, naj se člen 8(4) Direktive 2011/83 ne bi več uporabljal.

35. Komisija trdi, da je omejitev svobode trgovca, ki se kaže kot obveznost, da je vedno treba izbrati obliko oglaševanja, ki zadostuje za vključitev vseh informacij o odstopu od pogodbe in ostalih obveznih informacij, upravičena zaradi varstva potrošnikov in ni nesorazmerna. Enako naj bi veljalo v okviru člena 16 Listine. Dalje, obveznosti, ki jih določa člen 6(1) Direktive 2011/83, naj bi se uporabljale samo za pogodbe, sklenjene na daljavo, kakor so opredeljene v členu 2(7) Direktive 2011/83.

36. Komisija se poleg tega opira na sodbo Sodišča Canal Digital Denmark[8] in trdi, da nekatere točke navedene sodbe, v katerih je razložena določba, podobna členu 8(4) Direktive 2011/83, iz Direktive 2005/29/ES[9], podpirajo njene trditve.[10]

6 Poljska se sklicuje na sodbo z dne 17. marca 2016, Liffers (C-99/15, EU:C:2016:173, točka 14 in navedena sodna praksa).

7 Poudarjeno v izvirniku.

8 Sodba z dne 26. oktobra 2016 (C-611/14, EU:C:2016:800).

9 *Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 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 (v nadaljevanju: Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) (UL 2005, L 149, str. 22).*

10 Glej tudi točki 65 in 66 spodaj.

37. Tožeča stranka dodaja, da člen 8(7)(a) Direktive 2011/83 ne spreminja njenega predlaganega odgovora na prvo vprašanje. Trgovcu naj bi bila s to določbo naložena obveznost, da potrošniku zagotovi potrdilo o sklenjeni pogodbi na trajnem nosilcu podatkov, v razumnem času po sklenitvi pogodbe na daljavo in najpozneje ob dostavi blaga ali preden se začne izvajati storitev, skupaj z informacijami iz člena 6(1) Direktive 2011/83, razen če so te že bile predložene na trajnem nosilcu podatkov. Če bi se člen 8(7)(a) razlagal drugače, bi bil člen 8(4) odveč.

38. Nazadnje, tožeča stranka, Finska in Komisija trdijo, da je člen 8(4) izjema, ki se mora razlagati ozko.

39. Glede *drugega vprašanja* tožeča stranka, Finska, Poljska in Komisija trdijo, da ne zadostuje, da se zagotovljene informacije omejijo na sam obstoj pravice do odstopa od pogodbe, ne da bi bilo treba sporočiti dodatne informacije o načinu uveljavljanja te pravice, ki so navedene v členu 6(1)(h) Direktive 2011/83.

40. Tožeča stranka ugotavlja, da je v prvem stavku člena 8(4) Direktive 2011/83 jasno navedeno, da morajo biti v vsakem primeru sporočene nekatere minimalne informacije. Določba se sklicuje na člen 6(1)(h) Direktive 2011/83, v skladu s katerim te minimalne informacije pomenijo „pogoje, rok in postopke za uveljavljanje te pravice“. S členom 8(4) Direktive 2011/83 naj bi torej zakonodajalec Unije določil izrecno in konkretno ureditev za podajanje informacij, ki morajo biti zagotovljene, ne glede na tehnične omejitve (glej člen 8(4) Direktive 2011/83 in izraz „na tem sredstvu“). Stališče Finske in Poljske je podobno.

41. Tožeča stranka dalje zatrjuje, da je treba v tem okviru omembo svobode gospodarske pobude v predložitveni odločbi obravnavati na enak način, kot je bila obravnavana glede spoštovanja temeljnih pravic in prvega vprašanja za predhodno odločanje: prevladati mora interes varstva potrošnikov.

42. Finska v okviru *drugega vprašanja* dodaja, da se za omejitev predpogodbenih informacij na zagotavljanje samo informacije o obstoju pravice do odstopa od pogodbe ni mogoče opreti na člen 8(7)(a) Direktive 2011/83, ki določa, da trgovec nekatere informacije zagotovi kasneje na „trajnem nosilcu podatkov“. Finska trdi še, da so informacije, ki se zagotovijo potrošniku, ki namerava skleniti pogodbo na daljavo, temeljnega pomena, saj se potrošnik na tej podlagi odloči, ali naj se z njo zaveže ali ne.

43. Glede *tretjega vprašanja* tožeča stranka in Komisija trdita, da je treba na podlagi člena 6(1)(h) Direktive 2011/83 potrošniku predložiti vzorčni obrazec za odstop od pogodbe tudi takrat, ko se uporablja člen 8(4). Vendar pa *Finska* – ob nekaj podpore Poljske – trdi, da sam odstopni obrazec ni del „informacij“ o pravici do odstopa od pogodbe, na katere je napoteno v Direktivi 2011/83, zato ga ni treba zagotoviti, preden se potrošnik zaveže s pogodbo, sklenjeno na daljavo.

44. *Nemčija* za vprašanja za predhodno odločanje predlaga drugačno rešitev od tiste, ki jo predlagajo tožeča stranka, Finska, Poljska in Komisija. Glede *prvega vprašanja* Nemčija med drugim trdi, da je konkretna oblika komunikacije, ki jo je trgovec izbral, odločilna pri ugotavljanju, ali pogodba, sklenjena na daljavo, spada v okvir člena 8(4) Direktive 2011/83, tako da se za prodajni prospekt iz postopka v glavni stvari uporablja milejša obveznost glede informacij, ki je določena v členih 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83.

45. Nemčija trdi, da niti besedilo člena 8(4) niti uvodne izjave Direktive 2011/83 ne podpirajo omejitve zagotavljanja na nekatera sredstva komuniciranja na daljavo. Načini komuniciranja, ki so navedeni v uvodni izjavi 36, naj bi bili zgolj primeri.

46. Nemčija trdi, da cilj, ki se želi doseči z Direktivo 2011/83, trgovcev ne obvezuje, da morajo vedno zagotoviti celovite informacije o pravici do odstopa pred sklenitvijo pogodbe. Namen Direktive 2011/83 naj bi bil zagotoviti visoko raven varstva potrošnikov in oblikovati trden pravni okvir, tako za potrošnike kot za trgovce. Ta cilj naj bi bil določen tudi v členu 8(7)(a) Direktive 2011/83. Realno naj ne bi bilo mogoče izključiti, da mnogi potrošniki, potem ko oddajo naročilo, prodajnih prospektov ne shranijo. Zato naj bi bilo ključno, da se podrobne informacije o pravici do odstopa od pogodbe sporočijo najkasneje ob dostavi blaga, s čimer se zagotovi seznanjenost potrošnikov s to pravico. Člen 8(7)(a) Direktive 2011/83 naj bi zagotavljal popolno spoštovanje pravic potrošnikov.

47. Z določitvijo obveznosti, ki presegajo milejše obveznosti glede informacij, ki so določene v členu 8(4) Direktive 2011/83, naj bi se omejevala svoboda gospodarske pobude trgovcev v skladu s členom 16 Listine, ne da bi se s tem potrošnikom zagotovila kakršna koli prednost. V skladu s členom 52(1) Listine naj pravice trgovca do izbire sredstva oglaševanja ne bi bilo mogoče nesorazmerno omejiti. Če sredstvo komuniciranja, ki ga je izbral trgovec, ne vpliva na uporabo člena 8(4) Direktive 2011/83, naj bi obstajalo tveganje, da trgovci ne bodo mogli uporabljati nekaterih oblik oglaševanja, ker bo oglas potisnjen v ozadje zaradi količine obveznih informacij. Nemčija poudarja tudi člen 8(4), drugi stavek, Direktive 2011/83/EU, ki določa, da „[t]rgovec potrošniku zagotovi druge informacije iz člena 6(1) na ustrezen način v skladu z odstavkom 1 tega člena“.

48. Glede *drugega vprašanja* Nemčija meni, da so trgovci, kadar se uporablja sredstvo komuniciranja na daljavo „z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij“ v smislu člena 8(4) Direktive 2011/83, dolžni potrošnike obvestiti le o obstoju pravice do odstopa od pogodbe in da to ne posega v visoko raven varstva potrošnikov. Kakršna koli bolj omejujoča obveznost glede informacij, ki jih je treba zagotoviti potrošnikom glede pravice do odstopa od pogodbe, naj bi bila nesorazmerna omejitev pravice do oglaševanja.

49. Glede na količino informacij o pravici do odstopa, ki jih je treba sporočiti potrošnikom, cilj Direktive 2011/83, ki je opisan zgoraj, ter interes potrošnikov in trgovcev je stališče Nemčije, da je zmanjšanje količine informacij primerno, kadar so možnosti predstavitve omejene.

50. Nemčija se sklicuje na uvodno izjavo 4 Direktive 2011/83, v kateri je med drugim navedeno, da je treba zagotoviti ravnovesje med visoko ravnjo varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij. Izjema, določena v členu 8(4) Direktive 2011/83, naj bi upoštevala omejen prostor in čas zaradi tehnik komuniciranja na daljavo in pomenila odziv proti nesorazmernim omejitvam trgovčeve svobode oglaševanja. Nemčija tudi v zvezi s tem poudarja, da je v vsakem primeru za potrošnike bistvenega pomena člen 8(7)(a) Direktive 2011/83.

51. Nazadnje, Nemčija glede *tretjega vprašanja* trdi, da je takrat, ko sta prostor in čas za prikaz informacij omejena, informacija o pravici do odstopa lahko skrčena na obstoj te pravice in da sredstvu komuniciranja na daljavo ni vedno nujno treba priložiti vzorčnega odstopnega obrazca iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83.

V. Presoja

A. Pregled

52. V jedru te zadeve sta prvo vprašanje za predhodno odločanje in vprašanje, ali se uporabljajo objektivna ali subjektivna merila, kadar sodišče države članice odloča, ali „se pogodba sklene prek sredstva komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij“ v skladu s členom 8(4) Direktive 2011/83.

53. Ugotavljam, da se z vidika prava Unije za razlago člena 8(4) Direktive 2011/83 uporablja prva alternativa, ki jo predlaga predložitveno sodišče. To pomeni, da je odločitev, ali je prospekt iz obravnavane zadeve, ki vsebuje majhno naročilnico, „sredstvo komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij," odvisna od tega, ali sredstvo komuniciranja na daljavo (v abstraktnem smislu) po svoji naravi dopušča le omejen prostor ali čas. Kot je razvidno iz analize v nadaljevanju, ta objektivni pristop odraža smisel člena 8(4) Direktive 2011/83, in ne subjektivna analiza, ki jo vsebuje ugotavljanje, ali v danem primeru sredstvo komuniciranja iz obravnavane zadeve nudi omejen prostor ali čas v obliki, ki jo je zanj izbral trgovec, kar je bila druga alternativa iz prvega vprašanja za predhodno odločanje.

54. Predložitveno sodišče je za odgovor na drugo vprašanje za predhodno odločanje o vsebini pravice do odstopa od pogodbe in o vzorčnem odstopnem obrazcu iz Priloge I(B) prosilo samo za primer, če se sprejme druga alternativa, ki je navedena v prvem vprašanju za predhodno odločanje. Na drugo in tretje vprašanje za predhodno odločanje bom odgovoril le za primer, da se Sodišče ne bi strinjalo z mojim predlaganim odgovorom na prvo vprašanje.

55. Pred tem bom predstavil nekaj uvodnih ugotovitev.

B. Uvodne ugotovitve

56. Najprej je treba poudariti, da so obveznosti glede informacij, ki jih določa člen 6(1) Direktive 2011/83, z njenim členom 8(4) spremenjene le glede *sredstva*, s katerim trgovci zagotovijo potrošnikom informacije, naštete v členu 6(1) Direktive 2011/83, preden so taki potrošniki lahko zavezani s pogodbo, sklenjeno na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, in ne glede *vsebine*, ki mora biti sporočena. Kot je navedeno v uvodni izjavi 35 Direktive 2011/83, bi morale biti informacije, ki jih potrošniku zagotovi trgovec, obvezne. Informacije, za katere v členu 8(4) Direktive 2011/83 ni navedeno, da so vključene v spremembo, ki je bila uvedena s to določbo, mora trgovec v skladu s členom 8(4), zadnji stavek, potrošniku enostavno zagotoviti „na ustrezen način" v skladu s členom 8(1) Direktive 2011/83. Glede na sklicevanje na člen 6(1) Direktive 2011/83 v členu 8(1) Direktive 2011/83 mora biti to opravljeno, preden pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, zavezuje potrošnika.

57. Odločitev zakonodajalca Unije, da vključi izjemo glede sredstva in ne vsebine, je skladna z jamstvom visoke ravni varstva potrošnikov v vseh politikah Unije v skladu s členom 38 Listine in je podkrepljena s členi 12, 114(3) in 169 PDEU. Poleg tega, če upoštevamo, da se čedalje več potrošniških pogodb sklene na daljavo, kar je omogočil razcvet digitalnih tehnologij, se pri varstvu *koristnega učinka* Direktive 2011/83 pojavljajo čedalje kompleksnejši izzivi.

58. Dalje, tožena stranka se v znatni meri opira na svobodo gospodarske pobude iz člena 16 Listine.[11] Ta se občasno prekriva s svobodo izražanja in obveščanja v okviru oglaševanja, ki je varovana s členom 11 Listine[12] in ki jo je imelo Sodišče priložnost obravnavati v povezavi z embalažo in označevanjem.[13] Ta pravica je enako upoštevna tudi takrat, kadar so z zakonodajo določene omejitve v zvezi z oglaševanjem in trženjem ter s sredstvi in pogoji, pod katerimi lahko potrošniki naročajo blago in storitve, za kar gre tudi v postopku v glavni stvari.

59. Vendar je treba poudariti, da je treba ob sklicevanju na člen 16 Listine v okviru, v katerem je upoštevno varstvo potrošnikov, upoštevati tudi člen 38 Listine,[14] ne glede na to, ali je člen 38 načelo in je zato v skladu s členom 52(5) Listine omejen na vlogo pri razlagi zakonodaje Unije, ali pa je določba, s katero so dodeljene subjektivne pravice.[15] Člen 38 Listine ima enako vlogo, kadar je člen 11 Listine upošteven v zvezi s svobodo izražanja in obveščanja v okviru oglaševanja.[16]

C. Odgovor na prvo in drugo vprašanje za predhodno odločanje

1. Analiza prvega vprašanja za predhodno odločanje

60. Kot je v pisnih stališčih poudarila Poljska, v besedilu člena 8(4) Direktive 2011/83 ni ničesar, kar bi nakazovalo, ali je prospekt iz postopka v glavni stvari „sredstvo komuniciranja na daljavo z omejenim prostorom ali časom za prikaz informacij“ v skladu s tem členom. Tudi dokumenti, povezani z nastankom člena 8(4) Direktive 2011/83, kot so pripravljalni dokumenti, niso v veliko pomoč,[17] vendar ugotavljam, da je na strani 33 smernic Komisije za Direktivo 2011/83 navedeno, da „bi se člen 8(4) moral uporabljati predvsem za pogodbe, sklenjene z uporabo tehnologij, kot so sporočila SMS, pri katerih je količina informacij, ki jo je mogoče poslati, tehnično omejena.“[18]

61. Vendar sta kontekst in namen členov 6(1) in 8(4) Direktive 2011/83 zgovornejša.

11 V zvezi s to pravico glej sodbe z dne 14. marca 2017, G4S Secure Solutions (C-157/15, EU:C:2017:203); z dne 26. oktobra 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820); z dne 20. decembra 2017 Global Starnet (C-322/16, EU:C:2017:985); z dne 20. decembra 2017, Polkomtel (C-277/16, EU:C:2017:989); z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498); z dne 4. maja 2016, Pillbox 38 (C-477/14, EU:C:2016:324); z dne 21. decembra 2016, AGET Iraklis (C-201/15, EU:C:2016:972); z dne 17. decembra 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823); z dne 31. januarja 2013, McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43); z dne 22. januarja 2013, Sky Österreich (C-283/11, EU:C:2013:28), in z dne 12. julija 2012, Association Kokopelli (C-59/11, EU:C:2012:447).

12 Glej na primer Neptune Distribution, prav tam.

13 V točki 147 sodbe Sodišča z dne 4. maja 2016, Philip Morris Brands (C-547/14, EU:C:2016:325), je bilo ugotovljeno, da „[č]len 11 Listine določa svobodo izražanja in obveščanja“. Ta svoboščina je zavarovana tudi s členom 10 Evropske konvencije o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin, podpisane v Rimu 4. novembra 1950, ki se zlasti uporablja – kot izhaja iz sodne prakse Evropskega sodišča za človekove pravice – tudi kadar podjetnik širi poslovne informacije, zlasti v obliki oglaševalskih sporočil. Ker pa ima svoboda izražanja in obveščanja iz člena 11 Listine, kot izhaja iz njenega člena 52(3) in iz pojasnil k Listini glede člena 11, enak pomen in obseg kot svoboščina, zagotovljena z EKČP, je treba ugotoviti, da ta svoboščina zajema primer, v katerem podjetnik pri označevanju tobačnih izdelkov na embalažah uporabi trditve, kakršne so te, ki so predmet člena 13(1) Direktive 2014/40 (sodba z dne 17. decembra 2015, Neptune Distribution, C-157/14, EU:C:2015:823, točki 64 in 65).“ Glej tudi sklepne predloge generalnega pravobranilca N. Jääskinena v zadevi Google Spain in Google (C-131/12, EU:C:2013:424, točke od 120 do 125).

14 Glej sodbo z dne 31. januarja 2013, McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43, točka 63). Zanimivo je, da je Sodišče v točki 62 sodbe McDonagh menilo, da „kadar si konkurira več pravic, ki jih varuje pravni red Unije, je treba to presojo opraviti ob spoštovanju potrebne uskladitve zahtev, povezanih z varstvom teh različnih pravic, in pravilnega ravnotežja med njimi (glej v tem smislu sodbi z dne 29. januarja 2008, Promusicae, C-275/06, EU:C:2008:54, točki 65 in 66, in z dne 6. septembra 2012, Deutsches Weintor, C-544/10, EU:C:2012:526, točka 47)“.

15 Glej moje sklepne predloge v zadevi OTP Bank in OTP Faktoring (C-51/17, EU:C:2018:303, točka 64). Vpliv pravice do varstva potrošnikov se odraža v dejstvu, da na njeno razlago lahko odločilno vpliva to, da ne obstaja kot cilj v nekem zakonodajnem aktu Unije. Glej na primer sodbo z dne 21. maja 2015, El Majdoub (C-322/14, EU:C:2015:334, točke od 36 do 38).

16 Sodba z dne 17. decembra 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823).

17 V zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo, glej sodbo z dne 5. julija 2012, Content Services Limited (C-49/11, EU:C:2012:419, točka 32). Glede pripravljalnih dokumentov, ki so upoštevni za postopek v glavni stvari, ugotavljam, da se v njih občasno omenja „tehnološki razvoj“. Glej na primer Zeleno knjigo Komisije o pregledu pravnega reda Skupnosti o varstvu potrošnikov (UL 2007, C 61, str. 1, str. 3). Glej v tem smislu Svet Evropske unije, delovni dokument Komisije, ki dopolnjuje Predlog direktive Evropskega parlamenta in Sveta o pravicah potrošnikov – Priloge – z dne 8. oktobra 2008, Dok. SEC(2008) 2547, str. 4.

18 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

62. V zvezi z namenom, kot sta v pisnih stališčih poudarili Finska in Komisija, če bi se za obliko, ki jo je izbral trgovec, uporabila merila „v konkretnem smislu“, kar je druga alternativa, ki jo navaja predložitveno sodišče v prvem vprašanju za predhodno odločanje, bi bilo vprašanje okoliščin, v katerih se uporablja izjema iz člena 8(4) Direktive 2011/83, v rokah trgovcev in *njihove* izbire sredstev za oglaševanje in ponujanje pogodb, sklenjenih na daljavo. To bi bilo v neskladju s ciljem iz uvodne izjave 2 Direktive 2011/83, ki je „določiti standardna pravila za skupne vidike pogodb, sklenjenih na daljavo, in pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov“, in uvedbo „enotn[ega] zakonodajn[ega] okvir[a], temelječ[ega] na jasno opredeljenih pravnih pojmih“, kakor je navedeno v uvodni izjavi 7. Povzročilo bi tudi zmanjšanje *koristnega učinka* člena 8(4) Direktive 2011/83 in bilo v nasprotju s pravilom, da se morajo odstopanja od predpisov Evropske unije za varstvo potrošnikov razlagati ozko.[19]

63. Dalje, strinjam se, da je namen člena 8(4) Direktive 2011/83, kakor je naveden v njeni uvodni izjavi 36, poskrbeti, da se potrošnikom zagotovijo vse informacije, ki so določene v členu 6(1) Direktive 2011/83, tudi če je zaradi novih tehnologij, ki jih trgovci uporabljajo za oglaševanje in ponujanje pogodb, sklenjenih na daljavo, te informacije težje sporočiti. V uvodni izjavi 36 je navedeno, da bi bilo treba obveznosti glede informacij prilagoditi tako, da se „upoštevajo tehnične omejitve *nekaterih medijev*, kot so omejitev števila znakov na zaslonih nekaterih mobilnih telefonov“ (moj poudarek). Bistvo Direktive 2011/83 glede (objektivnih) uporabljenih sredstev komuniciranja je izraženo tudi v uvodni izjavi 20, kar potrjuje, da opredelitev pogodbe, sklenjene na daljavo, zajema izključno uporabo komuniciranja na daljavo, kot je „prodaja po pošti, splet, telefon ali faks“.

64. Glede okvira sem v prejšnjih sklepnih predlogih navedel, da pri razlagi ukrepov Unije okvir obsega najrazličnejše izhodiščne točke. Vključuje primerjavo z zakonodajo, ki je bila sprejeta pred zadevnim ukrepom, vendar je bila z navedenim ukrepom razveljavljena. Zajema zakonodajo Unije, ki je povezana z zadevnim ukrepom ali se nanj vsebinsko navezuje. Nanaša se tudi na okvir zadevne določbe glede na druge določbe instrumenta Unije, katerega del je, in njegovo širšo strukturo.[20]

65. V zvezi s tem je navezovanje Komisije na sodbo Sodišča v zadevi Canal Digital Danmark[21] mogoče upoštevno.[22] Tam je bilo Sodišču med drugim postavljeno vprašanje, ali je treba člen 7(1) in (3) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah razlagati tako, da je treba za presojo, ali je treba poslovno prakso šteti za zavajajočo opustitev, upoštevati kontekst, v katerega spada navedena praksa, zlasti prostorske in časovne omejitve, ki so značilne za uporabljeno sredstvo komunikacije. Člen 7(1) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah določa, da je treba pri presojanju, ali je poslovna praksa nepoštena, upoštevati konkreten primer in „vse[…] značilnosti in okoliščin[e] ter omejit[ve] sredstva komunikacije“.

66. Čeprav se ne morem strinjati, da katera koli od točk v sodbi Canal Digital Danmark, na katere se opira Komisija, pri odgovoru na prvo vprašanje za predhodno odločanje podpira objektiven pristop pred subjektivnim,[23] je Sodišče v točki 42 sodbe Canal Digital Danmark pri obravnavi pomena „prostorske ali časovne omejitve v zvezi z uporabljenim sredstvom komunikacije“ navedlo časovne omejitve, „ki lahko veljajo *za nekatera sredstva komunikacije, kot so televizijski oglaševalni vložki*“.[24] Zato ugotavljam, da ni videti, da bi bila za razlago člena 7(1) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah upoštevna trgovčeva subjektivna izbira v konkretnem primeru, temveč objektivne lastnosti nekaterih sredstev.

19 Sodba z dne 15. aprila 2010, E. Friz (C-215/08, EU:C:2010:186, točka 32 in navedena sodna praksa).

20 Sodba Pinckernelle (C-535/15, EU:C:2016:996, točka 40 in navedena sodna praksa).

21 Sodba z dne 26. oktobra 2016 (C-611/14, EU:C:2016:800).

22 Kot je generalni pravobranilec P. Mengozzi navedel v točki 36 sklepnih predlogov v zadevi Content Services (C-49/11, EU:C:2012:126), so opredelitve istega pojma v ostalih direktivah poleg tiste iz obravnavane zadeve lahko „v pomoč“ pri razlagi.

23 Na obravnavi se je Komisija sklicevala na točke 80, 58 in 63. V pisnih stališčih se Komisija sklicuje na točki 62 in 63.

24 Moj poudarek.

67. Poleg tega v Direktivi 97/7, ki je ena od predhodnic Direktive 2011/83, ni nobene določbe, ki bi nakazovala omilitev zahtev za tradicionalne oblike komunikacije na daljavo med trgovci in potrošniki, kot na primer prek katalogov in revij s prospekti, kakršen je ta iz postopka v glavni stvari. Če bi bila v direktivi naslednici, v tem primeru Direktivi 2011/83, vključena takšna določba, bi bilo to v neskladju z visoko ravnjo varstva potrošnikov in bi terjalo jasen jezik.

68. Zato se strinjam s stališči, ki jih je Komisija predstavila na obravnavi, in sicer, da je bila v sodbi Sodišča Verband Sozialer Wettbewerb [25] obravnavana konfiguracija oglasa na papirju, ki ni podoben temu iz postopka v glavni stvari, zato glede na te razločevalne elemente ni v pomoč pri odgovoru na prvo vprašanje za predhodno odločanje. Sklicevanje tožene stranke na to sodbo je zmotno.

69. Sodišču je bilo v zadevi Verband Sozialer Wettbewerb postavljeno vprašanje, ali je treba člen 7(4)(b) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah razlagati tako, da morajo biti informacije o geografskem naslovu in identiteti trgovca navedene v oglasu za konkretne izdelke v tiskanem mediju, če potrošniki te izdelke kupujejo na spletnem mestu, navedenem v oglasu, podjetja, ki je avtor tega oglasa, in če je dostop do teh informacij na tem spletnem mestu ali prek tega spletnega mesta enostaven.

70. Sodišče je odločilo, da je treba obseg informacije o geografskem naslovu in identiteti trgovca, ki jih mora ta navesti v vabilu k nakupu, presojati glede na kontekst tega vabila, glede na naravo in značilnosti izdelka ter glede na uporabljen nosilec komunikacije. [26]

71. Sodišče je nato dodalo, da „v primeru, ko se spletna nakupovalna platforma oglašuje v tiskanem oglasu ali ko je, natančneje, v njej predstavljeno večje število možnosti nakupa pri različnih trgovcih, pa lahko obstajajo prostorske omejitve v smislu člena 7(3) Direktive 2005/29“. [27]

72. Vendar v sodnem spisu ni ničesar, kar bi nakazovalo, da je prodajni prospekt iz postopka v glavni stvari vseboval ponudbe več kot enega trgovca ali povezave do različnih spletnih mest prek platforme.

73. Nazadnje, kot je trdila tožeča stranka, so mediji za oglaševanje, ki se uporabljajo v tradicionalnih oblikah komunikacije, kot je to v postopku v glavni stvari, pogosto namenjeni družbenim skupinam, kot so starejše osebe, ki niso navajene iskati dostopa do dodatnih pogojev pogodbe, ki jim je ponujena, na internetu.

74. V uvodni izjavi 34 Direktive 2011/83 je navedeno, da je varstvo takih skupin eden od ciljev te direktive. V drugem stavku je navedeno, da „bi moral trgovec upoštevati posebne potrebe potrošnikov, ki so posebej ranljivi zaradi svoje duševne, fizične ali psihološke hibe, starosti ali lahkovernosti na način, ki ga trgovec lahko razumno predvidi“. Tudi v tem okviru se kaže, da je treba zavrniti trgovčevo izbiro oblike in medija pri odločanju, ali ima „sredstv[o] komuniciranja na daljavo […] omejen[…] prostor[…] ali čas[…] za prikaz informacij“ v skladu s členom 8(4) Direktive 2011/83, zaradi česar bi morale vse družbene skupine uporabiti internet, da bi pridobile informacije, ki so jih trgovci dolžni zagotoviti na podlagi člena 6(1) Direktive 2011/83.

2. Analiza drugega vprašanja za predhodno odločanje

75. Z drugim vprašanjem za predhodno odločanje želi predložitveno sodišče izvedeti, ali takrat, ko se uporablja člen 8(4) Direktive 2011/83, zadostuje, da trgovec potrošnika pred sklenitvijo pogodbe na daljavo zgolj seznani z obstojem pravice do odstopa od pogodbe.

25 Sodba z dne 30. marca 2017 (C-146/16, EU:C:2017:243).

26 Prav tam, točka 28 in navedena sodna praksa.

27 Prav tam, točka 29.

76. Kot je bilo navedeno zgoraj, na drugo vprašanje za predhodno odločanje odgovarjam le za primer, da se Sodišče ne bi strinjalo z mojimi sklepi glede prvega vprašanja in da se spremembe obveznosti glede informacij, ki so določene v členih 6(1) in 8(4) Direktive 2011/83, uporabljajo za prodajni prospekt iz postopka v glavni stvari.

77. Glede drugega vprašanja za predhodno odločanje se strinjam s stališčem tožeče stranke, Finske, Poljske in Komisije. V besedilu člena 8(4) Direktive 2011/83 se zahteva več kot le seznanitev z obstojem pravice do odstopa od pogodbe. Ta člen določa, da trgovec „zagotovi" vrsto informacij, kar vključuje „*pogoj[e*] za odpoved pogodbe"[28] kakor je med drugim navedeno v členu 6(1)(h) Direktive 2011/83.

78. Kot je v pisnih stališčih poudarila Finska, so informacije, ki so določene v členih 6(4) in 8(1) Direktive 2011/83 in ki jih je treba zagotoviti potrošniku pred sklenitvijo pogodbe, v skladu s sodno prakso Sodišča temeljnega pomena.[29] Sodišče je že v okviru ene od predhodnic Direktive 2011/83, in sicer Direktive 97/7, odločilo, da „informacije na spletnem mestu prodajalca, če je do njih mogoče dostopati le prek povezave, ki je bila poslana potrošniku, niso niti ‚posredovane' temu potrošniku niti jih ta ni ‚prejel' v smislu člena 5(1) Direktive 97/7".[30] To je v skladu s tu predlaganim odgovorom na drugo vprašanje za predhodno odločanje.

79. Tako kot Finska in tožeča stranka[31] zavračam trditve, da sta člen 8(7) Direktive 2011/83 in obveznost trgovcev, da morajo potrošnikom zagotoviti informacije, ki so naštete v členu 6(1) Direktive 2011/83, s „potrdilo[m] o sklenjeni pogodbi na trajnem nosilcu podatkov, v razumnem času po sklenitvi pogodbe na daljavo in najpozneje ob dostavi blaga ali preden se začne izvajati storitev", upoštevna za obveznost, ki je naložena trgovcem v skladu z Direktivo 2011/83, da morajo zagotoviti podrobnosti o pravici do odstopa od pogodbe, sklenjene na daljavo, preden so potrošniki zavezani.

80. V členu 8(7) Direktive 2011/83 je poudarek na „potrdilu" tistega, kar je bilo zagotovljeno pred sklenitvijo pogodbe, in na „trajnem nosilcu podatkov", saj je z Direktivo 2011/83 dopuščeno, da se upoštevne informacije pred pogodbo zagotovijo na netrajnem nosilcu podatkov. Trgovci so oproščeni obveznosti iz člena 8(7)(a) Direktive 2011/83 le, če so bile upoštevne informacije „že" zagotovljene na trajnem nosilcu podatkov. To jasno izhaja iz uporabe besed „razen če" v isti določbi. Upoštevna je tudi uvodna izjava 23, v kateri je navedeno, da je namen zagotavljanja informacij na trajnem nosilcu podatkov hramba. Poleg tega, kot trdi tožeča stranka, če bi sprejeli razlago, ki jo predlaga Nemčija, bi bil člen 8(4) Direktive 2011/83 odveč.

81. Vendar poudarjam, da če se bo Sodišče strinjalo z mojimi priporočili glede odgovora na prvo vprašanje za predhodno odločanje, bo morala tožena stranka v prodajnem prospektu vsekakor zagotoviti vzorčni odstopni obrazec, ki je določen s členom 11(1) in Prilogo I(B) k Direktivi 2011/83, ker je verjetno, da se obveznosti glede informacij iz Direktive 2011/83 ne bodo uporabile za postopek v glavni stvari.

3. Upoštevnost temeljnih pravic pri prvem in drugem vprašanju za predhodno odločanje

82. Predlagani pristop k odgovoru na prvo in drugo vprašanje za predhodno odločanje posega v temeljne pravice toženih strank, ker jih obvezuje, da morajo izbrati obliko, v kateri je mogoče izpolniti obveznosti glede informacij, ki so določene z Direktivo 2011/83, in to na tak način, da so vse informacije potrošniku zagotovljene na „jasen in razumljiv način" v skladu s členom 6(1) Direktive

28 Moj poudarek.

29 Finska se sklicuje na sodbo Sodišča z dne 20. septembra 2017, Andricuic in drugi (C-186/16, EU:C:2017:703, točka 48 in navedena sodna praksa). V zvezi s pravico do odstopa glej sklepne predloge generalnega pravobranilca P. Mengozzija v zadevi Content Services (C-49/11, EU:C:2012:126, točka 28).

30 Sodba z dne 5. julija 2012, Content Services (C-49/11, EU:C:2012:419, točka 37).

31 Zavedam se, da je tožeča stranka obravnavala trditve glede člena 8(7)(a) Direktive 2011/83 v okviru prvega vprašanja za predhodno odločanje.

2011/83 in uvodno izjavo 34. To vključuje podrobnosti o pravici do odstopa od pogodbe, ne zgolj informacije o njenem obstoju. Če bo sprejet moj predlog odgovora na prvo vprašanje za predhodno odločanje, bo vključena tudi obveznost, da se prospektu iz postopka v glavni stvari priloži vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) k Direktive 2011/83.

83. Vse to omejuje zmožnost tožene stranke, da prosto uporablja gospodarske, tehnične in finančne vire, ki so ji na voljo, kar je varovano s členom 16 Listine.[32] S tem je kršena tudi svoboda izražanja in obveščanja v okviru oglaševanja iz člena 11 Listine, ker je trgovec dolžan zagotoviti določene informacije.

84. Vendar v skladu z ustaljeno sodno prakso svoboda gospodarske pobude iz člena 16 Listine ni absolutna. Podvržena je lahko širokemu spektru posegov organov javne oblasti, ki lahko v splošnem interesu določijo omejitve za izvajanje gospodarske dejavnosti.[33] Dalje, člen 16 Listine je treba obravnavati glede na njeno vlogo v družbi.[34]

85. Poleg tega temeljne pravice, zaščitene s členoma 11 in 16 Listine, niso absolutne. Za obe določbi veljajo upravičene omejitve v skladu s členom 52(1) Listine.[35] Ta določa, da mora biti „[k]akršno koli omejevanje uresničevanja pravic in svoboščin, ki jih priznava ta listina, […] predpisano z zakonom in spoštovati bistveno vsebino teh pravic in svoboščin. Ob upoštevanju načela sorazmernosti so omejitve dovoljene samo, če so potrebne in če dejansko ustrezajo ciljem splošnega interesa, ki jih priznava Unija, ali če so potrebne zaradi zaščite pravic in svoboščin drugih.“

86. Zahteva, da mora biti omejitev „zakonsko predpisana“, je izpolnjena s členoma 8(4) in 6(1) Direktive 2011/83. Ravno tako tudi ni ogroženo bistvo člena 16 ali 11 Listine, ker Direktiva 2011/83 trgovcev ne obvezuje, da morajo uporabiti določeno sredstvo komuniciranja na daljavo. Trgovci niso dolžni uporabiti tradicionalnih prodajnih prospektov v papirni obliki. Če jih uporabijo, pa morajo preprosto zagotoviti skladnost s celotnim besedilom člena 6(1) Direktive 2011/83. To je podobno preverjanju informacij o izdelku na jasno opredeljenem območju.[36]

87. V sodni praksi Sodišča je potrjeno, da je visoka raven varstva potrošnikov legitimen cilj v splošnem interesu, ki ga želi doseči Evropska unija.[37] Zato je bistvo nesoglasja med strankami glede člena 52(1), ali je bilo pri sledenju temu cilju upoštevano načelo sorazmernosti.[38]

88. V zvezi s tem je iz ustaljene sodne prakse „razvidno, da načelo sorazmernosti zahteva, da ravnanje institucij Unije ne prestopi meje tega, kar je primerno in potrebno za uresničitev legitimnih ciljev, ki jim sledi zadevna ureditev, pri tem pa je treba takrat, kadar je mogoče izbrati med več primernimi ukrepi, uporabiti najmanj omejujočega, povzročene neprijetnosti pa ne smejo biti čezmerne glede na zastavljene cilje“.[39]

32 Sodba z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, točka 27 in navedena sodna praksa).

33 Na primer sodba z dne 26. oktobra 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, točka 36 in navedena sodna praksa).

34 Na primer sodba z dne 17. decembra 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, točka 66 in navedena sodna praksa); na primer sodba z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, točka 30 in navedena sodna praksa).

35 Glej nazadnje v zvezi s svobodo gospodarske pobude sodbo z dne 12. julija 2018, Spika in drugi (C-540/16, EU:C:2018:565, točka 36) in sodbo z dne 26. oktobra 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, točka 37). Glej tudi na primer sodbo z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, točka 31). Za uporabo člena 52(1) Listine v zvezi s svobodo izražanja glej sodbo z dne 4. maja 2016, Philip Morris Brands in drugi (C-547/14, EU:C:2016:325, točka 149).

36 Sodba z dne 4. maja 2016, Philip Morris Brands in drugi (C-547/14, EU:C:2016:325, točka 151).

37 Sodba z dne 17. decembra 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, točka 73). Glej na primer tudi sodbo z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, točka 32).

38 Za podrobno analizo načela sorazmernosti v okviru svobode gospodarske pobude glej sklepne predloge generalnega pravobranilca M. Bobka v zadevi Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169, točke od 40 do 62).

39 Sodba z dne 30. junija 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, točka 33 in navedena sodna praksa).

89. Strinjam se s trditvami, ki jih je Komisija predstavila v pisnih stališčih, da se omejitev svobode trgovca kaže kot njegova obveznost, da mora vedno izbrati sredstvo oglaševanja, ki je zadostno za vključitev vseh informacij o odstopu. Težko si je predstavljati, kako bi bilo izpolnjevanje obveznosti iz člena 6(1) Direktive 2011/83 glede tradicionalnih papirnih prodajnih prospektov lahko neustrezno prilagojeno doseganju tega cilja ali kako bi lahko trgovcem nalagalo breme, ki presega tisto, kar je nujno. Splošne trditve, kot so tiste v pisnih stališčih Nemčije, glede količine informacij, ki je določena s členom 6(1) Direktive 2011/83, ne zadostujejo,[40] trditev tožene stranke na obravnavi, da to, da se od trgovcev zahteva, da morajo porabiti več kot od 20 do 30 odstotkov oglasnega prostora v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo, za obveznosti glede informacij, sproži uporabo člena 8(4) Direktive 2011/83, pa je arbitrarna in ni podprta z besedilom Direktive 2011/83.

90. Prodajni prospekt na papirju nima tehničnih omejitev. V okoliščinah iz postopka v glavni stvari, v katerih se en izdelek, ki ga prodaja en trgovec, oglašuje na klasičnem papirnem prospektu z odstranljivo poštno naročilnico, je mogoče prospekt enostavno izdelati v večjem formatu, s čimer se doseže, da so informacije zagotovljene „na jasen in razumljiv način“, kakor določa člen 6(1) Direktive 2011/83. V nasprotju s trditvami, ki jih je tožena stranka podala na obravnavi, se ne morem strinjati, da je zakonodajalec Unije vključil „maso“ med omejitve, ki so določene s členom 8(4) Direktive 2011/83, saj se ta določba nanaša na „omejen[…] prostor[…] ali čas[…]“.

91. Kot je v pisnih stališčih poudarila Komisija, se obveznosti glede informacij, ki so določene v Direktivi 2011/83, uporabljajo samo za pogodbe, sklenjene na daljavo in zunaj poslovnih prostorov. Zato ne presegajo tistega, kar je nujno za doseganje cilja, ki je zagotoviti varstvo potrošnikov v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo, v katerih potrošnik pred sklenitvijo pogodbe ne more pregledati zadevnega blaga ali postaviti vprašanj v trgovini. Kot je trdila Finska, ima trgovec v primeru pogodb, sklenjenih na daljavo, večje obveznosti, ker potrošnik zadevnih izdelkov ne more osebno oceniti, preden se jih odloči kupiti. To je izraženo v uvodni izjavi 37.

92. Končno, zakonodajalec Unije ima široko diskrecijsko pravico na področjih, na katerih mora sprejeti politične, gospodarske in socialne odločitve, v zvezi s katerimi mora opraviti kompleksne presoje in oceno. Zato bi moral biti v okoliščinah, kot so te iz postopka v glavni stvari, vpliv na pravice tožene stranke iz člena 16 Listine očitno nesorazmeren,[41] da se ga ne bi dalo upravičiti s členom 52(1) Listine. Ni bilo dokazano, da je tako.

4. Odgovor na prvo in drugo vprašanje za predhodno odločanje

93. Na prvo in drugo vprašanje za predhodno odločanje tako predlagam ta odgovor:

1. Pri uporabi člena 8(4) Direktive 2011/83 je odgovor na vprašanje, ali je pri sredstvu komuniciranja na daljavo (v obravnavanem primeru: prodajni prospekt s poštno naročilnico) za prikaz informacij na voljo samo omejen prostor ali čas, odvisen od tega, ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (v abstraktnem smislu) po svoji naravi na voljo samo omejen prostor ali čas.

2. Če se na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovori v smislu, da je za ugotavljanje stvarnega področja uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 upoštevno sredstvo komuniciranja na daljavo v konkretnem smislu, kakor ga je izbral trgovec, je nezdružljivo s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83, da se v okviru informacij o pravici do odstopa od pogodbe potrošniku zagotovi samo informacija, da ima pravico odstopiti od pogodbe.

40 Glej v zvezi s tem sodbo z dne 30. marca 2017, Verband Sozialer Wettbewerb (C-146/16, EU:C:2017:243).

41 Sklepni predlogi generalne pravobranilke J. Kokott v zadevi Poljska/Parlament in Svet (C-358/14, EU:C:2015:848, točki 87 in 89 ter navedena sodna praksa). Glej tudi razpravo v točki 42 sklepnih predlogov generalnega pravobranilca M. Bobka v zadevi Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169).

D. Predlagani odgovor na tretje vprašanje

94. Na to vprašanje odgovarjam le za primer, da bi se v nasprotju z zgoraj predstavljenimi predlogi na prvo vprašanje odgovorilo v smislu, da je stvarno področje uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 določeno s sredstvom komuniciranja na daljavo v konkretnem smislu, ker v obliki, ki jo je zanj izbral trgovec, nudi omejen prostor in čas.

95. Glede odgovora na tretje vprašanje za predhodno odločanje obstaja nestrinjanje z naslednjih vidikov.

96. Na eni strani tožeča stranka in Komisija trdita, da je treba zaradi določb Direktive 2011/83 vzorčni obrazec za odstop od pogodbe potrošniku poslati tudi, če se uporablja člen 8(4). Tožeča stranka trdi, da je to izraženo v besedilu, ki je uporabljeno v Prilogi I(B) k Direktivi 2011/83, kjer je napoteno na „obrazec“ kot obrazec, ki ga je treba poslati trgovcu, ki je oglaševal.

97. Komisija trdi, da mora trgovec na podlagi člena 6(1)(h) Direktive 2011/83 takrat, kadar obstaja pravica do odstopa od pogodbe, preden je potrošnik lahko zavezan s pogodbo, sklenjeno na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, temu potrošniku na jasen in razumljiv način zagotoviti pogoje, rok in postopke za uveljavljanje te pravice v skladu s členom 11(1) *ter* vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B).[42] Tako se v skladu z besedilom te določbe oba sklopa obveznosti uporabljata za sredstvo komuniciranja na daljavo, ki ima na voljo le omejen prostor ali čas za objavo informacij. Komisija ugotavlja, da je vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) jedrnat, in poleg tega še, da se s členom 8(1) Direktive 2011/83 trgovcem dovoljuje, da informacije, ki so določene s členom 6(1) Direktive 2011/83, zagotovijo na način, ki je primeren za uporabljeno sredstvo komuniciranja na daljavo. S tem naj bi bila trgovcu zagotovljena še dodatna prilagodljivost.

98. Na drugi strani Finska – ob nekaj podpore Poljske in Nemčije – trdi, da sam odstopni obrazec ni del „informacij“ o pravici do odstopa od pogodbe, ki je obravnavana v Direktivi 2011/83, zato ga ni treba zagotoviti, preden potrošnika zavezuje pogodba, sklenjena na daljavo, potem ko se uporabi člen 8(4). Nasprotno, bil naj bi dokument, na podlagi katerega lahko potrošnik obvesti trgovca o tem, da želi odstopiti od pogodbe. Če bi zakonodajalec želel vključiti vzorčni odstopni obrazec, bi to izrecno določil v členu 8(4) Direktive 2011/83. Vzorčni odstopni obrazec naj ne bi bil „informacija“, ki bi vplivala na odločitev kupca o nakupu tistega, kar mu je ponujeno s pogodbo, sklenjeno na daljavo.

99. Finska se sklicuje tudi na člen 8(5) Direktive 2011/83 in na to, da se Direktiva 2011/83 uporablja za prodajo po telefonu. To naj bi kazalo, da naj zakonodajalec ne bi nameraval vključiti vzorčnega odstopnega obrazca, saj je pošiljanje obrazca po telefonu tehnično nemogoče. Finska ugotavlja, da se vzorčni odstopni obrazec lahko pošlje pozneje na trajnem nosilcu podatkov v skladu s členom 8(7) Direktive 2011/83. Poljska je kot primer tehnike komunikacije, pri kateri vključitev vzorčnega odstopnega obrazca ne bi bila mogoča, predložila primer pogodbe, sklenjene na daljavo po telefonu.

100. Ugotavljam, da kadar se uporablja člen 8(4) Direktive 2011/83, trgovci niso dolžni zagotoviti vzorčnega odstopnega obrazca iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83 pred sklenitvijo pogodbe na daljavo.

42 Poudarek v stališčih Komisije.

101. Sicer priznavam, da smernice Komisije za Direktivo 2011/83[43] – kar ne preseneča – podpirajo stališče, ki ga je ta zavzela v postopku v glavni stvari, saj v njih na primer piše, da je treba pri telefonskih klicih vsebino obrazca ustno obrazložiti potrošniku,[44] toda v Direktivi 2011/83 ni nobenega izrecnega besedila v tem smislu. Drugače povedano, v Direktivi 2011/83 ni nobene določbe v zvezi s komunikacijskim sredstvom, s katerim je nemogoče ali težko zagotoviti vzorčni odstopni obrazec. Ta kontekst nakazuje, da zakonodajalec Unije morda ni imel namena trgovcem naložiti, da morajo v takšnih okoliščinah zagotoviti obrazec.

102. Splošneje, to, da se trgovcem naloži, da morajo zagotoviti vzorčni odstopni obrazec, tudi kadar se uporablja člen 8(4) Direktive 2011/83, je morda v neskladju z nastankom te določbe in določb člena 6(1) Direktive 2011/83, ki se nanašajo na to, da je treba preprečiti nepotrebno obremenjevanje trgovcev.[45]

103. Končno, na podlagi člena 11(1)(b) Direktive 2011/83 ima potrošnik možnost, da odstopi od pogodbe, sklenjene na daljavo, tako da v zvezi s tem poda nedvoumno izjavo. Potrošniki niso obvezani k uporabi vzorčnega odstopnega obrazca iz Priloge I(B). To podpira trditev Finske, da je besedo „informacije“ v Direktivi 2011/83 mogoče razlagati tako, da ne vključuje sredstva, s katerim se potrošnik odloči odstopiti od pogodbe, sklenjene na daljavo. Zato rešitev, ki jo predlagam, ne ogroža visokega standarda varstva potrošnikov.

104. Zato na tretje vprašanje za predhodno odločanje predlagam naslednji odgovor.

3. Če se na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovori v smislu, da je za ugotavljanje stvarnega področja uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 upoštevno sredstvo komuniciranja na daljavo v konkretnem smislu, kakor ga je izbral trgovec, ni treba, da je vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83 priložen sredstvu komuniciranja na daljavo, preden se sklene pogodba na daljavo.

VI. Predlog

105. Ob upoštevanju zgornjih ugotovitev Sodišču predlagam, naj na vprašanja za predhodno odločanje, ki jih je postavilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija), odgovori:

1. Pri uporabi člena 8(4) Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta je odgovor na vprašanje, ali je pri sredstvu komuniciranja na daljavo (v obravnavanem primeru: prodajni prospekt s poštno naročilnico) za prikaz informacij na voljo samo omejen prostor ali čas, odvisen od tega, ali ima sredstvo komuniciranja na daljavo (v abstraktnem smislu) po svoji naravi na voljo samo omejen prostor ali čas.

2. Če se na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovori v smislu, da je za ugotavljanje stvarnega področja uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 upoštevno sredstvo komuniciranja na daljavo v konkretnem smislu, kakor ga je izbral trgovec, je nezdružljivo s členoma 8(4) in 6(1)(h) Direktive 2011/83, da se v okviru informacij o pravici do odstopa od pogodbe potrošniku zagotovi samo informacija, da ima pravico odstopiti od pogodbe.

43 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

44 Prav tam, str. 34.

45 Glej pod naslovom „Information requirements“ Obvestilo predsedstva, Delovna skupina za varstvo in informiranje potrošnikov z dne 13. maja 2009, 9833/09, CONSOM 113, JUSTCIV 122, CODEC 720, str. 11.

3. Če se na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovori v smislu, da je za ugotavljanje stvarnega področja uporabe člena 8(4) Direktive 2011/83 upoštevno sredstvo komuniciranja na daljavo v konkretnem smislu, kakor ga je izbral trgovec, ni treba, da je vzorčni odstopni obrazec iz Priloge I(B) k Direktivi 2011/83 priložen sredstvu komuniciranja na daljavo, preden se sklene pogodba na daljavo.