Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA MELHIORA VATELĒ [*MELCHIOR WATHELET*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2013. gada 11. jūlijā[1]

Lieta C-391/12

RLvS Verlagsgesellschaft mbH
pret
Stuttgarter Wochenblatt GmbH

(Bundesgerichtshof (Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Patērētāju tiesību aizsardzība — Negodīga komercprakse — Maldinoši izlaidumi reklāmrakstos — Dalībvalsts tiesību normas, kas aizliedz jebkādas maksas publikācijas, ja tām nav pievienota piezīme "sludinājums" ("Anzeige")

I – Ievads

1. Ar savu lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu *Bundesgerichtshof* [Federālā Augstākā tiesa] (Vācija) uzdod Eiropas Savienības Tiesai jautājumu par Direktīvas 2005/29/EK[2] 7. panta un tās I pielikuma 11. punkta interpretāciju.

2. Minētais jautājums Tiesā ir iesniegts 2012. gada 22. augustā tiesvedībā starp *RLvS Verlagsgesellschaft mbH* (turpmāk tekstā – "*RLvS*") un *Stuttgarter Wochenblatt GmbH* (turpmāk tekstā – "*Stuttgarter Wochenblatt*") par iespēju, pamatojoties uz 1964. gada 14. janvāra Bādenes-Virtembergas federālās zemes Preses likuma (*Landespressegesetz Baden-Württemberg*, turpmāk tekstā – "vietējais preses likums") 10. pantu, aizliegt tai publicēt avīzē vai likt publicēt par maksu publikācijas, kas netiek publicētas ar piezīmi "Sludinājums" ("Anzeige").

3. Ar šo jautājumu Tiesai tiek vaicāts par saskaņošanu, kas veikta ar Negodīgas komercprakses direktīvu, un par dalībvalstu iespējām veikt ierobežojošākus pasākumus par tiem, kas ir paredzēti Savienības tiesību aktos, kad tās vēlas nodrošināt lielāku patērētāju aizsardzību vai sasniegt citu mērķi vispārējās interesēs, piemēram, tādu kā pamattiesību aizsardzība. Vācijas valdība uzskata, ka šajā lietā ir runa par plašsaziņas līdzekļu brīvību un plurālismu (ietverti Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. panta 2. punktā).

1 — Oriģinālvaloda – franču.

2 — Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva") (OV L 149, 22. lpp.).

II – Tiesiskais regulējums

A – *Savienības tiesības*

4. Atbilstoši Negodīgas komercprakses direktīvas 2. panta d) punktam par "uzņēmēja komercpraksi attiecībā pret patērētājiem" tiek uzskatīta "jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem".

5. Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 1. punktu tā "attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā". Tomēr šīs direktīvas 3. panta 5. punkta izpratnē "[d]alībvalstis sešus gadus pēc 2007. gada 12. jūnija drīkst šīs direktīvas jomā turpināt piemērot savus noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, un ar ko īsteno direktīvas, kurās ietvertas minimālās saskaņošanas klauzulas. Šiem pasākumiem jābūt būtiski nepieciešamiem, lai pienācīgi aizsargātu patērētājus pret negodīgu komercpraksi, un tiem jābūt samērīgiem ar šo sasniedzamo mērķi. Vajadzības gadījumā 18. pantā minētā pārskatīšanā var ietvert priekšlikumu par šīs atkāpes termiņa pagarināšanu uz turpmāku ierobežotu laiku".

6. Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 8. punktā ir paredzēta cita atkāpe, ar ko tiek precizēts, ka šī direktīva "neskar nekādus uzņēmējdarbības veikšanas vai atļauju izsniegšanas sistēmu nosacījumus vai ētikas kodeksus, vai citus konkrētus noteikumus, ar ko reglamentē reglamentētas profesijas, lai uzturētu augstus profesionāla godīguma standartus, ko dalībvalstis atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem var noteikt profesionāļiem".

7. Minētās direktīvas 4. pantā ir noteikts, ka "dalībvalstis neierobežo nedz pakalpojumu sniegšanas brīvību, nedz brīvu preču apriti tādu iemeslu dēļ, kas ir šīs direktīvas tuvinātajā jomā".

8. Negodīgas komercprakses direktīvas 5. pantā, kura nosaukums ir "Negodīgas komercprakses aizliegums", ir noteikts:

"1. Negodīga komercprakse ir aizliegta.

2. Komercprakse ir negodīga, ja:

a) tā ir pretrunā profesionālās rūpības prasībām

un

b) tā attiecībā uz produktu būtiski kropļo vai var būtiski kropļot tā vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību, kuru produkts sasniedz vai kuram tas adresēts, vai vidusmēra grupas pārstāvja saimniecisko rīcību attiecībā uz produktu, ja komercprakse ir vērsta uz īpašu patērētāju grupu.

[..]

5. Šīs direktīvas I pielikumā dotajā sarakstā ietverti komercprakses veidi, kas visos apstākļos uzskatāmi par negodīgiem. To pašu vienoto sarakstu piemēro visās dalībvalstīs, un to var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu."

9. Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta ar nosaukumu "Maldinoša noklusēšana" 1. un 2. punktā ir noteikts:

"1. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja attiecībā uz tās faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus un saziņas līdzekļa nepilnības, tā noklusē būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tādējādi vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

2. Par maldinošu noklusēšanu arī uzskata gadījumus, ja tirgotājs, ņemot vērā 1. punktā aprakstīto, tajā minēto būtisko informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā vai nenorāda uz komercprakses komercnolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un ja tas jebkurā no minētajiem gadījumiem liek vai var likt vidusmēra patērētājam pieņemt tādu lēmumu par darījuma veikšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis."

10. Negodīgas komercprakses direktīvas I pielikuma ar nosaukumu "Komercprakse, kas jebkuros apstākļos uzskatāma par negodīgu" 11. punktā par "[m]aldinošu komercpraksi" tiek uzskatīts, "ja saziņas līdzekļos izmanto redakcionālu saturu produkta pārdošanas veicināšanai, ja tirgotājs ir samaksājis par pārdošanas veicināšanu, nenorādot uz to saturā vai ar patērētājiem skaidri saprotamu attēlu vai skaņu palīdzību (reklāmraksts). Tas neskar Direktīvu 89/552/EEK [3]."

B – *Vācijas tiesības*

11. Vietējā preses likuma 10. pantā ir noteikts:

"Publikāciju par samaksu apzīmējums

Jebkuram periodiskā izdevuma redaktoram vai vadītājam (8. panta 2. punkta ceturtā teikuma izpratnē), kurš saņem vai pieprasa samaksu par publikāciju vai saņem šīs samaksas garantijas, ir pienākums skaidri apzīmēt šo publikāciju ar norādi "sludinājums" tiktāl, ciktāl publikācijas izkārtojums un noformējums vien jau neļauj atpazīt publikācijas reklāmas raksturu."

12. Vācijas federālā likuma par negodīgu konkurenci (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*) 3. pantā ir noteikts:

"3. pants:

Negodīgas komercprakses aizliegums

1. Negodīga komercprakse, ja tā var būtiski ietekmēt konkurentu, patērētāju vai citu tirgus dalībnieku intereses, ir prettiesiska.

2. Komercprakse attiecībā uz patērētājiem katrā ziņā ir prettiesiska tad, ja tā neatbilst uzņēmēju profesionālajai rūpībai un ja tā var būtiski mazināt patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādus lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis. Par atsauci jāizmanto vidusmēra patērētājs vai, ja komercprakse vērsta uz īpašu patērētāju grupu, šīs grupas vidusmēra dalībnieks. [..].

3. Komercprakse attiecībā uz patērētājiem, kas minēti šā likuma pielikumā, vienmēr ir nelikumīga."

3 — Padomes 1989. gada 3. oktobra Direktīva 89/552/EEK par dažu tādu televīzijas raidījumu veidošanas un apraides noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos (OV L 298, 23. lpp.).

Saskaņā ar federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 3. un 11. punktu "negodīgi rīkojas ikviens, kurš [..] slēpj komercprakses reklāmas raksturu vai [..] pārkāpj tiesību normas, kas uzņēmēju interesēs tāpat regulē rīcību tirgū".

13. Pielikuma, kas attiecas uz federālā likuma par negodīgu konkurenci 3. panta 3. punktu, 11. punktā ir norādīts, ka šā panta izpratnē par nelikumīgu tiek uzskatīta "uzņēmēja finansētas publikācijas izmantošana produkta reklāmai, ja šī saistība nav skaidri izsecināma no satura, vizuālā vai skaņas noformējuma (reklāmraksts)".

III – Pamatlietas faktiskais ietvars un prejudiciālais jautājums

14. *Stuttgarter Wochenblatt* izdod iknedēļas izdevumu ar tādu pašu nosaukumu, bet *RLvS*, kas atrodas Štutgartē (Vācija), izdod sludinājumu avīzi "GOOD NEWS". Šī pēdējā minētā 2009. gada jūnija numurā publicēja divus rakstus, kurus publicēšanai tā bija saņēmusi pret atlīdzību no sponsoriem.

15. Pirmais no šiem diviem rakstiem, publicēts noteiktā lapā rubrikā "GOOD NEWS Prominent", aizņem trīs ceturtdaļas lapas un tā virsraksts ir "VfB Vip-Geflüster" ("Baumas par *VfB* klātesošām personībām"). Šis raksts ir papildināts ar fotogrāfijām un ietver redakcionālu fotoreportāžu par prominentiem viesiem, kuri apmeklējuši Vācijas futbola čempionāta sezonas noslēguma pasākumu, kurā spēlēja klubs *VfB Stuttgart*. Starp titulrindu, kurā ir ietverts arī īss ievads, un raksta pamatdaļu, kurai ir pievienota fotoreportāža ar 19 fotogrāfijām, ir norāde, ka šo rakstu ir finansējušas trešās personas. Šī norāde ir pausta, grafiski izceļot firmas "Scharr" nosaukumu ar piezīmi "Sponsored by" ("sponsorējis"). Lappuses pēdējo ceturtdaļu, kas atrodas zem minētā raksta, aizņem reklāma ar norādi "Anzeige" ("sludinājums"), un no raksta tā ir atdalīta ar līniju. Šajā reklāmā ir teikts, ka stadiona *Mercedez Benz Arena* rekonstrukcija ir sākta, un tiek reklamēts produkts "Scharr Bio Heizöl", ko piedāvā minētā raksta sponsors.

16. Citā lappusē rubrikā "GOOD NEWS Wunderschön" nodrukātais raksts ir daļa no sērijas ar nosaukumu "Wohin Stuttgarter Verreisen" ("Kurp ceļo štutgartieši"), un tā apakšvirsraksts ir "Heute: Leipzig" ("Šodien: Leipciga"). Tajā 7/8 lapaspuses apmērā ir īss Leipcigas pilsētas (Vācija) apraksts. Šī raksta virsrakstam tāpat ir pievienota piezīme "Sponsored by", un tai seko uzņēmuma, kas finansējis rakstu, nosaukums, šajā gadījumā – *Germanwings*, un tas ir grafiski izcelts. Labējā apakšējā stūrī turklāt ir nodrukāta šī uzņēmuma reklāma, kas ir publicēta ar norādi "Sludinājums", un no redakcionālā raksta tā ir norobežota ar atdalošu līniju. Šajā reklāmā piedāvāts konkurss, kura dalībnieki var laimēt divas aviobiļetes uz Leipcigu, pareizi atbildot uz jautājumu par lidojumu, ko sponsors veic starp Štutgarti un Leipcigu, biežumu.

17. *Stuttgarter Wochenblatt* uzskata, ka runa ir par maksas publikācijām vietējā preses likuma 10. panta izpratnē, jo abas publikācijas bija finansiāli sponsorētas, un tātad tās ir pretrunā šim pantam, jo nav skaidri norādīts, ka tā ir reklāma.

18. *Stuttgarter Wochenblatt* iesniedza prasību izskatīšanai pirmās instances tiesā, un *Landgericht*, apmierinot prasījumu, aizliedza *RLvS* par atlīdzību publicēt vai likt publicēt avīzē "GOOD NEWS" publikācijas, kurās nav norādes "sludinājums", kā tas ir bijis abu iepriekš minēto 2009. gada jūnija numura rakstu gadījumā, kuru reklāmas būtība vispārīgi nav izsecināma no to izkārtojuma un noformējuma. *RLvS* šo spriedumu pārsūdzēja, bet pārsūdzība tika noraidīta.

19. Saistībā ar "Revision" kārtībā iesniegtās kasācijas sūdzības iesniegšanu "pārskatīšanai" iesniedzējtiesā *RLvS* uztur savus prasījumus par pieteikuma noraidīšanu. Tā apgalvo, ka ar vietējā preses likuma 10. pantu tiek pārkāptas Savienības tiesības un tātad tas nav piemērojams.

20. *Bundesgerichtshof* šaubās, vai vietējā preses likuma 10. panta pilnīga īstenošana federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 11. punkta kontekstā ir atbilstoša Savienības tiesībām, it īpaši, ņemot vērā pilnīgu noteikumu par uzņēmumu negodīgu komercpraksi attiecībā uz patērētājiem saskaņošanu ar Negodīgas komercprakses direktīvu.

21. Tiktāl, ciktāl pamatlietā abu instanču tiesas *Stuttgarter Wochenblatt* prasību, pamatojoties uz federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 11. punktu un vietējā preses likuma 10. punktu, ir atzinušas par pamatotu, *Bundesgerichtshof* vēlas atstāt atklātu jautājumu par to, vai ar apstrīdētajām publikācijām turklāt nav pārkāpti federālā likuma par negodīgu konkurenci 3. panta 3. punkta, kas lasīts kopā ar pielikuma, kurš attiecas uz šo pantu, 11. punktu, kā arī federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 3. punkta noteikumi, kas būtībā atbilst Negodīgas komercprakses direktīvas 5. panta 5. punktam, kas lasīts kopā ar tās I pielikuma 11. punktu, kā arī tās pašas direktīvas 7. panta 2. punktu.

22. *Bundesgerichtshof* detalizēti aplūko divus mērķus, uz kuriem attiecas vietējā preses likuma 10. pants, kurā regulēta tirgus dalībnieku uzvedība federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 11. punkta izpratnē un kas ir gandrīz identisks visos Vācijas reģionālajos likumos, kuri attiecas uz presi un plašsaziņas līdzekļiem. Pirmkārt, mērķis ir novērst lasītāju maldināšanu, kas rodas tāpēc, ka patērētāji pret reklāmrakstiem, kas ir prezentēti redakcionālu rakstu formā, bieži vien izturas nekritiskāk nekā pret komercreklāmu, kas kā tāda ir atpazīstama. Otrkārt, ar pienākumu nodalīt reklāmu no redakcionālā satura ir iecerēts nodrošināt preses objektivitāti un neitralitāti, novēršot ārējās ietekmes uz presi draudus, tostarp arī ārpus tirdzniecības jomas. Preses un plašsaziņas līdzekļu tiesībās paredzētais nošķiršanas pienākums pilda svarīgu uzdevumu preses un audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu objektivitātes un neitralitātes aizsardzībai, jo tikai ar tiesībās attiecībā uz negodīgu konkurenci paredzētu redakcionālas reklāmas aizliegumu to nevarētu panākt.

23. Šādos apstākļos *Bundesgerichtshof* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:

"Vai ar Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 2. punktu, kā arī minētās direktīvas I pielikuma 11. punktu, lasot tos kopā ar tās pašas direktīvas 4. pantu un 3. panta 5. punktu, netiek pieļauta tādas valsts tiesību normas (šajā gadījumā – vietējā preses likuma 10. panta) piemērošana, kuras mērķis ir ne tikai patērētāju aizsardzība no maldināšanas, bet arī preses neatkarības nodrošināšana un kurā, neatkarīgi no nospraustā mērķa un pretēji Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 2. punktam un minētās direktīvas I pielikuma 11. punktam, ir aizliegta jebkāda publikācija par atlīdzību, kurā nav ietverta norāde "Sludinājums", ja vien publikācijas izkārtojums un noformējums vien jau nenorāda uz publikācijas reklāmas raksturu?"

IV – Tiesvedība Tiesā

24. Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu Tiesā tika saņemts 2012. gada 22. augustā. Rakstiskus apsvērumus iesniedza *Stuttgarter Wochenblatt*, Vācijas, Čehijas un Polijas valdības, kā arī Eiropas Komisija. Tiesas sēde notika 2013. gada 12. jūnijā, klātesot *RLvS*, *Stuttgarter Wochenblatt*, Vācijas valdības un Komisijas pārstāvjiem.

V – Analīze

A – *Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanas joma*

25. Lai atbildētu uz uzdoto jautājumu, vispirms jānoskaidro, vai prakse, uz kuru attiecas pamatlietā pārbaudāmais regulējums un kuras pamatā ir publikācijas par maksu, veido komercpraksi Negodīgas komercprakses direktīvas 2. panta d) punkta izpratnē un līdz ar to ir pakļauta direktīvā ietvertajiem noteikumiem.

26. Par "uzņēmēja komercpraksi attiecībā pret patērētājiem" minētajā 2. panta d) punktā ir uzskatīta "jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem".

27. Vietējā preses likuma 10. pantā savukārt nav nekādas norādes uz jebkādu ekonomisku vai komerciālu darbību neatkarīgi no tā, vai to veic publicētājs vai lasītājs. Šī likuma 10. pants ir piemērojams jebkādam paziņojumam, vai tas ir komerciāls vai nē.

28. Tomēr saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru Negodīgas komercprakses direktīvu raksturo īpaši plaša materiālā piemērošanas joma [4]. Saskaņā ar šīs direktīvas preambulas sestā apsvēruma tekstu un astotā apsvēruma jēgu "no minētās piemērošanas jomas [..] ir izslēgti valstu tiesību akti, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi un kas skar "tikai" [tātad, vienīgi] [5] konkurentu ekonomiskās intereses vai kas attiecas uz darījumiem starp profesionāļiem" [6].

29. Citiem vārdiem sakot, apstrīdēto valsts tiesību normu mērķim, lai tās attiektos uz Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanas jomu, ir jābūt patērētāju aizsardzībai [7]. Ņemot vērā iesniedzējtiesas norādes, "[..] vietējā preses likuma 10. pants, kas ir tikpat kā identisks gandrīz visos Vācijas reģionālajos likumos par presi un plašsaziņas līdzekļiem, regulē uzņēmēju darbību tirgū [..] Federālā likuma par negodīgu konkurenci 4. panta 11. punkta izpratnē. Tam ir divi vienlīdz svarīgi un savstarpēji saistīti mērķi – pirmkārt, mērķis novērst lasītāju maldināšanu, kas rodas tāpēc, ka patērētāji pret reklāmrakstiem, kas ir prezentēti redakcionālu rakstu formā, bieži vien izturas nekritiskāk nekā pret komercreklāmu, kas kā tāda ir atpazīstama [..]. Otrkārt, pienākums nodalīt reklāmu no redakcionālā satura nodrošina preses objektivitāti un neitralitāti" [8].

30. Saskaņā ar iesniedzējtiesas norādēm vietējā preses likuma 10. pantam ir divi mērķi – nodrošināt preses objektivitāti un neitralitāti, kā arī aizsargāt patērētājus [9].

31. Savukārt Vācijas valdība apstrīd, ka 10. pants, bet plašākā nozīmē – viss vietējais preses likums regulē patērētāju aizsardzību. Saskaņā ar formulējumu, ko Vācijas valdība izmantojusi savos rakstveida apsvērumos un kas tika atkārtots 2013. gada 12. jūnija sēdē, lai arī vietējā preses likuma 10. pants attiecas uz patērētāju aizsardzību, tas esot tikai noteikuma, ar kuru paredzēts nodalīt redakcionālo saturu no reklāmas satura, "refleksa efekts".

4 — Skat. 2010. gada 14. janvāra spriedumu lietā C-304/08 *Plus Warenhandelsgesellschaft* (Krājums, I-217. lpp., 39. punkts) un 2010. gada 9. novembra spriedumu lietā C-540/08 *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (Krājums, I-10909. lpp., 21. punkts).

5 — Šajā ziņā skat. ģenerāladvokātes V. Trstenjakas [*V. Trstenjak*] secinājumus lietā, kurā pasludināts spriedums *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēts iepriekš, 47. punkts).

6 — Spriedumi lietā *Plus Warenhandelsgesellschaft* (minēts iepriekš, 39. punkts) un lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēts iepriekš, 21. punkts).

7 — Skat. ģenerāladvokātes V. Trstenjakas secinājumus lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēta iepriekš, 42. punkts).

8 — Apstrīdētā lēmuma 10. punkts.

9 — Turpat, 14. punkts.

32. Tomēr jāatgādina, ka Tiesas kompetencē nav interpretēt valsts tiesību aktus. Tiesa var argumentēt, pamatojoties uz faktisko un regulatīvo kontekstu, kādā iekļaujas prejudiciālais jautājums, kādu to noteikusi iesniedzējtiesa [10]. Attiecībā, konkrēti, uz Negodīgas komercprakses direktīvu Tiesa turklāt skaidri ir atgādinājusi, ka tieši valsts tiesas, nevis [Eiropas Savienības] Tiesas kompetencē ir "noteikt, vai pamatlietā minētā valsts tiesību norma tik tiešām kalpo mērķiem, kas saistīti ar patērētāju tiesību aizsardzību, lai galu galā noteiktu, vai šāds noteikums ietilpst Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanas jomā" [11].

33. Līdz ar to tiktāl, ciktāl pēc *Bundesgerichtshof* uzskatiem pamatlietā apstrīdētā noteikuma mērķis, vismaz daļēji, ir aizsargāt patērētāju, es uzskatu, ka tas ietilpst Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanas jomā.

34. Tomēr, kā es to jau esmu norādījis, vietējā preses likuma 10. pantā nav nekādas atsauces uz jebkādu saimniecisko rīcību neatkarīgi no tā, vai to veic publicētājs vai lasītājs. Tā kā tas attiecas uz jebkādu paziņojumu, gan komerciālu, gan nekomerciālu, es uzskatu, ka ir jānosaka atšķirība.

35. Patiesi, pretēji Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 2. punktam vietējā preses likumā nav paredzēts, ka publikācija tiek veikta komerciālā nolūkā, nedz ka tā varētu mudināt patērētāju izdarīt komercizvēli minētā 7. panta izpratnē. Turklāt publikācijai nav obligāti jāreklamē produkts, pretēji tam, kas ir prasīts šīs direktīvas I pielikuma 11. punktā saistībā ar tās 5. panta 5. punktu.

36. Šajā ziņā es piekrītu Komisijas viedoklim, tai konstatējot, ka saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 1. punktu tā ir piemērojama tikai uzņēmumu negodīgai komercpraksei attiecībā uz patērētājiem, kā noteikts 5. pantā. Tas nozīmē, ka komercprakse ir negodīga tikai tad, ja tā būtiski ietekmē vai var ietekmēt tā vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību attiecībā uz konkrētu produktu, kuru tā skar vai kuram tā ir adresēta.

37. Tiktāl, ciktāl vietējā preses likuma 10. pantā nav paredzēts, ka publikācija tiek veikta ar komerciālu nodomu, nedz arī tas, ka tā var likt patērētājam pieņemt lēmumu veikt darījumu Negodīgas komercprakses direktīvas 5. panta izpratnē, tas ir vērsts uz rīcību, kas ne vienmēr ietilpst šīs direktīvas materiālās darbības jomā. Tā tas varētu būt, piemēram, tādu publikāciju gadījumā, ko finansē politiskās partijas, vispārējo interešu apvienības un citas līdzīgas organizācijas, kam nav komerciāla mērķa. Minētā direktīva uz šiem gadījumiem neattiecas, un valsts likumdevējs šajā ziņā saglabā savu rīcības brīvību.

B – *Ar Negodīgas komercprakses direktīvu veiktās saskaņošanas apjoms*

38. Kā iesniedzējtiesa pārliecinoši uzsver, ar Negodīgas komercprakses direktīvu ir veikta pilnīga noteikumu attiecībā uz komercpraksi saskaņošana. Saskaņā ar šīs direktīvas 4. pantu dalībvalstis nevar noteikt ierobežojošākus pasākumus par tiem, kas noteikti minētajā direktīvā, kaut arī to mērķis būtu nodrošināt augstāku patērētāju aizsardzības līmeni [12].

10 — Šajā ziņā it īpaši skat. 2008. gada 17. jūlija spriedumu lietā C-347/06 *ASM Brescia* (Krājums, I-5641. lpp., 28. punkts).

11 — Tiesas 2011. gada 30. jūnija rīkojums lietā C-288/10 *Wamo* (Krājums, I-5835. lpp., 28. punkts).

12 — Šajā ziņā skat. 2009. gada 23. aprīļa spriedumu apvienotajās lietās C-261/07 un C-299/07 *VTB-VAB* un *Galatea* (Krājums, I-2949. lpp., 52. punkts) un spriedumu lietā *Plus Warenhandelsgesellschaft* (minēts iepriekš, 41. punkts), kā arī spriedumu lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēts iepriekš, 30. punkts).

39. Attiecībā uz Tiesā iesniegtajā lietā apstrīdēto praksi Savienības likumdevējs ir uzskatījis, ka reklāmrakstam nav piemērojama negodīgas prakses kvalifikācija Negodīgas komercprakses direktīvas izpratnē, ja šāda veida publikācijas īpašais finansējums ir skaidri norādīts tās saturā vai ar patērētājiem skaidri saprotamu attēlu vai skaņu palīdzību [13]. Vietējā preses likuma 10. pantā ir prasīts, lai ikviens periodiskā izdevuma redaktors, kurš saņem vai pieprasa samaksu par publikāciju (vai saņem šīs samaksas garantijas), šo publikāciju skaidri apzīmētu ar norādi "sludinājums" (ja vien šīs publikācijas izkārtojums un noformējums jau vispārīgi neļauj atzīt tās reklāmas raksturu).

40. No šā salīdzinājuma izriet, ka gadījumos, kad Savienības likumdevējs nav pieprasījis īpašu norādi, Vācijas reģionālajos likumos principā prasīta vārda "sludinājums" izmantošana. Lai gan dažos gadījumos bez tā ir iespējams iztikt – t.i., kad publikācijas izvietojums un noformējums ļauj vispārīgi atpazīt tās reklāmas raksturu –, tas negroza faktu, ka šis noteikums daudz vairāk ierobežo izdevēja rīcību nekā Negodīgas komercprakses direktīva. Patiesi, atbilstoši šīs direktīvas I pielikuma 11. punktam reklāmraksts ir uzskatāms par negodīgu komercpraksi, ja profesionālis ir samaksājis par publikāciju, nenorādot uz to saturā vai ar patērētājiem skaidri saprotamu attēlu vai skaņu palīdzību. Manuprāt, šie ierobežojumi attiecas uz to pašu situāciju, kas minēta Vācijas vietējā preses likuma 10. punktā.

41. Tas, ka pamatlietā aplūkojamo pasākumu iemesls arī ir rūpes par preses objektivitātes un neitralitātes nodrošināšanu, man nešķiet pietiekami, lai mainītu pamatojumu un secinājumus.

42. Protams, Tiesa ir atzinusi, ka preses daudzveidība varētu būt obligāta prasība attiecībā uz LESD 36. pantu un ar to varētu tikt pamatoti preču brīvas aprites ierobežojumi [14]. Tomēr Tiesa ir arī precizējusi, ka, "pat pieņemot, ka pamatlietā aplūkotās tiesību normas galvenais mērķis ir plašsaziņas līdzekļu daudzveidības saglabāšana [..], ir svarīgi norādīt, ka iespēja dalībvalstīm savā teritorijā saglabāt vai ieviest pasākumus, kuru mērķis vai sekas ir komercprakses kvalificēšana par negodīgu to iemeslu dēļ, kas ir saistīti ar plašsaziņas līdzekļu daudzveidības saglabāšanu, nav minēta starp izņēmumiem, kas attiecas uz [Negodīgas komercprakses] direktīvas piemērošanas jomu, kuri paredzēti tās preambulas [sestajā un devītajā] apsvērumā, kā arī tās 3. pantā" [15].

43. Man šķiet, ka šis secinājums ir jāizdara jo vairāk tāpēc, ka, nosakot par obligātu norādi, kas nav minēta Negodīgas komercprakses direktīvas I pielikuma 11. punktā, valsts likumdevējs savā ziņā groza tādas komercprakses sarakstu, kas jebkuros apstākļos tiek uzskatīta par negodīgu, bet tas dalībvalsts likumdevējam ir aizliegts. Patiesi, ņemot vērā šīs direktīvas 5. panta 5. punktu, minētajā I pielikumā iekļautais komercprakses veidu saraksts var tikt grozīts tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu. Citiem vārdiem sakot, šajā pašā direktīvā īpaši aizliegts dalībvalstīm vienpusēji papildināt I pielikuma sarakstu [16].

44. Negodīgas komercprakses direktīva ir jāinterpretē tādējādi, ka tā nepieļauj valsts tiesisko regulējumu, kāds ir aplūkots pamatlietā, tiktāl, ciktāl tas attiecas uz publikācijām, kuras veido negodīgu komercpraksi minētās direktīvas 5. panta izpratnē.

13 — Šīs direktīvas I pielikuma 11. punkts.

14 — Šajā ziņā skat. 1997. gada 26. jūnija spriedumu lietā C-368/95 *Familiapress* (*Recueil*, I-3689. lpp., 18. punkts).

15 — Skat. spriedumu lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēts iepriekš, 26. punkts).

16 — Šajā ziņā skat. ģenerāladvokātes V. Trstenjakas secinājumus lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēti iepriekš, 115. punkts).

C – *Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 5. punkta ietekme*

45. Iesniedzējtiesa savā jautājumā piemin arī Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 5. punktu, saskaņā ar kuru "[d]alībvalstis sešus gadus pēc 2007. gada 12. jūnija drīkst šīs direktīvas jomā turpināt piemērot savus noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, un ar ko īsteno direktīvas, kurās ietvertas minimālās saskaņošanas klauzulas. Šiem pasākumiem jābūt būtiski nepieciešamiem, lai pienācīgi nodrošinātu patērētāju aizsardzību pret negodīgu komercpraksi, un šiem pasākumiem jābūt samērīgiem ar šo sasniedzamo mērķi [..]".

46. Vai šī tiesību norma neattiecās, vismaz līdz 2013. gada 12. jūnijam, uz vietējā preses likuma 10. pantu? Nedomāju, ka tas tā ir.

47. Kā ģenerāladvokāte V. Trstenjaka ir uzsvērusi secinājumos iepriekš minētajā lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag*, Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 5. punktā šis izņēmums ir ierobežots ar valstu noteikumiem, ar ko "īsteno direktīvas, kurās ietvertas minimālās saskaņošanas klauzulas" [17].

48. Šajā ziņā visi lietas dalībnieki tiesas sēdē apstiprināja, ka pamatlietā aplūkojamajā vietējā likumā nav paredzēts transponēt nevienu direktīvu, bet tas nepieļauj minētā 3. panta 5. punkta piemērošanu.

49. Es savukārt piebilstu, ka vietējā preses likuma 10. pants, ja tajā nav paredzēts transponēt Negodīgas komercprakses direktīvas noteikumus, tomēr attiecas uz vienu jomu – t.i., reklāmrakstu – uz ko attiecas šīs direktīvas I pielikuma 11. punkts. Tāpēc man šķiet, ka šī joma ir pakļauta pilnīgai saskaņošanai, kas veikta ar minēto direktīvu, un tātad arī šajā ziņā tā ir izslēgta no šīs direktīvas 3. panta 5. punkta piemērošanas jomas.

D – *Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 8. punkta ietekme*

50. Savos apsvērumos Polijas valdība atsaucas uz iespējamību vietējās preses likuma nosacījumus uzskatīt par noteikumiem, ko dalībvalstis var uzlikt par pienākumu profesionāļiem, ņemot vērā Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 8. punktu, lai garantētu, ka viņi atbilst augstākam integritātes līmenim.

51. Šajā jautājumā, tiesas sēdē tiesneša referenta izjautāti, visi klātesošie lietas dalībnieki atzina, ka Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 8. punkts nav attiecināms uz žurnālistiem. Arī es uzskatu, ka apstrīdētais likums nevar tikt uzskatīts par īpašiem noteikumiem, kas regulē reglamentētu profesiju šīs direktīvas 2. panta l) punkta izpratnē.

VI – Secinājums

52. Ņemot vērā visus iepriekš izklāstītos apsvērumus, es iesaku Tiesai uz *Bundesgerichtshof* uzdoto jautājumu atbildēt šādi:

Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva"), ir jāinterpretē tādējādi, ka ar to netiek pieļauta valsts tiesību norma, kāda

17 — Šajā ziņā un direktīvu, kas ietver klauzulu par minimālo saskaņošanu Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 5. punkta izpratnē, piemēram skat. ģenerāladvokātes V. Trstenjakas secinājumus lietā *Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag* (minēti iepriekš, 64. punkts un 44. zemsvītras piezīme).

tiek aplūkota pamatlietā un kurā tiktāl, ciktāl tā attiecas uz publikācijām, kuras veido negodīgu komercpraksi šīs direktīvas 5. panta izpratnē, pieprasīts, lai ikviens periodiskā izdevuma redaktors, kurš saņem vai pieprasa samaksu par komerciālu publikāciju vai saņem šīs samaksas garantijas, šo publikāciju skaidri apzīmētu ar norādi "sludinājums", ja vien šīs publikācijas izkārtojums un noformējums jau vispārīgi neļauj atzīt tās reklāmas raksturu un tā nav domāta ne tikai patērētāju aizsardzībai, bet arī citiem mērķiem.