MELCHIOR WATHELET
FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA
Az ismertetés napja: 2013. július 11.[1]

C-391/12. sz. ügy

RLvS Verlagsgesellschaft mbH
kontra
Stuttgarter Wochenblatt GmbH

(a Bundesgerichtshof [Németország] által benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem)

„Fogyasztóvédelem — Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok — Megtévesztő mulasztások a szerkesztői reklámokban — Olyan tagállami szabályozás, amely minden olyan fizetett közleményt megtilt, amely nem tünteti fel a »hirdetés« (»Anzeige«) kifejezést”

I – Bevezetés

1. Előzetes döntéshozatal iránti kérelmével a Bundesgerichtshof (Németország) a 2005/29/EK irányelv[2] 7. cikkének és I. melléklete 11. pontjának értelmezésére kéri a Bíróságot.

2. E kérelmet 2012. augusztus 22-én nyújtották be a Bírósághoz az RLvS Verlagsgesellschaft mbH (a továbbiakban: RLvS) és a Stuttgarter Wochenblatt GmbH (a továbbiakban: Stuttgarter Wochenblatt) között folyamatban lévő jogvitában, amelynek tárgya, hogy meg lehet-e tiltani az RLvS számára, hogy az 1964. január 14-i Landespressegesetz Baden-Württemberg (a sajtóról szóló baden-württembergi tartományi törvény, a továbbiakban: a sajtóról szóló tartományi törvény) 10. §-a alapján olyan fizetett közleményeket helyezzen vagy helyeztessen el egy újságban, amelyek nem tartalmazzák a „hirdetés” („Anzeige”) kifejezést.

3. E kérdés révén a Bíróságot a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat szabályozó irányelv terén elvégzett harmonizáció terjedelméről, valamint annak lehetőségéről kérdezik, hogy a tagállamok eljárhatnak-e az uniós jognál megszorítóbban, amennyiben fokozottabb védelemben kívánják részesíteni a fogyasztókat, vagy más közérdekű célt kívánnak követni; például egy alapvető jog védelmét. A jelen ügyben a német kormány szerint a tömegtájékoztatás szabadságának és sokszínűségének védelméről van szó (amelyek az Európai Unió Alapjogi Chartája 11. cikkének (2) bekezdésében szerepelnek).

1 — Eredeti nyelv: francia.

2 — A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 149., 22. o.; a továbbiakban: a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv).

II – Jogi háttér

A – *Az uniós jog*

4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének d) pontja szerint „az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatai”: „a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával”.

5. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (1) bekezdése értelmében az irányelvet „az üzleti vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni”. Ugyanakkor az irányelv 3. cikkének (5) bekezdése szerint „[a] 2007. június 12-ét követő hat év folyamán az ezen irányelv által közelített területen a tagállamok továbbra is alkalmazhatják azon nemzeti jogszabályaikat, amelyek megszorítóbbak és szigorúbbak ezen irányelvnél, és amelyek minimális harmonizációs kikötéseket tartalmazó irányelveket hajtanak végre. Ezeknek a rendelkezéseknek jelentőseknek kell lenniük ahhoz, hogy biztosítsák a fogyasztóknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni megfelelő védelmét, és arányban kell állniuk ezzel az elérendő céllal. A 18. cikkben említett felülvizsgálat adott esetben magában foglalhat egy olyan javaslatot is, hogy ezt az eltérést további, korlátozott időtartamra meghosszabbítsák”.

6. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (8) bekezdése egy másik eltérést ír elő, amennyiben kimondja, hogy az irányelv nem érinti „a letelepedésre vagy az engedélyezési rendszerekre vonatkozó feltételeket, a kötelességteljesítéssel kapcsolatos magatartási kódexeket vagy a szabályozott szakmákra vonatkozó egyéb, a szakemberek magas szintű szakmai integritása megőrzése érdekében előírt különleges szabályokat, amelyeket a tagállamok a közösségi joggal összhangban megállapíthatnak”.

7. Az említett irányelv 4. cikke úgy rendelkezik, hogy „[a] tagállamok nem korlátozhatják sem a szolgáltatások nyújtásának szabadságát, sem az áruk szabad mozgását az ezen irányelv által közelített területekhez tartozó indokok alapján”.

8. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv „A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma” címet viselő 5. cikke a következőket rögzíti:

„(1) Tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazni.

(2) A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben:

a) ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel

és

b) a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut vagy aki a címzettje, illetve – amennyiben a kereskedelmi gyakorlat egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul – a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását.

[…]

(5) Az I. melléklet tartalmazza azoknak a kereskedelmi gyakorlatoknak a felsorolását, amelyek minden körülmény között tisztességtelennek minősülnek. Ugyanezt a felsorolást kell alkalmazni minden tagállamban, és a felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható."

9. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv „Megtévesztő mulasztások" című 7. cikkének (1) és (2) bekezdése a következőképpen rendelkezik:

„(1) Megtévesztőnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely a ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint kommunikációs eszközeinek korlátait is –, az átlagfogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges jelentős információkat hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

(2) Megtévesztő mulasztásnak minősül az is, ha a kereskedő az (1) bekezdésben említett jelentős információt hallgat el, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, figyelembe véve az említett bekezdésben leírt szempontokat, illetve ha nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és amennyiben ez bármelyik esetben ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna."

10. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv „Minden körülmény között tisztességtelennek minősülő kereskedelmi gyakorlatok" című I. mellékletének 11. pontja szerint a „Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok" közé tartozik „[a]z írott és elektronikus sajtóban szerkesztői tartalom használata a termék eladásösztönzésére, amikor a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből, vagy a hangokból. (»advertorial«, szerkesztői reklám). Ez nem érinti a 89/552/EGK irányelvet.[3]"

B – *A német jog*

11. A sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a a következőképpen rendelkezik:

„A fizetett közlemények megjelölése

Az időszaki kiadvány közzététel ellenében ellenértéket vagy annak ígéretét elfogadó vagy kérő kiadója, vagy az azért a 8. cikk (2) bekezdésének negyedik mondata szerint felelős személy a közleményt, amennyiben annak elrendezése és formája általánosságban nem teszi azt már önmagában hirdetésként azonosíthatóvá, köteles a „hirdetés" szóval egyértelműen megjelölni."

12. A Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló törvény) 3. §-a a következőképpen rendelkezik:

„3. § A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma

(1) Jogellenesek azok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, amelyek alkalmasak arra, hogy a versenytársak, a fogyasztók vagy az egyéb piaci szereplők érdekeit jelentősen befolyásolják.

3 — A tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i 89/552/EGK tanácsi irányelv (HL L 298., 23. o.; magyar nyelvű különkiadás 6. fejezet, 1. kötet, 224. o.).

(2) A fogyasztóval szembeni kereskedelmi gyakorlatok minden körülmény között tiltottak, ha nem felelnek meg a vállalkozóra vonatkozó szakmai gondosságnak, valamint ha alkalmasak arra, hogy a fogyasztó tájékoztatáson alapuló döntéshozatali képességét jelentős mértékben befolyásolják, és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára késztessék, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ezen értékelés során az átlagfogyasztót vagy – ha a kereskedelmi gyakorlat meghatározott fogyasztói csoportra irányul – ezen csoport átlagtagját kell alapul venni. […].

(3) Az e törvény mellékletében felsorolt, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatok minden körülmény között tiltottak.”

A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-a 3. és 11. pontjának alkalmazásában „[t]isztességtelenül jár el, aki […] leplezi a kereskedelmi gyakorlat hirdetésjellegét […] vagy megsért olyan jogszabályi rendelkezést, amelynek célja egyben a piaci magatartás szabályozása a piaci szereplők érdekében.”

13. A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 3. §-ának (3) bekezdéséhez kapcsolódó melléklet 11. pontja kimondja, hogy e rendelkezés értelmében jogellenesnek tekintendő „egy vállalkozó által finanszírozott szerkesztőségi tartalom felhasználása egy termék reklámozására, amennyiben e kapcsolat nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból, illetve a vizuális vagy elhangzó bemutatásból (szerkesztői reklám)”.

III – Az alapeljárás ténybeli háttére és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés

14. A Stuttgarter Wochenblatt adja ki az azonos című hetilapot, a stuttgarti székhelyű (Németország) RLvS pedig a „GOOD NEWS” hirdetőújság kiadója. Utóbbi a 2009. júniusi számában két olyan cikket tett közzé, amelyért támogatóktól ellenértéket kapott.

15. A két cikk közül az első, amely a „GOOD NEWS Prominent” rovat egy adott oldalán jelent meg, az oldal háromnegyedét elfoglalja, címe pedig a „VfB VIP-Geflüster” („VfB VIP-pletykák”). E cikk esetében a német labdarugó-bajnokságban szereplő VfB Stuttgart labdarúgócsapat évadzáróján megjelent prominens vendégekről készült szerkesztői képtudósításról volt szó. A rövid bevezetőt is tartalmazó címsor és a 19 fényképet magában foglaló képtudósítás között tájékoztatás található arra nézve, hogy a cikket harmadik személyek finanszírozták. E tájékoztatás a „Scharr” cégnév „Sponsored by” („Támogatta:”) toldattal ellátott grafikus kiemeléséből áll. E cikk alatt található egy negyedoldalas, vonallal elkülönített és az „Anzeige” („hirdetés”) szóval megjelölt reklám. Ez a reklám a Mercedes-Benz Arena átépítési munkálatainak kezdetéről szóló tudósítást, valamint a cikk támogatója által kínált „Scharr Bio Heizöl” termék reklámját tartalmazza.

16. A lap egy másik oldalán, a „GOOD NEWS Wunderschön” rovatban megjelent cikk a „Wohin Stuttgarter Verreisen” („Ahova a stuttgartiak utaznak”) címet viselő sorozat részét képezi, és a „Heute: Leipzig” („Ma: Lipcse”) alcímet viseli. E cikk esetében egy 7/8-oldalas, Lipcse városáról (Németország) készült szerkesztői villámportréról van szó. E cikk címsora a „Sponsored by” toldattal ellátva ismét csak egy grafikusan kiemelt utalást tartalmaz a Germanwings társaságra, amely anyagilag hozzájárult az említett cikk elkészültéhez. A jobb alsó sarokban ezenkívül a Germanwings reklámja is megtalálható, amelyet szintén az „Anzeige” („hirdetés”) szóval jelöltek meg, és amelyet szintén vonal különít el a cikktől. A reklám nyereményjátékot tartalmaz, amelyben a résztvevők többek között két repülőjegyet nyerhetnek Lipcsébe, ha helyesen válaszolnak a szponzor Stuttgart és Lipcse közötti repülőjáratai gyakoriságára vonatkozó kérdésre.

17. A Stuttgarter Wochenblatt úgy véli, hogy mivel a két szóban forgó közleményt anyagilag támogatták, a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a értelmében vett fizetett közleményekről van szó, és azok ennélfogva megsértik e cikket, mivel hirdetés jellegük nem került világosan feltüntetésre.

18. A Landgericht, amely előtt a Stuttgarter Wochenblatt első fokon keresetet indított, a kereseti kérelemnek helyt adott, és ennek megfelelően megtiltotta a RLvS számára, hogy a „GOOD NEWS” újságban olyan fizetett közleményeket tegyen vagy tétessen közzé a „hirdetés” megjegyzés feltüntetése nélkül – amint erre a 2009. júniusi számban szereplő két cikk esetében sor került –, amelyek elrendezése és formája nem teszi nyilvánvalóvá, hogy hirdetésről van szó. Az RLvS fellebbezett az ítélet ellen, ezt azonban elutasították.

19. A kérdést előterjesztő bírósághoz benyújtott felülvizsgálati kérelmében az RLvS továbbra is a kereset elutasítását kéri. Arra hivatkozik, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a nem alkalmazható, mivel e rendelkezés ellentétes az uniós joggal.

20. A Bundesgerichtshof azt vizsgálja, hogy a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontjával összefüggésben a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának maradéktalan alkalmazása megfelel-e az uniós jognak, figyelemmel különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv által az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályok terén elvégzett teljes harmonizációra.

21. Mivel az alapeljárásban a két eljáró bíróság a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontja és a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a alapján helyt adott a Stuttgarter Wochenblatt keresetének, a Bundesgerichtshof nem kívánja eldönteni azt a kérdést, hogy a vitatott közlemények egyébként nem sértették-e a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 3. §-ának (3) bekezdéséhez kapcsolódó melléklet 11. pontjával összefüggésben értelmezett 3. §-ának (3) bekezdését, valamint a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 3. pontját, amely rendelkezések lényegileg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 11. pontjával, valamint 7. cikke (2) bekezdésével összefüggésben értelmezett 5. cikke (5) bekezdésének felelnek meg.

22. A Bundesgerichtshof részletesen ismerteti a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának két célkitűzését, amely szabályozza a gazdasági szereplőknek a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontja értelmében vett piaci magatartását, és amely csaknem szó szerint azonos formában megtalálható a német szövetségi tartományok szinte valamennyi sajtó- vagy médiatörvényében. Egyrészt meg kell akadályozni az olvasók abból fakadó megtévesztését, hogy a fogyasztók a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokhoz gyakran kevésbé kritikusan állnak hozzá, mint a felismerhető kereskedelmi reklámokhoz. Másrészt a reklám szerkesztői résztől történő elkülönítésének követelménye jellemzően biztosítja a sajtó objektivitásának és semlegességének megőrzését, elhárítva – a gazdasági tevékenység körén kívül is – a sajtóra gyakorolt külső befolyás veszélyét. Az elkülönítés sajtó- és médiajogi követelménye ennyiben – az egyedül a szerkesztői reklámnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó jog szerinti tilalma által nem betölthető – fontos szerepet játszik a sajtó és a műsorszolgáltatás objektivitásának és semlegességének védelmében.

23. Ilyen körülmények között a Bundesgerichtshof úgy döntött, hogy felfüggeszti az eljárást, és a következő kérdést terjeszti a Bíróság elé előzetes döntéshozatal céljából:

„Ellentétes-e a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 4. cikkével és 3. cikkének (5) bekezdésével összefüggésben értelmezett 7. cikkének (2) bekezdésével és I. mellékletének 11. pontjával az olyan nemzeti rendelkezés (a jelen esetben: a Landespressegesetz Baden-Württemberg [a sajtóról szóló baden-württembergi tartományi törvény] 10. §-ának) alkalmazása, amely a fogyasztók megtévesztéssel szembeni védelme mellett a sajtó függetlenségének védelmét is szolgálja, és amely a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdésével és I. mellékletének 11. pontjával ellentétben céljától függetlenül minden fizetett közleményt megtilt, ha a közleményre nem hívják fel a figyelmet a »hirdetés« megjegyzés feltüntetésével, kivéve ha már a közlemény elrendezése és formája is nyilvánvalóvá teszi, hogy hirdetésről van szó?”

IV – A Bíróság előtti eljárás

24. Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem 2012. augusztus 22-én érkezett a Bírósághoz. A Stuttgarter Wochenblatt, a német, a cseh és a lengyel kormány, valamint a Bizottság terjesztett elő írásbeli észrevételt. A 2013. június 12-én tartott tárgyaláson az RLvS és a Stuttgarter Wochenblatt képviselői, a német kormány és a Bizottság képviseltette magát.

V – Elemzés

A – *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya*

25. Annak érdekében, hogy válaszoljunk a feltett kérdésre, mindenekelőtt el kell dönteni, hogy az alapeljárásban szóban forgó szabályozás tárgyát képező gyakorlatok, amelyek közlemények ellenérték fejében történő megjelentetéséből állnak, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének d) pontja értelmében vett kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek-e, és ezért az azokra vonatkozó szabályok hatálya alá tartoznak-e.

26. A fent hivatkozott 2. cikk d) pontja a következőképpen határozza meg „az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatai[t]”: „a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával.”

27. A sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a semmilyen utalást nem tartalmaz gazdasági vagy kereskedelmi magatartásra, akár a közlemény kiadójánál, akár az olvasónál. A törvény 10. §-a mindenfajta kommunikációra vonatkozik, akár kereskedelmi jellegű az, akár nem.

28. Mindemellett, az állandó ítélkezési gyakorlat szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet különösen széles tárgyi hatály jellemzi.[4] A (6) preambulumbekezdés szövege szerint, összhangban az irányelv (8) preambulumbekezdésének szellemével, „e hatályból csak azok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó nemzeti jogszabályok zárhatók ki, amelyek »kizárólag«[5] a versenytársak gazdasági érdekeit sértik, vagy szakemberek közötti ügyleteket érintenek.”[6]

29. Másként fogalmazva, az arra a kérdésre adott válasz, hogy a szóban forgó nemzeti szabályozás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozik-e, attól függ, hogy az a fogyasztók védelmét célozza-e.[7] Márpedig a kérdést előterjesztő bíróság szerint „[a] sajtóról szóló baden-württembergi tartományi törvény 10. §-a szerinti rendelkezés, amely csaknem szó szerint azonos formában megtalálható a német szövetségi tartományok szinte valamennyi sajtó- vagy médiatörvényében, az a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontja értelmében a piaci szereplők magatartását szabályozza. Annak két egyenrangú célja

4 — Lásd ebben az értelemben a C-304/08. sz. Plus Warenhandelsgesellschaft ügyben 2010. január 14-én hozott ítélet (EBHT 2010., I-217. o.) 39. pontját, valamint a C-540/08. sz. Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben 2010. november 9-én hozott ítélet (EBHT 2010., I-10909. o.) 21. pontját.

5 — Lásd ebben az értelemben Trstenjak főtanácsnok fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyre vonatkozó, 2010. március 24-i indítványának 47. pontját.

6 — A fent hivatkozott Plus Warenhandelsgesellschaft ügyben hozott ítélet 39. pontja és a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 21. pontja.

7 — Lásd ebben az értelemben Trstenjak főtanácsnok fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyre vonatkozó, 2010. március 24-i indítványának 42. pontját.

van: egyrészt meg kívánja akadályozni az olvasók abból fakadó megtévesztését, hogy a fogyasztók a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokhoz gyakran kevésbé kritikusan állnak hozzá, mint a felismerhető kereskedelmi reklámokhoz […]. A reklám szerkesztői résztől történő elkülönítésének követelménye másrészt a sajtó objektivitásának és semlegességének megőrzését szolgálja.[8]”

30. A kérdést előterjesztő bíróság szerint tehát a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának kettős célja van, egyrészt a sajtó objektivitásának és semlegességének megőrzése, másrészt a fogyasztók védelme.[9]

31. A maga részéről a német kormány vitatja, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a és általában az egész törvény a fogyasztók védelmét szabályozza. A német kormány által írásbeli észrevételeiben használt és a 2013. június 12-én tartott tárgyaláson megismételt megfogalmazás szerint, noha a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a végső soron a fogyasztók védelmét célozza, csak „visszaható hatás” révén írja elő a szerkesztői tartalom és a hirdetési tartalom elválasztásának kötelezettségét.

32. Mindazonáltal emlékeztetni kell arra, hogy nem a Bíróság feladata a nemzeti jog értelmezése. A Bíróságnak azon ténybeli és szabályozási háttérre kell alapítania indokolását, amelybe az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések illeszkednek, és a kérdést előterjesztő bíróság megállapításait kell alapul vennie.[10] Éppen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet illetően a Bíróság egyébként kifejezetten kimondta, hogy „[a]nnak vizsgálata érdekében tehát, hogy az alapügy tárgyát képező nemzeti rendelkezés a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozhat-e, nem a Bíróságnak, hanem a kérdést előterjesztő bíróságnak a feladata annak a megállapítása, hogy ténylegesen a fogyasztók védelmére irányuló célokat követ-e.[11]”

33. Következésképpen, mivel a Bundesgerichtshof szerint a vitatott rendelkezés legalábbis részben a fogyasztók védelmét célozza, úgy vélem, hogy az a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozik.

34. Ugyanakkor, ahogy már kiemeltem, a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a semmilyen utalást nem tartalmaz gazdasági magatartásra, akár a közlemény kiadójánál, akár az olvasónál. Mivel e cikk mindenfajta kommunikációra vonatkozik, akár kereskedelmi jellegű az, akár nem, úgy vélem, hogy különbségtételt kell alkalmaznunk.

35. Ellentétben ugyanis a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdésével, a sajtóról szóló tartományi törvény nem feltételezi, hogy a közleményre kereskedelmi célból került sor, sem azt, hogy az valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy a fogyasztó az irányelv 7. cikke értelmében vett ügyleti döntést hoz. Ehhez hasonlóan a közleménynek nem kell szükségszerűen reklámoznia egy terméket, ellentétben az irányelv 5. cikkének (5) bekezdésével összefüggésben értelmezett I. mellékletének 11. pontjában előírtakkal.

36. E tekintetben osztom a Bizottság véleményét, amely megjegyzi, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (1) bekezdése értelmében az irányelvet csak az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni. Ez azt jelenti, hogy a kereskedelmi gyakorlat csak akkor tisztességtelen, ha az érintett termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut, vagy aki a címzettje.

8 — Az előzetes döntéshozatalra utaló határozat 10. pontja.

9 — Uo. 14. pont.

10 — Lásd ebben az értelemben többek között a C-347/06. sz. ASM Brescia ügyben 2008. július 17-én hozott ítélet (EBHT 2008., I-5641. o.) 28. pontját.

11 — A Bíróság C-288/10. sz. Wamo-ügyben 2011. június 30-án hozott végzésének (EBHT 2011., I-5835. o.) 28. pontja.

37. Mivel a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a nem feltételezi, hogy a közlemény közzétételére kereskedelmi célból került sor, sem azt, hogy az valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy a fogyasztó az irányelv 5. cikke értelmében vett ügyleti döntést hoz, az olyan tényállásokra irányul, amelyek rendszerszerűen nem tartoznak az irányelv tárgyi hatálya alá. Ez a helyzet például a politikai pártok, közérdekű szervezetek és egyéb hasonló, gazdasági céllal nem rendelkező szervezetek által fizetett hirdetésekkel. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem alkalmazandó erre a helyzetre, így ezekkel kapcsolatban a nemzeti jogalkotó megőrzi cselekvési szabadságát.

B – *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv által elvégzett harmonizáció terjedelme*

38. Ahogy arra a kérdést előterjesztő bíróság releváns módon rámutat, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv elvégezte a kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályok teljes körű harmonizációját. Ezen irányelv 4. cikke értelmében a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben meghatározottaknál megszorítóbb intézkedéseket, még ha azok célja a fogyasztók számára magasabb szintű védelem biztosítása is. [12]

39. A Bírósághoz benyújtott iratokban szereplő gyakorlatok kapcsán az uniós jogalkotó úgy vélte, hogy a szerkesztői reklám nem minősül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, amennyiben az ilyenfajta közlemény különös finanszírozása világosan kiderül a fogyasztó számára a tartalomból, a képekből vagy a hangokból. [13] A sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a pedig azt írja elő, hogy az időszaki kiadvány közzététel ellenében ellenértéket (vagy annak ígéretét) elfogadó vagy kérő kiadója a közleményt (amennyiben annak elrendezése és formája általánosságban nem teszi azt már önmagában hirdetésként azonosíthatóvá) köteles a „hirdetés” szóval egyértelműen megjelölni.

40. Ebből az összehasonlításból kitűnik, hogy ahol az uniós jogalkotó nem ír elő kifejezett feltüntetést, a német tartományi rendelkezés főszabály szerint a „hirdetés” szó pontos használatát írja elő. Az, hogy bizonyos esetekben – amennyiben a közlemény elrendezése és formája általánosságban azt már önmagában hirdetésként azonosíthatóvá teszi – ettől el lehet tekinteni, nem változtat azon a tényen, hogy e rendelkezés erősebb kötelezettséget határoz meg a szerkesztő magatartását illetően, vagyis megszorítóbb, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv. Az irányelv I. mellékletének 11. pontja szerint a szerkesztői reklám csak akkor jelent tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, ha a közleményért fizető kereskedő ezt nem tüntette fel a fogyasztó számára világosan a tartalomban, a képekben, vagy a hangokban. E korlátozás álláspontom szerint ugyanarra a helyzetre vonatkozik, mint amelyet a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a céloz.

41. Az a tény, hogy a szóban forgó intézkedést a sajtó objektivitásának és semlegességének megőrzése is indokolja, véleményem szerint szintén nem változtathat az indokoláson és a következtetésen.

42. Kétségtelen, hogy a Bíróság elismerte, hogy a sajtó sokszínűsége jelenthet az EUMSZ 36. cikk értelmében vett feltétlenül érvényesítendő követelményt, amely igazolhatja az áruk szabad mozgásának korlátozását. [14] Ugyanakkor azt is kiemelte, hogy „annak feltételezése esetén is, hogy az alapügyben vitatott nemzeti rendelkezés célja alapvetően a sajtó sokszínűségének […] fenntartása, a tagállamok azon lehetősége, hogy a területükön olyan intézkedéseket tartsanak hatályban vagy vezessenek be,

12 — Lásd ebben az értelemben a C-261/07. és C-299/07. sz., VTB-VAB és Galatea egyesített ügyekben 2009. április 23-án hozott ítélet (EBHT 2009., I-2949. o.) 52. pontját, a fent hivatkozott Plus Warenhandelsgesellschaft ügyben hozott ítélet 41. pontját, valamint a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 30. pontját.

13 — A hivatkozott irányelv I. mellékletének 11. pontja.

14 — Lásd ebben az értelemben a C-368/95. sz. Familiapress-ügyben 1997. június 26-án hozott ítélet (EBHT 1997., I-3689. o.) 18. pontját.

amelyeknek a célja vagy a hatása a kereskedelmi gyakorlatoknak a sajtó sokszínűségének a fenntartásához kapcsolódó indokok miatt történő tisztességtelenné minősítése, nem szerepel [a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló] irányelv hatályát illetően az irányelv (6) és (9) preambulumbekezdésében, valamint 3. cikkében felsorolt eltérések között”. [15]

43. Úgy vélem, hogy a következtetés azért is adja magát, mivel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 11. pontjában nem szereplő kötelező feltüntetés előírásával a nemzeti jogalkotó valamilyen módon módosítja a minden körülmények között tisztességtelennek tekintett kereskedelmi gyakorlatok listáját, ami számára tiltott. Az irányelv 5. cikkének (5) bekezdése szerint ugyanis a kereskedelmi gyakorlatok I. mellékletben szereplő listája csak az irányelv felülvizsgálata révén módosítható. Másként fogalmazva, ugyanezen irányelv kifejezetten megtiltja a tagállamok számára, hogy egyoldalúan kiegészítsék az I. mellékletében szereplő listát. [16]

44. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet tehát úgy kell értelmezni, hogy azzal ellentétes az alapeljárásban szereplőhöz hasonló nemzeti szabályozás, amennyiben az olyan közlésekre vonatkozik, amelyek a hivatkozott irányelv 5. cikke értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek.

C – *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikke (5) bekezdésének hatása*

45. Kérdésében a kérdést előterjesztő bíróság hivatkozik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (5) bekezdésére is, amely szerint „[a] 2007. június 12-t követő hat év folyamán az ezen irányelv által közelített területen a tagállamok továbbra is alkalmazhatják azon nemzeti jogszabályaikat, amelyek megszorítóbbak és szigorúbbak ezen irányelvnél, és amelyek minimális harmonizációs kikötéseket tartalmazó irányelveket hajtanak végre. Ezeknek a rendelkezéseknek jelentőseknek kell lenniük ahhoz, hogy biztosítsák a fogyasztóknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni megfelelő védelmét, és arányban kell állniuk ezzel az elérendő céllal. […]”

46. E cikk nem alkalmazandó, legalábbis 2013. június 12-ig, a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ára? Álláspontom szerint nem.

47. Ahogy Trstenjak főtanácsnok hangsúlyozta a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben ismertetett indítványában, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (5) bekezdése e kivételt azon nemzeti szabályokra korlátozza, amelyek „minimális harmonizációs kikötéseket tartalmazó irányelveket hajtanak végre. [17]”

48. E tekintetben a tárgyaláson valamennyi fél megerősítette, hogy a szóban forgó tartományi törvénynek nem volt célja semmilyen irányelv átültetése, ami kizárja a 3. cikk (5) bekezdésének alkalmazását.

15 — Lásd a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 26. pontját.

16 — Lásd ebben az értelemben Trstenjak főtanácsnok fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyre vonatkozó, 2010. március 24-i indítványának 115. pontját.

17 — Lásd ebben az értelemben és példaként az olyan irányelvekre, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (5) bekezdése értelmében vett minimális harmonizációs kikötést tartalmaznak, Trstenjak főtanácsnok fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyre vonatkozó, 2010. március 24-i indítványának 64. pontját és 44. lábjegyzetét.

49. A magam részéről ehhez hozzáteszem, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a, noha nem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv valamely rendelkezésének átültetését célozza, mindazonáltal olyan területet érint – a szerkesztői reklámot –, amelyet az irányelv I. mellékletének 11. pontja szabályoz. E terület tehát álláspontom szerint az irányelv által elvégzett teljes körű harmonizáció körébe esik, és ugyanezen az alapon nem tartozik az irányelv 3. cikke (5) bekezdésének hatálya alá.

D – *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikke (8) bekezdésének hatása*

50. Észrevételeiben a lengyel kormány utal arra a lehetőségre, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény rendelkezéseit olyan szabályoknak tekintsük, amelyeket a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikke (8) bekezdésének értelmében a tagállamok a szakemberek magas szintű szakmai integritása megőrzése érdekében előírhatnak.

51. A tárgyaláson jelenlevő felek az előadó bíró kérdésére mind úgy vélték, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (8) bekezdése nem alkalmazandó az újságírókra. Én is úgy vélem, hogy a vitatott rendelkezés nem tekinthető ezen irányelv 2. cikkének l) pontja értelmében vett szabályozott szakmát szabályozó különleges szabálynak.

VI – Végkövetkeztetések

52. A fenti megfontolások összességére tekintettel azt javaslom, hogy a Bíróság a Bundesgerichtshof által feltett kérdést a következőképpen válaszolja meg:

A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvet (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) tehát úgy kell értelmezni, hogy azzal ellentétes az alapeljárásban szereplőhöz hasonló szabályozás – amennyiben az olyan közleményekre vonatkozik, amelyek az ezen irányelv 5. cikke értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek –, amely minden olyan kiadónak előírja, aki időszaki kiadványokat ad ki, és aki kereskedelmi közlemény ellenértékeként díjat szed be vagy kér, illetve ilyen díjra ígéretet kap, hogy ezen közleményt a „hirdetés” szóval lássa el, amennyiben annak elrendezése és formája általánosságban nem teszi azt már önmagában hirdetésként azonosíthatóvá, és amely nem kizárólag a fogyasztók védelmére irányul, hanem más célokat is követ.