



Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEJ ADVOKÁTKY
ELEANOR SHARPSTON
prednesené 19. decembra 2013¹

Vec C-515/12

**„4finance“ UAB
proti
Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba
a**

Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Litva)]

„Ochrana spotrebiteľa — Nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom —
Pyramídová schéma — Potreba poskytnutia plnenia spotrebiteľmi za zapojenie sa do pyramídovej
schémy — Existencia súvislosti medzi plnením poskytovaným novými členmi a kompenzáciou
vyplácanou existujúcim členom — Relevantnosť výšky plnenia“

1. Smernica 2005/29/ES (ďalej len „smernica o nekalých obchodných praktikách“ alebo „smernica“)² okrem iného zakazuje pyramídové propagačné schémy (ďalej len „pyramídové schémy“). Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Najvyšší správny súd) (Litva) predložil tri otázky týkajúce sa výkladu smernice v súvislosti s takýmito schémami. Pýta sa, či pyramídová schéma patrí do pôsobnosti smernice len za predpokladu, že spotrebiteľia za zapojenie sa do schémy poskytujú plnenie. Pokiaľ áno, je potrebné preukázať, že predmetná schéma je financovaná uvedeným plnením, a predstavuje suma požadovaná na zapojenie sa do schémy relevantný faktor?

Právne predpisy

Smernica

2. V odôvodneniach 2 až 6 smernice sa uvádza, že jej hlavným cieľom je zavedenie súboru jednotných pravidiel na zlepšenie fungovania vnútorného trhu. Odôvodnenia 7 a 8 stanovujú, že smernica „sa zaoberá obchodnými praktikami, ktoré priamo súvisia s ovplyvňovaním rozhodnutí o obchodnej transakcii spotrebiteľov vo vzťahu k produktom“, a „priamo ochraňuje ekonomické záujmy spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľov voči spotrebiteľom“. Podľa odôvodnenia 11 smernica „vytvára vysokú spoločnú úroveň ochrany spotrebiteľa“ tým, že zavádza „jednotný všeobecný zákaz týchto nekalých obchodných praktík, ktoré narušajú ekonomické správanie spotrebiteľov“. Odôvodnenie 12 stanovuje: „Harmonizácia podstatne zvýši právnu istotu spotrebiteľov

¹ — Jazyk prednesu: angličtina.

² — Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“) (Ú. v. EÚ L 149, s. 22).

i podnikateľov. Spotrebiteľia aj podnikatelia sa budú môcť spoľahnúť na jednotný právny rámec založený na jasne definovaných právnych pojmoch upravujúcich všetky aspekty nekalých obchodných praktík v celej [Európskej únii]. Jeho následkom bude odstránenie prekážok vyplývajúcich z roztrieštenosti predpisov o nekalých obchodných praktikách, ktoré poškodzujú ekonomické záujmy spotrebiteľov a umožnenie dosiahnutia vnútorného trhu v tejto oblasti.“ Odôvodnenie 17 stanovuje: „Je žiaduce, aby tie obchodné praktiky, ktoré sú za každých okolností nekalé, boli identifikované, aby sa poskytla väčšia právna istota. Príloha I preto obsahuje úplný výpočet všetkých týchto praktík. Toto sú jediné obchodné praktiky, ktoré môžu byť považované za nekalé bez toho, aby boli jednotlivo posudzované podľa ustanovení článkov 5 až 9. Tento výpočet môže byť upravený len novelizáciou tejto smernice.“

3. V článku 1 sa uvádza, že účelom smernice je „prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a dosiahnuť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa aproximáciou zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách poškodzujúcich ekonomické záujmy spotrebiteľov“.

4. Článok 2 obsahuje kľúčové definície:

„...“

- c) „produkt“ je akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľností, práva a záväzku;
- d) „obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom“ (ďalej tiež „obchodné praktiky“) sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom;
- e) „podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa“ je využitie obchodnej praktiky na značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil;

...

- h) „odborná starostlivosť“ je úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníckej činnosti;

...

- k) „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu vcelku alebo v častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania;

...“

5. Článok 3 najmä stanovuje, že smernica:

„1. ... sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.“

6. Článok 3 ods. 9 stanovuje: „Vo vzťahu k ‚finančným službám‘ definovaným v smernici 2002/65/ES a vo vzťahu nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje.“

7. Článok 5 ods. 1 smernice zakazuje nekalé obchodné praktiky. Podľa článku 5 ods. 2 je obchodná praktika nekalá, ak „je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti“ a „podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná...“. Článok 5 ods. 5 stanovuje: „Príloha I obsahuje výpočet tých obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé. Ten istý jediný výpočet sa uplatňuje vo všetkých členských štátoch a môže byť upravený iba novelizáciou tejto smernice.“

8. Články 6 až 9 v prejednávanej veci nie sú relevantné. Týkajú sa klamlivých činností, klamlivých opomenutí konania, agresívnych obchodných praktík a použitia obťažovania, nátlaku a neprimeraného vplyvu.

9. Bod 14 „čierneho zoznamu“ uvedeného v prílohe I smernice znie: „Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov.“³

Vnútroštátna právna úprava

10. Podľa § 7 ods. 22 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas (zákon Litovskej republiky o zákaze nekalých obchodných praktík podnikateľov voči spotrebiteľom) sa obchodná praktika považuje za klamlivú, a teda za nekalú, keď má formu vytvorenia, prevádzkovania alebo podporovania pyramídovej schémy distribúcie tovaru, ktorá spotrebiteľom poskytuje možnosť získať platbu hlavne za zapojenie ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie za predaj alebo spotrebu produktov.

Skutkové okolnosti, konanie a prejudiciálne otázky

11. Spoločnosť „4finance“ UAB (ďalej len „4finance“) poskytuje spotrebiteľom drobné pôžičky prostredníctvom zmlúv na diaľku. Od 26. októbra 2010 do 15. februára 2011 uskutočnila reklamnú kampaň, podľa ktorej každému, kto sa zaregistruje na jej internetovej stránke, bude na bankový účet pripísaná určitá suma za každého „priateľa“, ktorého pozve a ktorý sa následne zaregistruje na internetovej stránke spoločnosti 4finance. Postup bol takýto. Pri registrácii museli spotrebiteľia vyplniť formulár on-line a uhradiť čisto formálny registračný poplatok 0,01 LTL. Spoločnosť 4finance pri registrácii žiadala, aby spotrebiteľia na registráciu vyzvali „priateľov“ tak, že do príslušného poľa na internetovej stránke zadajú číslo ich mobilného telefónu alebo emailovú adresu. Spoločnosť 4finance mohla vďaka týmto informáciám ponúkať svoje drobné pôžičky „priateľom“, ktorí boli vyzvaní na registráciu. Ak sa príslušná osoba zaregistrovala, spotrebiteľovi, ktorý poskytol jej kontaktné údaje, bola pripísaná suma 10 LTL alebo 20 LTL („bonus“).⁴ Po registrácii nadobudla dotknutá osoba právo požiadať spoločnosť 4finance o drobnú pôžičku v podobe zmluvy na diaľku.⁵

3 — Anglické znenie smernice „... gives consideration for the opportunity to receive compensation...“ [„poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu“] chápem tak, že znamená „pays a fee for the opportunity to receive remuneration“ [„uhradí poplatok za možnosť získať odmenu“]. Je dôležité zdôrazniť, že nie všetky jazykové verzie smernice vrátane litovského znenia obsahujú slovné spojenie „poskytne plnenie“.

4 — Zo spisu vnútroštátneho súdu vyplýva, že spotrebiteľia mohli pozvať až 50 osôb za deň a najviac 200 osôb za mesiac.

5 — Počas kampane sa zaregistrovalo viac ako 12 223 osôb. Z nich 3 577 požiadalo o úver a 2 868 úver získalo, pričom niektoré osoby si zobrali viac drobných pôžičiek. Spoločnosť 4finance prijala registračné poplatky v sume približne 122 LTL a vyplatila bonusy vo výške 236 060 LTL.

12. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (Národný úrad na ochranu práv spotrebiteľov) usúdila, že spoločnosť 4finance vytvorila schému pyramídového predaja, ktorá spotrebiteľov oprávňuje na získanie platby hlavne za zapojenie ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie za predaj alebo spotrebu produktov. Z tohto dôvodu vydal rozhodnutie, ktorým spoločnosti 4finance uložil pokutu vo výške 8 000 LTL za porušenie vnútroštátnej právnej úpravy zakazujúcej také schémy.

13. Spoločnosť 4finance podala voči rozhodnutiu žalobu, v ktorej navrhovala, aby súd zaviazal Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (ministerstvo financií) na náhradu pokuty. Prvostupňový súd 25. októbra 2011 žalobu zamietol. Spoločnosť 4finance sa následne odvolala na Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas, ktorý Súdnemu dvoru predložil tieto prejudiciálne otázky:

- „1. Má sa bod 14 prílohy I [smernice] vykladať v tom zmysle, že vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej propagačnej schémy sa považuje za klamlivú obchodnú praktiku za každých okolností iba vtedy, keď je spotrebiteľ povinný zaplatiť za získanie kompenzácie, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov?
2. Ak je nevyhnutné, aby spotrebiteľ [poskytol plnenie] za právo získať kompenzáciu, má výška [plnenia poskytnutého] spotrebiteľom za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov, vplyv na kvalifikáciu pyramídovej propagačnej schémy ako klamlivej obchodnej praktiky v zmysle bodu 14 prílohy I smernice? Možno platby poskytované spotrebiteľmi v čisto symbolickej výške, ktorých účelom je zistenie totožnosti spotrebiteľov, považovať za platby poskytované za možnosť získať kompenzáciu v zmysle bodu 14 prílohy I smernice?
3. Má sa bod 14 prílohy I smernice vykladať v tom zmysle, že na to, aby bolo možné pyramídovú propagačnú schému považovať za klamlivú obchodnú praktiku v zmysle uvedeného ustanovenia je dôležité iba to, aby bola kompenzácia vyplácaná už registrovanému spotrebiteľovi hlavne za zapojenie ďalších spotrebiteľov do schémy, a nie za predaj alebo spotrebu produktov, alebo je dôležitá aj miera, v akej je kompenzácia, ktorá sa vypláca účastníkom tejto schémy za zapojenie nových spotrebiteľov, financovaná z príspevkov nových členov? Musí byť [v prípade, ktorý je predmetom konania vo veci samej] kompenzácia, ktorá sa vypláca už registrovaným účastníkom pyramídovej propagačnej schémy, úplne alebo z väčšej časti financovaná z príspevkov členov, ktorí sa v tejto schéme registrujú prvýkrát?“

14. Písomné pripomienky predložila spoločnosť 4finance, vlády Českej republiky, Talianska, Litvy a Poľska, ako aj Európska komisia. Nikto z účastníkov konania nepožadoval, aby sa konalo pojednávanie, a preto sa pojednávanie neuskutočnilo.

Posúdenie

Úvodné pripomienky

15. Je nesporné, že konanie vo veci samej sa týka obchodnej praktiky podnikateľa voči spotrebiteľom zahŕňajúcej propagáciu, predaj alebo dodávku produktov spotrebiteľom v zmysle smernice.

16. V prejednávanej veci sa štátny orgán usiluje zabezpečiť dodržiavanie vnútroštátneho právneho predpisu, ktorým bola prebratá smernica. Z ustálenej judikatúry vyplýva, že vnútroštátny súd musí pri rozhodovaní urobiť všetko, čo je v jeho právomoci, s prihliadnutím na celé vnútroštátne právo s cieľom zabezpečiť úplnú účinnosť smernice a dosiahnuť výsledok v súlade s cieľmi tohto

opatrenia.⁶

Prvá otázka

17. Prvou otázkou sa vnútroštátny súd pýta, či musí spotrebiteľ poskytnúť plnenie na to, aby pyramídová schéma predstavovala klamlivú obchodnú praktiku v zmysle bodu 14 prílohy I.

18. Pri posudzovaní uvedenej otázky je nevyhnutné zaoberať sa tým, čo pyramídová schéma je. Takéto schémy sú opísané vo všetkých pripomienkach predložených v prejednávanej veci (okrem pripomienok predložených Komisiou⁷), opisy sa však líšia.

19. Spoločnosť 4finance tvrdí, že prevádzkuje legálnu marketingovú sieť, nie pyramídovú schému. Zastáva názor, že pyramídová schéma zahŕňa: (i) určitý druh investície, (ii) podvod v súvislosti s použitím investovaných súm, (iii) platby existujúcim investorom z prostriedkov poskytnutých novými investormi, (iv) príslub nezvyčajne vysokého zisku, a (v) príjmy vytvorené počtom investorov, ktorí sa do schémy zapoja, a nie predajom produktov.

20. Česká republika uvádza, že podstata takej schémy spočíva v tom, že každý spotrebiteľ zaplatí za zapojenie sa do nej s vedomím, že získa kompenzáciu od spotrebiteľov, ktorí sa do schémy zapoja neskôr. Nevytvára sa pridaná hodnota, ale len sa prerozdeľujú prostriedky. Taliansko tvrdí, že produkty sú v takých schémach druhoradé a ide len o zámienku na zapojenie ďalších spotrebiteľov do schémy: prvoradá je samotná schéma. Litva poukazuje na to, že v judikatúre Súdneho dvora pojem „pyramídová schéma“ nie je vymedzený, je však toho názoru, že z mnohých štúdií jasne vyplýva, že základným prvkom takých schém je existencia súvislosti medzi výhodou získanou spotrebiteľom (kompenzácia alebo platba) a tým, že vyzve ďalších spotrebiteľov, aby sa do schémy zapojili. Práve táto súvislosť určuje, či je taká schéma legálna alebo nelegálna. Poľsko je toho názoru, že podstata pyramídovej schémy spočíva v tom, že zárobok alebo zisk závisí od platieb vykonaných osobami na nižších úrovniach pyramídovej štruktúry, a nie od predaja produktov.

21. V bode 14 prílohy I smernice je uvedený kumulatívny a taxatívny zoznam prvkov, ktoré treba preukázať na to, aby sa na pyramídovú schému vzťahoval zákaz stanovený v článku 5 ods. 1 smernice. Podvod v zozname nefiguruje. Neuvádza sa tam ani to, že zisk alebo platba poskytnutá existujúcim členom, ktorí na zapojenie sa do schémy vyzvú ďalších spotrebiteľov, musí mať (najmenej) určitú hodnotu. Schémy využívajúce pyramídovú propagačnú metódu bez konkrétnych črt, ktoré uvádza spoločnosť 4finance, v ktorých by však boli prítomné všetky prvky uvedené v bode 14 prílohy I, predstavujú klamlivé, a teda nekalé obchodné praktiky na účely článku 5 ods. 5 smernice.

22. Je zjavné, že pyramídové schémy môžu byť zhubné v dôsledku príslubu vysokých ziskov v krátkom čase len za to, že spotrebiteľ uhradí vstupný poplatok a získa ďalších účastníkov, ktorí urobia to isté, čím spotrebiteľov nabádajú k investovaniu na základe nerealistických očakávaní. Výška zisku v porovnaní so vstupným poplatkom alebo rýchlosť narastania ziskov však nefigurujú medzi prvkami uvedenými v bode 14 prílohy I. Preto sú tiež irelevantné pri určovaní toho, či je konkrétna schéma zakázaná.

6 — Rozsudok z 8. septembra 2011, Francisco Javier Rosado Santana (C-177/10, Zb. s. I-7907, bod 50 a tam citovaná judikatúra).

7 — Pozri štúdiu „Door to door selling – Pyramid selling – Multilevel marketing“ (Podomový predaj – pyramídový predaj – viacúrovňový marketing), ktorú pre Európsku komisiu vypracovali Micklitz, Monazzahian a Rößler.

23. Vnútroštátny súd však správne poukazuje na polutovaniahodnú rozdielnosť medzi jednotlivými jazykovými verziami smernice, ktoré sú rovnako záväzné. Vo väčšine z nich je poskytnutie „plnenia“ za možnosť získať kompenzáciu uvedené ako jeden z prvkov pyramídovej schémy.⁸ V bulharskom, gréckom, litovskom, maďarskom, nemeckom, slovinskom a švédskom znení však požiadavka „poskytnúť plnenie“ nie je jasne vyjadrená. Litovské a nemecké znenie (, ktoré vnútroštátny súd uvádza,) je takéto: „piramidės pobūdžio skatinimo sistemos sukūrimas, naudojimas ar reklamavimas, kai vartotojui suteikiama galimybė gauti atlygį visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą“ a „Einführung, Betrieb oder Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung, bei dem der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist“. V týchto jazykových verziách smernice tak nie je uvedené, že platba poskytnutá spotrebiteľom („plnenie“) za zapojenie sa do schémy je požadovanou črtou pyramídovej schémy. Podľa iných jazykových verzií (napríklad francúzskej, poľskej a španielskej verzie, ktorými sa vnútroštátny súd tiež zaoberá) však ide o základnú vlastnosť.

24. Spoločnosť 4finance tvrdí, že platba 0,01 LTL požadovaná pri registrácii sa neuskutočňovala ako výmena za možnosť získať kompenzáciu, ale len na zistenie totožnosti konkrétného spotrebiteľa. Poplatok mal najnižšiu možnú požadovateľnú výšku, aby sa tak zabezpečilo, že spoločnosť 4finance bude mať spoľahlivé informácie na zistenie totožnosti osoby, ktorá sa registruje. Keďže poplatok sa uhrádzal prevodom on-line, spoločnosť 4finance získala prístup k údajom o mene, priezvisku, identifikačnom čísle a čísle účtu dotknutej osoby, ako aj k ďalším osobným údajom potrebným na poskytnutie úveru na diaľku.

25. Taliansko zastáva názor, že spotrebiteľ musí uskutočniť ekonomický úkon, a pokiaľ nie je poskytnuté plnenie, k takémuto úkonu nedošlo. Poľsko tvrdí, že plnenie je základným prvkom pyramídovej schémy. Keby sa smernica vykladala inak, znamenalo by to rozšírenie jej pôsobnosti a brzdenie rozvoja vnútorného trhu, zatiaľ čo ochrana spotrebiteľa by nebola posilnená. Litva zastáva názor, že to, či spotrebiteľ poskytne plnenie za zapojenie sa do pyramídovej schémy, nemôže byť rozhodujúci faktor. Uvádza, že keby vymedzenie pyramídového predaja súviselo s poskytnutím plnenia za zapojenie sa do schémy, pôsobnosť zákazu by bola zbytočne obmedzená.

26. Komisia tvrdí, že nekalé praktiky patria do pôsobnosti smernice, pokiaľ majú obchodnú povahu. Ak spotrebiteľ poskytne plnenie, aby sa mohol zapojiť do schémy, ide o obchodnú transakciu, na ktorú sa tak smernica vzťahuje.

27. Z ustálenej judikatúry vyplýva, že v prípade rozporu medzi rôznymi jazykovými verziami predpisu EÚ sa má predmetné ustanovenie vykladať podľa všeobecnej štruktúry a účelu právneho predpisu, ktorého je súčasťou.⁹ Potreba jednotného uplatňovania a výkladu právnych predpisov EÚ tak vylučuje, aby bol predpis posudzovaný izolovane v jednej zo svojich verzií, ale vyžaduje, aby bol vykladaný podľa skutočnej vôle normotvorcu a ním sledovaného cieľa najmä s prihliadnutím na všetky jazykové verzie.¹⁰

28. Podľa môjho názoru o pyramídovú schému na účely bodu 14 prílohy I ide iba vtedy, keď spotrebiteľia za zapojenie sa do takej schémy poskytujú plnenie.

29. Taký výklad bodu 14 prílohy I je potvrdený posúdením jeho kontextu a účelu.

8 — Konkrétne ide o anglické, české, dánske, estónske, fínske, francúzske, holandské, lotyšské, maltské, poľské, portugalské, rumunské, slovenské, španielske a talianske znenie.

9 — Rozsudky zo 6. októbra 1982, Cilfit a i. (283/81, Zb. s. 3415, body 18 až 20); zo 7. decembra 1995, Rockfon (C-449/93, Zb. s. I-4291, bod 28), a z 1. apríla 2004, Borgmann (C-1/02, Zb. s. I-3219, bod 25).

10 — Rozsudok z 3. júna 2010, Internetportal und Marketing (C-569/08, Zb. s. I-4871, bod 35 a tam citovaná judikatúra). Pozri novší rozsudok z 25. apríla 2013, Bark (C-89/12, bod 36).

30. V článku 3 ods. 1 smernice sa uvádza, že sa vzťahuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom. Pyramídová schéma takou praktikou je.

31. Pokiaľ je praktika uvedená v čiernom zozname stanovenom v prílohe I, „považuje sa“ (slovami článku 5 ods. 5) „za každých okolností za nekalú“. Nie je potrebné skúmať ju podľa článku 5 ods. 2 a preukázať, či je predmetná praktika v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a či by narušila ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa v zmysle tohto ustanovenia. Príloha I obsahuje výpočet praktík, ktoré sa považujú za každých okolností za klamlivé. Zjavne medzi ne patria všetky praktiky, ktoré sú pyramídovou schémou podľa bodu 14 prílohy. Praktiky uvedené v čiernom zozname sa automaticky považujú za nekalé obchodné praktiky, ktoré sú podľa článku 5 ods. 1 zakázané.¹¹

32. Smernica zakazuje využívanie obchodnej praktiky na „značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil“.¹² „Rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je vymedzené ako „akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu..., ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu...“.¹³ Smernica sa teda zaoberá tým, či schopnosť spotrebiteľa prijať ekonomické rozhodnutie v jeho najlepšom záujme nie je narušená praktikami, ktoré používa dotknutý podnikateľ. Z týchto dvoch vymedzení vyplýva, že smernica sa týka praktík, pri ktorých spotrebiteľ musí poskytnúť plnenie (t. j. uhradiť poplatok), a nie situácií, v ktorých nedochádza k takému ekonomickému zaangažovaniu. Definícia zahŕňajúca plnenie je v súlade s ochranou spotrebiteľov prijímajúcich rozhodnutia, ktoré súvisia s ich ekonomickými záujmami. Keby nedochádzalo k plneniu, bolo by problematické identifikovať ekonomické správanie, ktoré si vyžaduje ochranu v zmysle smernice.

33. Litva tvrdí, že požiadavka, aby spotrebiteľia za zapojenie sa do pyramídovej schémy poskytovali plnenie, obmedzuje pôsobnosť zákazu stanoveného v bode 14 prílohy I. Narušilo by to účinok článku 3 ods. 9 a nebolo by to v súlade s cieľmi smernice.

34. S týmto nesúhlasím.

35. Článok 3 ods. 9 umožňuje členským štátom zaviesť prísnejšie požiadavky na finančné služby. Požiadavka, podľa ktorej spotrebiteľia musia poskytnúť plnenie za zapojenie sa do pyramídovej schémy bez ohľadu na jej predmet, nemá nijaký vplyv na právomoc členských štátov zaviesť prísnejšie opatrenia týkajúce sa finančných služieb.

36. Je pravda, že ak je plnenie nevyhnutným prvkom schémy, na ktorú sa vzťahuje bod 14 prílohy I, zužuje to pôsobnosť ustanovenia. Nemyslím si však, že taký výklad narúša účel a ciele smernice.

37. Cieľom smernice je zakázať obchodné praktiky, ktoré priamo súvisia s ovplyvňovaním rozhodnutí spotrebiteľov o obchodných transakciách vo vzťahu k produktom, a chrániť ich ekonomické záujmy pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľov voči spotrebiteľom¹⁴ v kontexte vytvorenia vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa na celom území Európskej únie.¹⁵ V odôvodneniach 12 a 17 sa však jasne uvádza, že normotvorca chcel zvýšiť právnu istotu, ktorá je základným prvkom pre fungovanie vnútorného trhu,¹⁶ pre spotrebiteľov i podnikateľov najmä určením tých obchodných praktík, akými sú pyramídové schémy, ktoré sú za každých okolností nekalé.

11 — Pozri tiež rozsudok zo 17. októbra 2013, RLvS (C-391/12, bod 33).

12 — Článok 2 písm. e).

13 — Článok 2 písm. k).

14 — Pozri odôvodnenia 7 a 8.

15 — Odôvodnenie 11.

16 — Rozsudok z 18. októbra 2012, Purely Creative (C-428/11, bod 45).

38. Normotvorca chcel pri zostavovaní čierneho zoznamu obchodných praktík, ktoré sa v súlade s článkom 5 ods. 5 „za každých okolností považujú za nekalé“, uvedeného v prílohe I pravdepodobne zdôrazniť praktiky, ktoré sú najjednoznačnejšie nekalé. Netreba zabúdať na to, že táto smernica zavádza úplnú harmonizáciu¹⁷ a že členské štáty nemôžu stanoviť výnimky z čierneho zoznamu: môže byť upravený len novelizáciou samotnej smernice.¹⁸ V jednotlivých prípadoch sa neskúma, či praktika, na ktorú sa vzťahuje jeden z bodov prílohy I, v *skutočnosti* spĺňa niektoré z kritérií nekalých obchodných praktík stanovených v článku 5 ods. 2 a 4. Praktika uvedená v čiernom zozname je *ipso facto* zakázaná vo všetkých členských štátoch.

39. Zastávam názor, že pokiaľ sú jazykové verzie rozdielne – ako je to v prejednávanej veci –, tieto faktory hovoria v prospech toho, aby sa za záväznú považovala verzia vyžadujúca splnenie väčšieho, a nie menšieho počtu kritérií, skôr než sa určitá praktika automaticky zaradi do čierneho zoznamu, lebo sa na ňu vzťahuje niektorý z bodov prílohy I. Praktika, ktorá nie je automaticky zaradená do čierneho zoznamu, môže byť napriek tomu zakázaná, pokiaľ sa pri skúmaní jednotlivých prípadov zistí, že je v rozpore s niektorým z kritérií nekalej praktiky uvedených v článku 5. Taký výklad preto nenarúša cieľ spočívajúci v zabezpečení vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa. Na druhej strane pozitívne prispieva k vytvoreniu právnej istoty v súvislosti s pôsobnosťou čierneho zoznamu uvedeného v prílohe I.¹⁹

40. Vzhľadom na to zastávam názor, že ak sa má na schému vzťahovať vymedzenie uvedené v bode 14 prílohy I, je nevyhnutné, aby spotrebiteľ poskytol plnenie za zapojenie sa do predmetnej schémy.

Tretia otázka

41. Druhá a tretia otázka úzko súvisia. Vnútroštátny súd sa týmito otázkami pýta, či je nevyhnutné preukázať prepojenie medzi plnením poskytovaným novými členmi a kompenzáciou vyplácanou existujúcim členom (tretia otázka), a pokiaľ áno, či je relevantná výška takéhoto plnenia (druhá otázka). Zdá sa, že pri poskytovaní odpovede vnútroštátnemu súdu je logickejšie zaoberať sa otázkami v uvedenom poradí.

42. Vnútroštátny súd uvádza, že na rozhodnutie vo veci samej potrebuje vedieť, či je relevantná skutočnosť, že plnenie poskytnuté za zapojenie sa do predmetnej schémy bolo pomerne nízke (0,01 LTL) v porovnaní s bonusom vyplácaným za zapojenie nových členov (od 10 do 20 LTL). Treťou otázkou sa tak po prvé pýta, či je obchodná praktika klamlivá v zmysle bodu 14 prílohy I, pokiaľ prevádzkovateľ schémy vypláca kompenzáciu hlavne za úspešné zapojenie nových členov, a nie za predaj alebo spotrebu produktov. Po druhé sa pýta, či rozsah, v akom je taká kompenzácia financovaná z plnení poskytnutých za zapojenie sa do schémy, predstavuje relevantný faktor.

43. Spoločnosť 4finance tvrdí, že o pyramídovú schému nemôže ísť v prípade, keď vyplácaná kompenzácia pochádza z prostriedkov dotknutého podniku, a nie z plnenia poskytovaného novými členmi. Česká republika zastáva názor, že musí existovať súvislosť medzi plnením poskytovaným za zapojenie sa do schémy a platbami vyplácanými existujúcim členom za zapojenie nových členov a že samotné plnenie musí postačovať na zaručenie fungovania schémy. Taliansko, Litva, Poľsko a Komisia zastávajú názor, že na účely bodu 14 prílohy I nie je potrebné preukazovať nijakú takúto súvislosť.

44. Žiaľ, znenie bodu 14 prílohy I nie je rovnaké vo všetkých jazykových verziách smernice.

17 — Pozri odôvodnenia 5 a 6.

18 — Článok 5 ods. 5.

19 — Pokiaľ ide o ťažkosti súvisiace s *neexistenciou* požiadavky na plnenie, pozri bod 31 týchto návrhov.

45. Pokiaľ teda ide o texty skúmané vnútroštátnym súdom (kurzívou vo všetkých nasledujúcich citáciách zvýraznila generálna advokátka), v litovskom a nemeckom znení sa uvádza, že spotrebiteľ v pyramídovej propagačnej schéme získa kompenzáciu „*hlavne za*“ zapojenie ďalších spotrebiteľov do schémy, a nie za predaj alebo spotrebu produktov.²⁰ Tieto znenia budem nazývať verziami „bez relatívnej podmienky“.

46. Naopak, francúzska verzia znie „*percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits*“ a španielska „*la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos*“. Anglické znenie je s nimi v súlade, lebo hovorí o možnosti „*receive compensation that is derived primarily from the introduction of other consumers into the scheme rather than from the sale or consumption of products*“ [„získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov“]. Tieto znenia budem nazývať verziami „s relatívnou podmienkou“.²¹

47. Zámerom tejto smernice je zavedenie úplnej harmonizácie a praktiky uvedené v čiernom zozname prílohy I sú *ipso facto* zakázané.²² Existuje však jasný rozkol medzi verziami bez relatívnej podmienky a verziami s relatívnou podmienkou. Ako má Súdny dvor postupovať za týchto okolností?

48. Stručne povedané, prístup vychádzajúci z verzií „s relatívnou podmienkou“ stanovuje jasnú ekonomickú súvislosť medzi odmeňovaním existujúcich členov a náborom nových členov. Ide o reštriktívny výklad ustanovenia. Je to v úplnom súlade so zásadou (z ktorej som vychádzala v odpovedi na prvú otázku), že čierny zoznam uvedený v prílohe I sa má vykladať reštriktívne. Vzhľadom na svoju reštriktívnosť ponecháva väčší priestor pre kreatívny marketing. „Kreatívny“ nemusí nevyhnutne znamenať „nekalý“. A vždy existuje záchranná sieť, lebo posudzovanie jednotlivých prípadov podľa článku 5 ods. 2 alebo článku 5 ods. 4 by malo viesť k zákazu kreatívnych praktík, ktoré sú nekalé. Platby v naturáliách, a nie v hotovosti, možno v rámci posudzovania v prípade potreby oceniť na ich ekvivalent v hotovosti (pre spotrebiteľa).

49. Výhodou prístupu vychádzajúceho z verzií „bez relatívnej podmienky“ je naproti tomu jednoduchosť. Vnútroštátne súdy by nemuseli skúmať, aký podiel kompenzácie získanej ako odmena za zapojenie nových členov vyplýva z platieb uskutočnených novými členmi (či už v podobe počiatočného vstupného poplatku, alebo v podobe neskorších platieb). Nemuseli by sa v jednotlivých prípadoch pýtať, čo znamená „*vyplýva hlavne zo*“ – a výpočet uvedený v prílohe I má zabezpečiť práve to, aby takáto analýza v jednotlivých prípadoch nebola potrebná. Význam, ktorý jednotlivé vnútroštátne súdy v rôznych členských štátoch prikladajú týmto slovám, však môže byť odlišný. Narušilo by to jednotnosť prístupu a nedostatočná jednotnosť neprispieva k dobrému fungovaniu vnútorného trhu.²³ Prístup „bez relatívnej podmienky“ by (možno) tiež mohol byť vhodnejší na to, aby sa zabránilo obchádzaniu predpisov prostredníctvom schém, ktoré by svoju prevádzku maskovali využívaním platieb v naturáliách namiesto platieb v hotovosti.

50. Po určitom váhaní usudzujem, že výklad podporujúci verzie „s relatívnou podmienkou“ sa lepšie zhoduje s mojím prístupom k odpovedi na prvú otázku. V dôsledku toho konštatujem, že ak sa má na pyramídovú schému vzťahovať bod 14 prílohy I, a teda má byť zakázaná podľa článku 5 ods. 1 smernice, je nevyhnutné preukázať, že kompenzácia vyplácaná existujúcim členom schémy vyplýva hlavne z plnenia poskytovaného novými členmi.

20 — Pozri bod 22 týchto návrhov.

21 — Tieto verzie som si vybrala na základe toho, či obsahujú alebo neobsahujú podmienku spojenú s tým, či kompenzácia získaná existujúcimi členmi má „súvisieť“ (alebo byť odvodená z) toho, čo bolo vložené novými členmi pri ich registrácii.

22 — Pozri moje pripomienky súvisiace s prvou otázkou v bode 31 týchto návrhov.

23 — Pozri článok 1 smernice.

51. Pokiaľ by Súdny dvor dospel k inému záveru, uvádzam tieto dodatočné pripomienky. Týkajú sa možného tvrdenia, podľa ktorého by prístup „bez relatívnej podmienky“ mohol v určitých prípadoch viesť k nespravodlivému výsledku vzhľadom na to, že predmetné ustanovenie by sa mohlo uplatniť na legitímne operácie i na podvody.

52. Pripomínam, že pokiaľ nie je splnená niektorá z kumulatívnych podmienok stanovených v bode 14 prílohy I, toto ustanovenie sa na operáciu nevzťahuje. Ak teda napríklad na zapojenie sa do určitej schémy nie je požadované plnenie, zákaz sa neuplatní.

53. Ale dajme tomu, že prevádzkovateľ chce vyberať vstupný poplatok, ktorý mu má pokryť administratívne náklady (napríklad čitatelia platia vstupný poplatok za vstup do knižného klubu a získajú poukaz na nákup knihy v prípade, že do klubu privedú nových členov). Bolo by to zakázané? Myslím si, že nie, lebo by nešlo o pyramídovú štruktúru.

54. Slovo „pyramída“ je uvedené vo všetkých jazykových zneniach smernice okrem nemeckého, ktoré používa výraz „*Schneeballsystem*“, a aby sa na predmetnú schému vzťahoval bod 14 prílohy I, musí mať pyramídovú štruktúru.²⁴

55. Výraz „pyramídová propagačná schéma“ nie je v článku 2 vymedzený. V pripomienkach predložených Súdnemu dvoru sú také schémy opísané rôznymi spôsobmi.²⁵ Z týchto opisov vyplývajú nasledujúce minimálne spoločné kritériá: (i) tieto schémy získavajú príjmy od nových členov, (ii) existujúci členovia získavajú platby, (iii) tieto platby sú financované z príspevkov nových členov, a nie z predaja produktov, a (iv) členovia, ktorí sa do schémy zapojili prednedávnom (na nižších úrovniach), dosiahnu zisky s menšou pravdepodobnosťou než tí, ktorí sú na vyšších úrovniach (existujúci členovia), lebo na to, aby bol každý člen schémy ziskový, by musel existovať nekonečný prílev nových členov.

56. Po zohľadnení týchto spoločných kritérií som toho názoru, že na preukázanie pyramídovej štruktúry predmetnej operácie je potrebná existencia viacerých úrovní s prevádzkovateľom na vrchole²⁶ a kumulatívny nábor nových členov, ktorých počet exponenciálne narastá. Na rozdiel od starovekých kamenných stavieb – pyramíd starovekého Egypta – tu trajektória vedie zhora nadol, od vrcholu k základni pyramídy, a nie zdola nahor, od základov k vrcholu. Tento názor, ktorý sa sústreďí na prvok, ktorý spôsobuje podvodnú povahu takých schém, je v súlade s cieľom smernice, ktorým je dosiahnutie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa. Jadro príjmov podniku vyplýva z postupných členských poplatkov, a nie z predaja tovarov alebo služieb dodávaných spotrebiteľom.

57. Samozrejme, vnútroštátnemu súdu prináleží zistiť skutkové okolnosti veci samej. Na základe vysvetlenia uvedeného v návrhu na začatie prejudiciálneho konania sa zdá, že schéma, ktorú prevádzkuje spoločnosť 4finance, nemá pyramídovú štruktúru na účely bodu 14 prílohy I.

Druhá otázka

58. Druhou otázkou sa vnútroštátny súd pýta, či symbolické plnenie požadované na zistenie totožnosti spotrebiteľov, ktorí sa zapoja do pyramídovej schémy, predstavuje „plnenie“ na účely bodu 14 prílohy I.

24 — Výraz *Schneeballsystem* („systém snehovej gule“) označuje rovnaký typ podvodu ako „pyramídová schéma“ vo všetkých ostatných jazykových verziách smernice. Skutočnosť, že kumulatívne zapájanie nových členov vychádza od prevádzkovateľa, ktorý je v strede, namiesto vertikálnej trajektórie od vrcholu pyramídy, nepovažujem za významnú, a nemyslím si, že nemecké znenie z tohto dôvodu pojednáva o inom jave než ostatné jazykové znenia.

25 — Pozri body 18 až 20 týchto návrhov.

26 — V prípade *Schneeball* by bol prevádzkovateľ v strede a muselo by existovať viacero prstencov rozširujúcich sa smerom von.

59. Súhlasím so stanoviskom Komisie, Talianska, Litvy a Poľska, podľa ktorého z doslovného výkladu smernice vyplýva, že minimálna výška plnenia nie je stanovená a túto výšku nemožno odvodiť. Znenie bodu 14 prílohy I je (prinajmenšom v tomto ohľade) jasné. Výraz „poskytne plnenie“ neznamena, že spotrebiteľ musí zaplatiť určitú sumu, aby sa mohol zapojiť do pyramídovej schémy.²⁷

60. Dôvod, pre ktorý podnik, ktorý vytvoril takú schému, požaduje poskytnutie plnenia (napríklad získanie spoľahlivých informácií o osobách, ktoré sa registrujú, s cieľom uzatvoriť úverovú zmluvu, ako je to v prejednávanej veci), nie je na účely smernice relevantný faktor.

61. Okrem toho keby sa bod 14 prílohy I vykladal tak, že obsahuje požiadavku, aby spotrebiteľ poskytol určité minimálne plnenie, bolo by to v rozpore s účelom smernice, ktorým je úplná harmonizácia, a s jej cieľmi spočívajúcimi v jednotnosti a právnej istote.²⁸

62. Z toho vyplýva, že každá suma, hoci aj nízka, predstavuje plnenie na účely smernice.

Návrh

63. Vzhľadom na to zastávam názor, že Súdny dvor by mal na otázky predložené zo strany Lietuvos vyriausiosis administracinis teismas odpovedať takto:

Bod 14 prílohy I smernice 2005/29/ES („smernica o nekalých obchodných praktikách“) sa má vykladať v tom zmysle, že:

- o pyramídovú propagačnú schému podľa uvedeného ustanovenia ide vtedy, keď spotrebiteľ poskytne plnenie za zapojenie sa do takej schémy,
- pri zisťovaní, či v konkrétnom prípade existujú prvky uvedené v bode 14 prílohy I, je potrebné preukázať, že predmetná schéma má pyramídovú štruktúru v tom zmysle, že pozostáva z jednotlivých úrovní s prevádzkovateľom na vrchole a že dochádza ku kumulatívnemu náboru nových členov, ktorých počet exponenciálne rastie. V rámci tohto zisťovania je potrebné preukázať, že kompenzácia vyplácaná existujúcim členom schémy vyplýva hlavne z plnenia poskytovaného novými členmi,
- každá suma, hoci aj nízka, predstavuje plnenie na účely smernice.

27 — Pozri napríklad prístup Súdneho dvora v rozsudku Purely Creative (už citovanom v poznámke pod čiarou 16, body 30 a 34).

28 — Pozri bod 2 týchto návrhov.