



Datum van inontvangstneming : 10/02/2015

Zaak C-611/14

Verzoek om een prejudiciële beslissing

Datum van indiening:

23 december 2014

Verwijzende rechter:

Retten i Glostrup (Denemarken)

Datum van de verwijzingsbeslissing:

19 december 2014

Verzoekende partij:

Anklagemyndigheder

Verwerende partij:

Canal Digital Danmark A/S

Retten i Glostrup

[OMISSIS]

Openbaar ministerie,

tegen

Canal Digital Danmark A/S

[OMISSIS]

Het Ret i Glostrup (rechtbank te Glostrup) besloot bij beslissing van 9 november 2012 om het volgende verzoek om een prejudiciële beslissing in het hoofdgeding naar het Hof van Justitie van de Europese Unie te verwijzen.

Het Openbaar Ministerie, vertegenwoordigd door de Forbrugerombudsmand (Deense consumentenombudsman), en de advocaat van de verdediging wisselden uitvoerig brieven over de ontwerpverwijzingsbeslissing.

Partijen werden het volgens een brief van 13 oktober 2014 van het Openbaar Ministerie, vertegenwoordigd door de Forbrugerombudsmand, en de brief van de advocaat van de verdediging van 20 oktober 2014 evenwel niet eens over een ontwerpverwijzingsbeslissing en lieten de opstelling ervan dus over aan het Ret.

[OMISSIS]

Beschikking:

A. Beschikking tot verwijzing van prejudiciële vragen naar het EU-Hof

- 1 Het verzoek om een prejudiciële beslissing betreft de uitlegging van richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken” of **[OR. 2]** „richtlijn”) (PB L 149, blz. 22), in het bijzonder de artikelen 6 en 7.
- 2 De zaak betreft het op de markt brengen door Canal Digital Danmark A/S (hierna: „Canal Digital”) van televisieprogrammapakketten (tv-abonnementen) en de vereisten die kunnen worden gesteld inzake prijsinformatie bij op die wijze op de markt gebrachte tv-abonnementen. Canal Digital wordt overtredding van § 3, lid 1, van de Deense wet inzake handelspraktijken (hierna: „markedsføringslov”) ten laste gelegd.
- 3 De advocaat van Canal Digital verzoekt vast te stellen dat geen overtredding is begaan op grond met name dat § 3 markedsføringslov alsook de uitlegging door het Openbaar Ministerie en de toepassing ervan in strijd zijn met het Unierecht, met name artikel 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.
- 4 Voorts, aldus de advocaat van de verdediging, is de Deense omzetting van de richtlijn onduidelijk en onvolledig en moet worden verduidelijkt welke vereisten inzake prijsinformatie bij uitnodiging tot aankoop krachtens de richtlijn kunnen worden gesteld en welke vereisten naargelang van het gebruikte medium kunnen worden gesteld, in het bijzonder daar schending van § 3 markedsføringslov strafrechtelijk strafbaar is.
- 5 Volgens het Openbaar Ministerie is § 3 markedsføringslov of de uitlegging en toepassing ervan niet in strijd met het Unierecht, met name met artikel 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Evenmin, aldus het Openbaar Ministerie, is de omzetting van de richtlijn onduidelijk.

- 6 Het Ret besloot, na partijen te hebben gehoord, de behandeling van de zaak te schorsen en vragen te verwijzen naar het EU-Hof betreffende de uitlegging van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.
- 7 De vragen worden uiteengezet in deel F hierna.

B. Feiten

- 8 Canal Digital is een in Denemarken gevestigd bedrijf en levert televisieoplossingen, met inbegrip van televisieprogrammapakketten, aan consumenten.
- 9 De zaak betreft een reclamecampagne van Canal Digital in 2009 met reclame op televisie die kon worden bekeken op de website www.youtube.com., advertenties in de vorm van zogenaamde [OR. 3] „banner ads” (bannerreclame) op verschillende websites en marketing op de website van Canal Digital.
- 10 Het Openbaar Ministerie legde Canal Digital op verzoek van de consumentenombudsman bij dagvaarding van 5 maart 2012 verschillende overtredingen van de Deense markedsføringslov ten laste en eiste de oplegging van een geldboete. De consumentenombudsman werd in casu de rol van aanklager toegewezen.
- 11 Canal Digital wordt voor het Ret i Glostrup in casu ten laste gelegd met haar in het najaar van 2009 op de markt gebrachte televisieprogrammapakketten (tv-abonnementen) in zes gevallen § 30, leden 3 en 6, respectievelijk § 3, lid 1, van de Deense markedsføringslov te hebben overtreden. Het op de markt brengen vond plaats in twee televisiereclames, drie bannerreclames op internet en op de website van Canal Digital.
- 12 De prijs van de tv-abonnementen bestond deels uit een maandelijkse prijs (99 DKK of 149 DKK), deels uit een halfjaarlijkse „card service” (kortservice) van 389 DKK.
- 13 In de twee televisiereclames (eerste en tweede onderdeel van de tenlastelegging), die beide 40 seconden duurden en op televisie en op de website www.youtube.com werden getoond, vermeldde een voice-over in de advertentie de maandelijkse prijs voor een televisieabonnement (99 DKK in de ene en 149 DKK in de andere advertentie). Tegelijk werd de maandelijkse prijs getoond in groot lettertype in een grote cirkel op het scherm samen met een tekst onderaan het scherm. De voice-over in de advertentie verstreekte geen informatie over de halfjaarlijkse card service. De prijs van de halfjaarlijkse card service werd gegeven in de tekst onderaan het scherm. De tekst gaf ook de voor het eerste jaar van de looptijd van het abonnement (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs. De over het eerste jaar van de looptijd van het abonnement (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs was ook begrepen in

de halfjaarlijkse card service, die in de cirkel op het scherm werd getoond, zij het in een kleiner lettertype dan de prijs per maand. De voice-over in de advertentie vermeldde de voor het eerste jaar van het abonnement (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs. De tekst tot weergave van de halfjaarlijkse card service en de voor het eerste jaar van het abonnement **[OR. 4]** (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs, die in een kleiner lettertype onderaan het scherm verscheen, werd in beide advertenties vertoond voor een langere tijd (ongeveer 6 seconden) dan de cirkel. Op de website www.youtube.com kan de consument, zoveel keer als hij wil, de advertenties herbekijken, terwijl hij de advertentie sneller en terug kan laten lopen, alsook stopzetten en vervolgens opnieuw kan laten lopen.

- 14 De advertentie met de prijs van 99 DKK (eerste onderdeel van de tenlastelegging) gaf de maandelijkse prijs in de cirkel in een lettertype dat ongeveer vier keer zo groot was als de tekst onderaan het scherm. De tekst onderaan het scherm was wit en een deel ervan met het gedeelte van de tekst betreffende de zesmaandelijkse card service werd getoond tegen een lichte achtergrond.
- 15 De advertentie met de prijs van 149 DKK (tweede onderdeel van de tenlastelegging) gaf de maandelijkse prijs in de cirkel in een lettertype dat ongeveer anderhalve maal groter was dan de tekst onderaan het scherm. De tekst onderaan het scherm was wit en werd getoond tegen een blauwe en groene achtergrond.
- 16 Een van de drie banneradvertenties (derde onderdeel van de tenlastelegging) toonde de maandelijkse abonnementsprijs van 99 DKK in een cirkel. De cirkel bevatte in een kleiner lettertype ook de voor het eerste jaar van het abonnement (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs. Geen informatie was gegeven over de halfjaarlijkse card service. Een klik op de banner gaf de consument toegang tot de website van Canal Digital met nadere informatie over het abonnement alsook over de halfjaarlijkse card service.
- 17 De overige twee banneradvertenties (vierde en vijfde onderdeel van de tenlastelegging) vermeldden alleen de maandelijkse abonnementsprijs van 99 DKK. Een klik op de banneradvertentie gaf de consument toegang tot de website van Canal Digital met nadere informatie over het abonnement alsook over de halfjaarlijkse card service.
- 18 Het laatste onderdeel van de tenlastelegging (zesde onderdeel) betreft de website van Canal Digital. Daar werd het televisieabonnement aangeboden onder het opschrift „Danmarks billigste digitale tv-pakke med HDTV” (Het goedkoopste Deense digitale tv-pakket met HD). Bij deze tekst kwam een cirkel met de prijs „99 DKK”. Daaronder kwam de voor de periode van het eerste abonnementsjaar (verbintenisperiode) **[OR. 5]** door de consument te betalen totale prijs in een kleiner lettertype. Iets lager toonde de website in een kleiner lettertype de halfjaarlijkse card service. Informatie over de halfjaarlijkse card service was te

vinden lager op het scherm onder de tekst „forudsætninger for tilbuddet” (voorwaarden van het aanbod). Daaruit bleek ook de voor het abonnement in het eerste jaar van de looptijd ervan (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs alsook de halfjaarlijkse card service.

- 19 Alle zes onderdelen van de tenlastelegging betreffen overtreding van § 3, lid 1, markedsføringslov op grond dat het bedrijf onvoldoende duidelijke informatie verstrekke doordat er naast de aangegeven maandelijkse abonnementsprijs van 99 DKK of 149 DKK ook een prijs van 389 DKK voor de halfjaarlijkse card service is.

C. Unierechtelijke regeling

- 20 De richtlijn oneerlijke handelspraktijken trad in werking op 12 juni 2005. De termijn voor omzetting van de richtlijn in Deens recht verstreek op 12 juni 2007; zie artikel 19 van de richtlijn.

- 21 De rechtsgrondslag van de richtlijn was toentertijd artikel 95 EG, thans artikel 114 VWEU.

- 22 Uit overweging 3 van de richtlijn blijkt met name:

„De wetten van de lidstaten betreffende oneerlijke handelspraktijken vertonen duidelijke verschillen, die aanzienlijke concurrentieverstoringen en belemmeringen voor een goede werking van de interne markt kunnen veroorzaken. [...]”

- 23 Uit de overwegingen 4 en 5 blijkt:

„(4) Deze verschillen scheppen onduidelijkheid over de vraag welke nationale regels van toepassing zijn op oneerlijke handelspraktijken die de economische belangen van de consumenten schaden en werpen een groot aantal belemmeringen op voor ondernemingen en consumenten. Deze barrières verhogen de kosten voor ondernemingen die de vrijheden van de interne markt willen gebruiken, met name wanneer zij over de grenzen heen willen verkopen, reclamecampagnes willen voeren of aan verkoopbevordering willen doen. Daarnaast maken deze verschillen consumenten onzeker over hun rechten en wordt hun vertrouwen in **[OR. 6]** de interne markt ondermijnd.

(5) Bij gebreke van uniforme regels op communautair niveau, kunnen belemmeringen voor het grensoverschrijdend verrichten van diensten, het vrije verkeer van goederen en de vrijheid van vestiging volgens de jurisprudentie van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen gerechtvaardigd zijn, indien zij tot doel hebben erkende doelstellingen van algemeen belang te beschermen en indien zij met deze doelstellingen evenredig zijn. In het licht van de communautaire doelstellingen zoals neergelegd in de Verdragsbepalingen en

het afgeleide communautaire recht inzake het vrije verkeer, en in overeenstemming met het beleid van de Commissie inzake commerciële communicatie zoals vermeld in haar mededeling „De follow-up van het groenboek inzake commerciële communicatie in de interne markt”, moeten deze belemmeringen worden weggenomen. Dat kan alleen door op communautair niveau uniforme regels vast te stellen die een hoog niveau van consumentenbescherming waarborgen en door bepaalde rechtsbegrippen op communautair niveau te verduidelijken tot het niveau dat noodzakelijk is om de goede werking van de interne markt en de rechtszekerheid te verzekeren.”

- 24 Volgens artikel 1 van de richtlijn is het doel ervan om bij te dragen aan de goede werking van de interne markt en om een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen door de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake oneerlijke handelspraktijken die de economische belangen van de consumenten schaden, te harmoniseren.
- 25 De richtlijn is een maatregel tot volledige harmonisatie zoals met name blijkt uit artikel 4 en de overwegingen 14 en 15 van de richtlijn. Voorts verklaarde het Hof in zijn arrest in de gevoegde zaken C-261/07 en C-299/07, VTB-VAB NV/Total Belgium NV en Galatea BVBA/Sanoma Magazines Belgium NV, C-261/07 en C-299/07, EU:C:2009:244, punt 52:

„De richtlijn brengt aldus een volledige harmonisatie van deze regels op communautair niveau tot stand. Zoals artikel 4 van de richtlijn uitdrukkelijk bepaalt kunnen de lidstaten dus, anders dan VTB en de Franse regering beweren, geen strengere maatregelen vaststellen dan die welke in de richtlijn zijn neergelegd, ook niet om een hoger niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen.” **[OR. 7]**

- 26 Artikel 5 in hoofdstuk 2, „Oneerlijke handelspraktijken”, van de richtlijn bepaalt:

„Artikel 5

Verbod op oneerlijke handelspraktijken

1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.
2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij:
 - a) in strijd is met de vereisten van professionele toewijding,
 - en
 - b) het economische gedrag van de gemiddelde consument die zij bereikt of op wie zij gericht is of, indien zij op een bepaalde groep consumenten gericht is, het economisch gedrag van het gemiddelde lid

van deze groep, met betrekking tot het product wezenlijk verstoort of kan verstoren.

[...]

4. Meer in het bijzonder zijn handelspraktijken oneerlijk die:
 - a) misleidend zijn in de zin van de artikelen 6 en 7; of
 - b) agressief zijn in de zin van de artikelen 8 en 9.

[...]”

27 De artikelen 6 en 7 van de richtlijn, ook in hoofdstuk 2, bepalen:

„Artikel 6

Misleidende handelingen

1. Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie en derhalve op onwaarheden berust of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de gemiddelde consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van een of meer van de volgende elementen, en de gemiddelde consument er zowel in het ene als in het andere geval **[OR. 8]** toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen:

[...]

- d) de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend, of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;

[...]”

„Artikel 7

Misleidende omissies

1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de gemiddelde consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd een handelspraktijk die essentiële informatie als bedoeld in lid 1, rekening houdend met de in dat lid geschetste details, verborgen houdt, op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laatijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de gemiddelde consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

3. Indien het voor de handelspraktijk gebruikte medium beperkingen qua ruimte of tijd meebrengt, wordt bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten met deze beperkingen rekening gehouden, alsook met maatregelen die de handelaar genomen heeft om de informatie langs andere wegen ter beschikking van de consument te stellen. **[OR. 9]**

4. In het geval van een uitnodiging tot aankoop wordt de volgende informatie als essentieel beschouwd, indien deze niet reeds uit de context blijkt:

- a) de voornaamste kenmerken van het product, in de mate waarin zulks gezien het medium en het product passend is;
- b) het geografische adres en de identiteit van de handelaar, in het bijzonder zijn handelsnaam, en, in voorkomend geval, het geografische adres en de identiteit van de handelaar namens wie hij optreedt;
- c) de prijs, inclusief belastingen, of, als het om een soort product gaat waarvan de prijs redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend, en, in voorkomend geval, alle extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, in ieder geval het feit dat er eventueel dergelijke extra kosten moeten worden betaald;
- d) de wijze van betaling, levering, uitvoering en het beleid inzake klachtenbehandeling, indien deze afwijken van de vereisten van professionele toewijding;
- e) voor producten en transacties met recht op herroeping of annulering, het bestaan van dit recht.

5. Overeenkomstig de communautaire wetgeving vereiste informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, wordt als essentieel beschouwd (een niet-limitatieve lijst staat in bijlage II).”

D. Deense regeling

- 28 De op 1 juli 2006 in werking getreden (zie § 32 van de wet) geldende Deense wet inzake handelspraktijken (markedsføringslov) van 2005 is vervolgens meermaals gewijzigd en laatst geconsolideerd. De laatste versie ervan is lovbekendtgørelse nr. 1216 af 25. september 2013 om markedsføring (geconsolideerde wet nr. 1216 van 15 september 2013 inzake handelspraktijken). De Deense versie van de wet is te vinden op: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=158302>. Sinds de lovbekendtgørelse vond een enkele wijziging plaats [**OR. 10**] van § 12 van de wet. Deze wijziging is hier evenwel irrelevant.
- 29 De richtlijn oneerlijke praktijken is omgezet bij lov nr. 1547 af 20. december 2006 om ændring af lov om markedsføring (Gennemførelse af direktivet om urimelig handelspraksis, kontrolundersøgelser m.v.) [wet nr. 1547 van 20 december 2006 tot wijziging van de wet inzake handelspraktijken (uitvoering van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, controleonderzoek, enz.)]. De Deense versie van de wijziging is te vinden op: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=31918>.
- 30 Daarbij is met name de tekst van § 3 markedsføringslov gewijzigd tot harmonisatie met de artikelen 6 en 7 van de richtlijn.
- 31 § 3 van de thans geldende markedsføringslov – waarop de tenlasteleggingen in casu zijn gebaseerd – luidt:
- „1. Handelaars mogen geen beweringen doen die misleidend of onjuist zijn, dan wel essentiële informatie weglaten, waardoor het economische marktgedrag van consumenten of andere handelaars wezenlijk kan worden verstoord.
 2. Handelspraktijken waarvan inhoud, vorm of gebruikte methode misleidt, agressief is of die de consumenten of de handelaars onterecht beïnvloeden en waardoor hun economisch marktgedrag wezenlijk kan worden verstoord, zijn niet toegestaan.
 3. De juistheid van feitelijke beweringen moet kunnen worden aangetoond.
 4. De minister van Handel en Groei regelt nader de specifieke handelspraktijken die naar Unierecht in alle omstandigheden oneerlijk zijn jegens consumenten.”
- 32 Uit de opmerkingen bij de wetswijziging (wetsontwerp nr. L 2 van 4 oktober 2006, dat de basis van voormelde wet nr. 1547 van 20 december 2006 is) blijkt met name:

„De artikelen 6, 7, 8 en 9 van de richtlijn inzake misleidende en agressieve handelspraktijken moeten worden verwerkt in de nieuwe versie van de huidige bepaling inzake misleidende en ongeoorloofde handelspraktijken in § 3 alsook in een nieuwe bepaling met het vereiste van de richtlijn dat informatie wordt verstrekt wanneer consumenten worden uitgenodigd tot aankoop. Het wetsontwerp met opmerkingen is [in het Deens] te vinden op de volgende link:
[https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=100778.](https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=100778)”

33 Voormelde nieuwe bepaling, die strekt tot omzetting [**OR. 11**] van het vereiste van de richtlijn dat informatie wordt verstrekt wanneer consumenten worden uitgenodigd tot aankoop (artikel 7, lid 4, van de richtlijn), is te vinden in § 12 a markedsføringslov. In casu zijn er geen tenlasteleggingen wegens overtredingen van § 12 a.

34 Voorts moet bij de beoordeling of er essentiële omissies zijn, blijkens de opmerkingen [wetsontwerp nr. L 2 van 4 oktober 2006 (OMISSIS)] bij het wetsontwerp voor § 3, lid 1, in voormeld wetsontwerp, dat de basis vormde van de huidige versie van § 3, lid 1, markedsføringslov, rekening worden gehouden met aan het gebruikte communicatiemedium eigen beperkingen, daar met name het volgende is opgemerkt:

„Omissies kunnen erin bestaan dat een handelaar wezenlijke informatie verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ongeschikte wijze informatie verstrekt. Bij de beoordeling of er essentiële omissies zijn, moet evenwel rekening worden gehouden met de context waarin de handelspraktijk wordt toegepast, waaronder alle omstandigheden en aan het gebruikte communicatiemedium eigen beperkingen. Ook moet rekening worden gehouden met alle maatregelen die de handelaar neemt om de informatie in andere vormen beschikbaar te stellen. Er kan evenwel wezenlijke informatie zijn die in alle omstandigheden als misleidend geldt als zij wordt weggelaten, ook al zijn de advertenties beperkt in tijd en ruimte. De eindbeslissing of er overtreding is, zal zoals tot dusver afhangen van de concrete beoordeling van de specifieke handelspraktijk.”

35 Rechters, ministeries, met inbegrip van de consumentenombudsman hechten in Denemarken traditioneel groot belang aan het wetsontwerp tot uitlegging van een wettelijke maatregel. Commentaar op een wetsontwerp kan krachtens het wettelijkheidsbeginsel op zich evenwel geen strafrechtelijke rechtsgrondslag vormen.

36 § 12 a Markedsføringslov, die artikel 7, lid 4, van de richtlijn omzet, luidt:

„1. Bij een tot de consument gerichte uitnodiging tot aankoop verstrekt [**OR. 12**] de handelaar de volgende inlichtingen, indien zulks niet reeds uit de context duidelijk is:

- (1) de wezenlijke kenmerken van het product of de dienst,
- (2) het adres en de identiteit van de handelaar,
- (3) de wijze waarop wordt betaald, geleverd en het contract wordt uitgevoerd, voor zover zulks afwijkt van de gebruikelijke handelspraktijken in de sector,
- (4) de wijze waarop de handelaar klachten behandelt, voor zover zulks afwijkt van de gebruikelijke handelspraktijken in de sector,
- (5) het recht op herroeping, annulering of retour indien de consument een dergelijk recht heeft, en
- (6) de prijs, inclusief belastingen [...].

2. Wanneer de prijs van het product of de dienst door de aard ervan redelijkerwijs niet bij voorbaat kan worden berekend, wordt meegedeeld hoe de prijs zal worden berekend. Voor zover relevant, worden alle bijkomende vracht-, leverings- of portokosten meegedeeld of indien zij redelijkerwijs niet bij voorbaat kunnen worden berekend, wordt gewezen op de mogelijkheid dat dergelijke kosten moeten worden betaald.

3. Uitnodiging tot aankoop betekent een commerciële mededeling die de kenmerken en de prijs van het product op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen.”

- 37 De opmerkingen [wetsontwerp nr. L 2 van 4 oktober 2006 (OMISSIS)] bij het ontwerp van § 12 a in het wetsontwerp luiden: [OMISSIS]

„Het ontwerp van § 12 a zet de richtlijnbevestigingen om inzake de inlichtingsplicht bij uitnodiging tot aankoop: zie artikel 7, lid 4, van de richtlijn.”

- 38 Zoals gezegd zijn er in casu geen tenlasteleggingen wegens overtredingen van § 12 a.

- 39 Overtredingen van de §§ 3 en 12 a markedsføringslov zijn strafbaar met geldboete: zie § 30, leden 3 en 6, van de wet luidende:

„3. Overtredingen van de bepalingen van § 3, leden 1 en 2, §§ 4-6, § 8, lid 2, § 9, § 12 a, leden 1 en 2, § 13, leden 1-4, § 14, § 14a, § 15, lid 3, § 16, leden 1-4, en opzettelijke overtreding van § 18 is strafbaar met geldboete, tenzij een andere wetgeving een hogere straf oplegt. **[Or. 13]**

[...]

6. Vennootschappen enz. (rechtspersonen) kunnen strafrechtelijk aansprakelijk worden gesteld krachtens hoofdstuk 5 straffelov (strafwet).”

E. Achtergrond van de vragen

- 40 Volgens het Ret moet in casu worden beoordeeld of de Deense bepalingen in overeenstemming zijn met de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Derhalve schorste het Ret de behandeling van de zaak en verwees het een aantal vragen tot uitlegging van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken naar het Hof van Justitie ter prejudiciële beslissing.
- 41 Alle zes onderdelen van het aan Canal Digital ten laste gelegde betreffen misleidende handelspraktijken in de zin van § 3, lid 1, van de Deense markedsføringslov bij de mededeling van de prijs van het aangeboden tv-pakket. De beoordeling door het Ret van de betrokken onderdelen eist verduidelijking van de voorwaarden waaraan de handelspraktijken van de handelaar moeten voldoen en welke vereisten kunnen worden gesteld inzake prijsinformatie.
- 42 Het Ret stelt vast dat het Hof in zijn arrest van 23 april 2009 in de zaken C-261/07 en C-299/07, VTB-VAB/Total Belgium en Galatea/Sanoma Magazines Belgium EU:C:2009:244, punt 52, verklaarde dat de richtlijn een volledige harmonisatie van deze regels op communautair niveau tot stand brengt, waarbij de lidstaten geen strengere maatregelen kunnen vaststellen dan die welke in de richtlijn zijn neergelegd.

Achtergrond van de eerste vraag

- 43 Volgens artikel 7, lid 1, van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken moet om te beoordelen of een handelspraktijk als misleidend moet worden beschouwd, met name ermee rekening worden gehouden of de handelspraktijk in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de gemiddelde consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. **[Or. 14]**
- 44 Voorts, aldus artikel 7, lid 3, van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, wordt, indien het voor de handelspraktijk gebruikte medium beperkingen qua ruimte of tijd meebrengt, bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten, met deze beperkingen rekening gehouden. Deze bepaling is niet omgezet in de Deense wet, maar het wetsontwerp aan de basis van de geldende bepaling van § 3 markedsføringslov verwijst ernaar.
- 45 Derhalve dient het Hof te beslissen of het met de richtlijn oneerlijke handelspraktijken en artikel 4, lid 3, VEU verenigbaar is dat artikel 7, leden 1 en

3, van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken niet is omgezet in de Deense wetgeving, maar dat het wetsontwerp aan de basis van die wetgeving er alleen naar verwijst.

Achtergrond van de tweede tot en met de vijfde vraag

- 46 Het Ret wenst met deze vragen te vernemen welke factoren een rol kunnen spelen ter beoordeling of een prijsmededeling in een situatie als in het hoofdgeding kan worden beschouwd als misleidend krachtens de artikelen 6 en 7 van de richtlijn.
- 47 In de eerste plaats dient te worden verduidelijkt of de marketing van abonnementen volgens artikel 6, lid 1, en artikel 7, leden 1 en 2, van de richtlijn als misleidend kan worden beschouwd, indien in de gevolgde handelspraktijk alleen de maandelijkse dienst wordt getoond, terwijl de halfjaarlijkse dienst niet afzonderlijk wordt getoond of alleen aldus wordt getoond dat hij minder in het oog springt dan de maandelijkse dienst en alleen wordt gegeven als onderdeel van de mededeling van de totale prijs op de plaats waar deze prijs wordt vermeld.
- 48 Het derde tot en met het vijfde onderdeel van de tenlastelegging betreffen advertenties en reclame op internet, waarbij een klik op de advertentie de consument toegang geeft tot de website van Canal Digital met informatie over de prijs van de goederen, waaronder de halfjaarlijkse card service. Het Hof verklaarde in het arrest van 12 mei 2011, Konsumentombudsmannen/Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, dat, afhankelijk van de omstandigheden, ermee kan worden volstaan te verwijzen naar de [OR. 15] website van de handelaar, om te voldoen aan het vereiste van artikel 7, lid 4. Het Hof dient de strekking van deze bepalingen te verduidelijken in de onderhavige zaak.
- 49 Het is dus noodzakelijk dat het Hof verduidelijkt of de artikelen 6 en 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken alleen eisen dat bepaalde componenten van de prijs van het goed worden vermeld, terwijl andere componenten – in casu de halfjaarlijkse card service – worden vermeld door te verwijzen naar de website van de handelaar, voor zover de website de totale prijs voor de dienst en of de halfjaarlijkse card service geeft.
- 50 In deze context dient het Hof ook meer in het algemeen te verduidelijken of bij de beoordeling of een handelspraktijk misleidend is en dus niet voldoet aan de vereisten van de artikelen 6 en 7 van de richtlijn, alleen rekening moet worden gehouden met de inhoud van de advertentie zoals zij meteen verschijnt op een gegeven website dan wel of rekening moet worden gehouden met de informatie op de website van de handelaar, waarnaar wordt gelinkt.

Achtergrond van de zesde en de zevende vraag

- 51 De zesde vraag verzoekt het Hof uit te leggen of artikel 7, lid 4, van de richtlijn de essentiële informatie in een uitnodiging tot aankoop volledig opsomt. Zo ja, verzoekt de zevende vraag het Hof uit te leggen of die bepaling de mogelijkheid

uitsluit dat een specifieke handelspraktijk krachtens artikel 7, leden 1 en 2, of artikel 6 van de richtlijn als misleidend kan worden beschouwd, indien die handelspraktijk nadere informatie verstrekt over bepaalde – maar niet alle – componenten van de prijs van het product, voor zover de voorstelling van een van de componenten van de prijs bij de consument de indruk kan wekken dat het product goedkoper is dan het in werkelijkheid is.

F. Prejudiciële vragen

Tegen deze achtergrond verzoekt het Ret i Glostrup het Hof de volgende vragen te beantwoorden: **[OR. 16]**

- 1) Moet richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt enz. („richtlijn oneerlijke handelspraktijken”) aldus worden uitgelegd dat zij in de weg staat aan een nationale regeling als § 3 van de Deense markedsføringslov, die misleidende handelspraktijken, met name bij uitnodigingen tot aankoop, verbiedt, maar noch in § 3 noch elders in de wet wijst op de beperkingen die volgen uit artikel 7, lid 1, van de richtlijn, krachtens welke ermee rekening moet worden gehouden of een handelspraktijk essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat, en uit artikel 7, lid 3, krachtens hetwelk ermee rekening moet worden gehouden of het gebruikte communicatiemedium beperkingen qua ruimte of tijd meebrengt?
- 2) Moet artikel 6 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken aldus worden uitgelegd dat het – in situaties waarin een handelaar ervoor heeft gekozen om een totale prijs voor een lopend abonnement te geven zodat de consument zowel lopende maandelijkse kosten als lopende halfjaarlijkse kosten dient te betalen – als een misleidende praktijk wordt beschouwd indien de maandelijkse prijs in de handelspraktijk bijzonder in het oog springt, terwijl de zesmaandelijkse kosten volledig worden weggelaten of alleen worden gegeven op een minder in het oog springende wijze?
- 3) Moet artikel 7 van de richtlijn aldus worden uitgelegd dat het – in situaties waarin een handelaar ervoor heeft gekozen om een totale prijs voor een lopend abonnement te geven zodat de consument zowel de lopende maandelijkse kosten als de lopende halfjaarlijkse kosten dient te betalen – als misleidende omissie krachtens artikel 7 van de richtlijn wordt beschouwd indien de maandelijkse prijs in de handelspraktijk bijzonder in het oog springt, terwijl de zesmaandelijkse kosten volledig

worden weggelaten of alleen **[OR. 17]** worden gegeven op een minder in het oog springende wijze?

- 4) Moet bij de beoordeling of een handelspraktijk in een situatie als in de tweede en de derde vraag misleidend is, ermee rekening worden gehouden dat daarbij
 - a. de totale prijs voor het abonnement in de verbintenisperiode, waaronder de halfjaarlijkse kosten, worden gegeven,
en/of
 - b. wordt geadverteerd en reclame gemaakt op internet, waar wordt verwezen naar de website van de handelaar, waaruit de halfjaarlijkse kosten en/of de totale abonnementsprijs inclusief de halfjaarlijkse kosten blijken?
- 5) Moeten de tweede en de derde vraag anders worden beantwoord indien de marketing plaatsvindt in een televisiereclame?
- 6) Somt artikel 7, lid 4, van de richtlijn volledig alle bij een uitnodiging tot aankoop essentiële informatie op?
- 7) Indien de zesde vraag bevestigend moet worden beantwoord, sluit artikel 7, lid 4, van de richtlijn dan uit dat een uitnodiging tot aankoop – waarbij de voor het eerste jaar van het onderschreven abonnement (verbintenisperiode) door de consument te betalen totale prijs wordt gegeven – kan worden beschouwd als een misleidende handelspraktijk in de zin van artikel 7, leden 1 en 2, of artikel 6 van de richtlijn indien bijvoorbeeld nadere informatie over bepaalde – maar niet alle – componenten van de prijs van het product worden gegeven?

[OMISSIS]

[OMISSIS] **[OR. 18]**

[OMISSIS]