



Mediji i informiranje

Sud Europske unije
PRIOPĆENJE ZA MEDIJE br. 210/21
U Luxembourg 22. studenoga 2021.

Presuda u predmetu C-102/20
StWL Städtische Werke Lauf a.d Pegnitz

„Inbox advertising”: prikazivanje reklamnih poruka u ulaznom spremniku elektroničke pošte u obliku sličnom pravoj poruci elektroničke pošte predstavlja uporabu elektroničke pošte u svrhu izravnoga marketinga u smislu Direktive 2002/58

U vezi s tim porukama postoji opasnost od zabune što bi korisnika koji klikne na redak koji pripada reklamnoj poruci moglo protiv njegove volje preusmjeriti na internetsku stranicu koja prikazuje navedenu reklamu.

Städtische Werke Lauf a.d Pegnitz GmbH (u daljnjem tekstu : StWL) i eprimo GmbH su dva konkurentna opskrbljivača električnom energijom. Agencija za oglašavanje na zahtjev društva eprimo slala je reklamne oglase, koji se sastoje od prikazivanja zastavica u poštanskim pretincima elektroničke pošte korisnikâ besplatne usluge elektroničke pošte T-Online.

Te su se poruke pojavljivale čim bi korisnici usluge elektroničke pošte otvorili svoje ulazne spremnike, pri čemu su i dotični korisnici i poruke koje se prikazuju nasumično birani (oglašivačka aktivnost zvana „**Inbox Advertising**”). One su se vizualno razlikovale od popisa drugih poruka elektroničke pošte korisnika računa samo po tome što je datum zamijenjen navodom „Anzeige” (oglas), nije bio naveden pošiljatelj i tekst se nalazio na sivoj pozadini. Rubrika „Predmet” koja odgovara tom unosu s popisa sadržavala je tekst namijenjen promicanju povoljne cijene za usluge električne energije i plina.

StWL je smatrao da je ta praksa oglašavanja koja uključuje uporabu poruke elektroničke pošte bez izričitog prethodnog pristanka primatelja protivna pravilima u području nepoštenog tržišnog natjecanja. Stoga je StWL podnio Landgerichtu Nürnberg-Fürth (Zemaljski sud Nuremberg-Fürth, Njemačka) tužbu radi prestanka povrede protiv društva eprimo. Taj je sud prihvatio zahtjev društva StWL i naložio društvu eprimo da krajnjim potrošačima prestane slati takve reklame jer predstavljaju neprihvatljivu neugodnost i obmanu.

Nakon žalbe koju je eprimo podnio Oberlandesgerichtu Nürnberg (Visoki zemaljski sud u Nurembergu, Njemačka) , taj je sud smatrao da ta oglašivačka aktivnost ne predstavlja nezakonitu poslovnu praksu s gledišta prava tržišnog natjecanja.

Budući da je Bundesgerichtshof (Savezni vrhovni sud, Njemačka), kojem je StWL podnio reviziju, smatrao da uspjeh pravnog lijeka ovisi o tumačenju prava Unije, postavio je Sudu prethodna pitanja.

Taj sud postavlja Sudu pitanje, među ostalim, o tome je li i, prema potrebi, pod kojim uvjetima praksa na temelju koje se reklamne poruke prikazuju u ulaznom spremniku korisnika usluge elektroničke pošte koja se tom korisniku pruža besplatno i koja se financira reklamama koje plaćaju oglašivači spojiva s relevantnim odredbama direktiva¹.

¹ Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 2. drugog stavka točke (h) i članka 13. stavka 1. Direktive 2002/58/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. srpnja 2002. o obradi osobnih podataka i zaštiti privatnosti u području elektroničkih komunikacija (Direktiva o privatnosti i elektroničkim komunikacijama) (SL 2002., L 201, str. 37.) (SL,

Kao prvo, Sud podsjeća na to da se Direktivom 2002/58, među ostalim, nastoji pretplatnike zaštititi od svakog narušavanja njihove privatnosti neželjenim porukama u svrhe izravnog marketinga, posebno putem automatiziranih pozivnih uređaja, telefaksa i e-mail poruka, uključujući SMS poruke. Taj cilj mora biti zajamčen neovisno o tehnologijama koje se koriste, zbog čega treba s tehnološkog gledišta primijeniti široko i razvojno tumačenje vrsta komunikacija iz te direktive.

Uzimajući u obzir načine širenja reklamnih poruka o kojima je riječ u glavnom postupku, Sud smatra da takav način postupanja predstavlja uporabu elektroničke pošte koja može ugroziti cilj zaštite korisnika od svakog narušavanja njihove privatnosti neželjenim porukama u svrhe izravnog marketinga.

Kao drugo, Sud smatra da sama narav reklamnih poruka, kojima se promoviraju usluge, i činjenica da se šalju putem poruke elektroničke pošte omogućavaju da se te poruke okvalificiraju kao „poruke koje se odnose na izravan marketing”. Prema mišljenju Suda, okolnost da se primatelj tih reklamnih poruka odabire nasumično nije uopće važna; važno je da postoji poruka s komercijalnom svrhom koja se izravno i pojedinačno upućuje jednom ili više korisnika usluga elektroničke pošte.

Kao treće, Sud pojašnjava da je uporaba automatiziranih pozivnih uređaja u svrhe izravnog marketinga dopuštena pod uvjetom da je njihov adresat na to prethodno pristao. Takav se pristanak mora očitovati kao dobrovoljno, posebno i informirano izražavanje želje ispitanika. Korisnicima su ponuđene dvije kategorije usluge elektroničke pošte T-Online, odnosno, s jedne strane, usluga besplatne elektroničke pošte koja se financira oglašavanjem i, s druge strane, usluga elektroničke pošte koja se plaća, i koja ne sadržava reklame. Stoga Sud smatra da je na Bundesgerichtshofu (Savezni vrhovni sud) da utvrdi je li dotični korisnik, koji je odabrao besplatnu uslugu elektroničke pošte, bio propisno obaviješten o konkretnim načinima slanja takvih oglasa te je li zaista pristao primiti reklamne poruke.

Kao četvrto, iako Sud ističe da prikazivanje tih reklamnih poruka na popisu privatnih poruka elektroničke pošte korisnika ometa pristup tim porukama na sličan način kao neželjena elektronička pošta (koju također zovemo „spam”), ipak naglašava da se Direktivom 2002/58 ne nalaže zahtjev da se utvrdi da opterećenje za korisnika nadilazi neugodnost koja mu je prouzročena. Istovremeno, Sud presuđuje da takvo prikazivanje reklamnih poruka u svakom slučaju predstavlja opterećenje za dotičnog korisnika.

Konačno, Sud smatra da je aktivnost koja se sastoji od prikazivanja u ulaznom pretincu korisnika usluge elektroničke pošte reklamnih poruka u obliku sličnom pravoj poruci elektroničke pošte obuhvaćena pojmom „ustrajno, a neželjeno nuđenje” iz Direktive 2005/29 ako je prikazivanje tih reklamnih poruka, s jedne strane, dovoljno učestalo i redovito da se može okvalificirati kao „ustrajno” nuđenje i, s druge strane, kao „neželjeno” nuđenje kada taj korisnik nije dao pristanak prije tog prikazivanja.

NAPOMENA: Prethodni postupak omogućuje sudovima država članica da u okviru postupka koji se pred njima vodi upute Sudu pitanja o tumačenju prava Unije ili o valjanosti nekog akta Unije. Sud ne rješava spor pred nacionalnim sudom. Na nacionalnom je sudu da predmet riješi u skladu s odlukom Suda. Ta odluka jednako obvezuje i druge nacionalne sudove pred kojima bi se moglo postaviti slično pitanje.

Neslužbeni dokument za medije koji ne obvezuje Sud.

posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 52., str. 111.) kao i točke 26. Priloga I. Direktivi 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu i o izmjeni Direktive Vijeća 84/450/EEZ, direktiva 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća („Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi”) (SL 2005., L 149, str. 22.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 8., str. 101. i ispravak SL 2016., L 332, str. 25.).

[Cjelovit tekst](#) presude objavljuje se na stranici CURIA na dan objave.

Osoba za kontakt: Iliana Paliova ☎ (+352) 4303 4293

Snimke s objave presude nalaze se na „[Europe by Satellite](#)” ☎ (+32) 2 2964106