Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (четвърти състав)

7 юли 2016 година*

„Преюдициално запитване — Директиви 98/6/ЕО и 2005/29/ЕО — Защита на потребителите — Реклама с обозначаване на цената — Понятия „оферта“ и „цена с включени данъци“ — Задължение за включване в продажната цена на моторно превозно средство на задължителните допълнителни разходи за докарването на това превозно средство“

По дело C-476/14

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия), с акт от 18 септември 2014 г., постъпил в Съда на 27 октомври 2014 г., в рамките на производство по дело

Citroën Commerce GmbH

срещу

Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs e.V. (ZLW)

СЪДЪТ (четвърти състав),

състоящ се от: L. Bay Larsen, председател на трети състав, изпълняващ функцията на председател на четвърти състав, J. Malenovský, M. Safjan (докладчик), A. Prechal и K. Jürimäe, съдии,

генерален адвокат: P. Mengozzi,

секретар: V. Tourrès, администратор,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 30 септември 2015 г.,

като има предвид становищата, представени:

— за Citroën Commerce GmbH, от L. Pechan и J. Croll, Rechtsanwälte,

— за Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW), от B. Ackermann, Rechtsanwältin,

— за унгарското правителство, от M. Fehér, G. Szima и M. Bóra, в качеството на представители,

— за австрийското правителство, от G. Eberhard, в качеството на представител,

* Език на производството: немски.

— за Европейската комисия, от M. van Beek и M. Kellerbauer, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 16 декември 2015 г.,

постанови настоящото

Решение

1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на член 1 и член 3, параграф 1 от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 година относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите (ОВ L 80, 1998 г., стр. 27; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 4, стр. 206), и на член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялни търговски практики“) (ОВ L 149, 2005 г., стр. 22; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 14, стр. 260).

2 Запитването е отправено в рамките на спор между Citroën Commerce GmbH и Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (Централен съюз за защита на лоялната конкуренция в автомобилния сектор, наричан по-нататък „ZLW“) относно реклама на моторни превозни средства, направена от Citroën Commerce.

Правна уредба

Правото на Съюза

Директива 98/6

3 Съображения 6 и 12 от Директива 98/6 гласят:

„(6) […] задължението да се обозначава продажната цена […] допринася значително за подобряване [на] информацията, предоставяна на потребителите, тъй като това е най-лесният начин да се даде възможност на потребителите да оценят и сравнят цените на стоките по оптимален начин и следователно да направят информиран избор[,] основан на обикновеното сравняване.

[…]

(12) […] законодателството на Общността може да осигури еднородна и ясна информация, която е от полза на всички потребители в контекста на вътрешния пазар […]“.

4 Съгласно член 1 от тази директива:

„Настоящата директива има за цел да предвиди обозначаване на продажната цена и цената за единица мярка от стоката, предлагана от търговците на потребителите, с цел да се подобри информацията, предоставяна на потребителите[,] и да се улесни сравнението на цените“.

5 Член 2 от посочената директива предвижда:

„За целите на настоящата директива:

а) *продажна цена* е крайната цена за бройка или за определено количество стока или за услуга, включваща в себе си [данък върху добавената стойност и всички допълнителни] такси;

б) *цена за единица мярка* означава крайната цена, включваща данък върху добавената стойност и всички допълнителни данъци, за един килограм, един литър, един метър, един квадратен метър или един кубически метър от стоката или друга единица за количество, която е широко и обичайно използвана в тази държава членка при предлагането на пазара на специфични продукти;

[…]

г) *търговец* означава всяко физическо или юридическо лице, което продава или предлага за продажба стоки, които попадат в обхвата на неговата търговска или професионална дейност;

д) *потребител* означава всяко физическо лице, което купува стока за цели, които не попадат в обхвата на неговата търговска или професионална дейност“.

6 Съгласно член 3 от същата директива:

„1. Продажната цена и цената за единица мярка се обозначават за всички стоки, посочени в член 1, като обозначението на цената за единица мярка е предмет на разпоредбите от член 5. Не е необходимо обозначаване на цената за единица мярка, ако тя е еднаква с продажната цена.

[…]

4. Всяка реклама, която посочва продажната цена на стоките, определени в член 1, трябва да посочи също и цената за единица мярка, предмет на разпоредбите на член 5“.

7 Член 4, параграф 1 от Директива 98/6 гласи:

„Продажната цена и цената за единица мярка трябва да бъдат недвусмислени, лесно разбираеми, и ясно и четливо изписани. […]“.

8 Съгласно член 5, параграф 1 от посочената директива:

„Държавите членки могат да освободят от задължението да се посочва цената за единица мярка на стоките, за които подобно посочване не е подходящо поради естеството или целта на стоката или би могло да доведе до объркване“.

9 Член 10 от посочената директива предвижда:

„Настоящата директива не възпрепятства държавите членки да приемат или да запазят в своето законодателство разпоредби, които са по-благоприятни по отношение на информацията, предоставяна на потребителите, и сравняването на цените, без да се засягат техните задължения по силата на Договора“.

Директива 2005/29

10 Съображения 6 и 10 от Директива 2005/29 гласят:

„(6) […] настоящата директива сближава законодателствата на държавите членки относно нелоялните търговски практики, включително нелоялната реклама, които пряко нарушават икономическите интереси на потребителите и в тази връзка непряко нарушават и икономическите интереси на конкурентите[,] действащи законосъобразно. […]

[…]

(10) […] Настоящата директива […] се прилага само дотолкова, доколкото няма специфични законодателни разпоредби в [о]бщностното право, регулиращи специфични аспекти на нелоялни търговски практики, като например, информационни изисквания и правила за начина за предоставяне на информацията на потребителя. Тя осигурява защита за потребителите там, където няма специфично секторно законодателство на равнище Общността и забранява на търговците да създават невярна представа за естеството на стоките. […]“.

11 Съгласно член 2 от същата директива:

„За целите на настоящата директива:

а) „потребител“ означава всяко физическо лице, което по смисъла на търговските практики[,] обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет извън неговото занятие, работа или професия;

б) „търговец“ означава всяко физическо или юридическо лице което, по смисъла на търговските практики[,] обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет[,] свързан с неговото занятие, работа или професия[,] или всяко лице[,] което действа от името и/или за сметка на търговеца;

[…]

г) „търговски практики от търговците към потребителите“ (наричани по-долу за краткост „търговски практики“) са всяко действие, бездействие[,] поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан[и] с [рекламиране], продажба или доставка на стока [на] потребители;

д) „съществено изопачаване на икономическото поведение на потребители“ означава използване на търговска практика, която значително накърнява способността на потребителя да вземе решение на база осведоменост, принуждаващо потребителя да вземе решение за сделка, което не би взел при други обстоятелства;

[…]

и) „оферта за продажба“ означава търговско съобщение, което посочва характеристиките на стоката и цената по начин, съответстващ на използваните средства за търговски съобщения[,] и следователно позволява на потребителя да направи покупка;

[…]

к) „решение за сделка“ означава всяко решение, взето от потребител относно това как и при какви условия да купи, да заплати изцяло или частично, да задържи или да се разпореди със стоката, или да упражни договорно право[,] свързано със стоката, независимо дали потребителят решава да действа или се въздържа от действие;

[…]“.

12 Член 3 от посочената директива гласи:

„1. Настоящата директива се прилага по отношение на нелоялни търговски практики от страна на търговците към потребителите, съгласно разпоредбата на член 5, преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока.

[…]

4. В случай на противоречие между разпоредбите на настоящата директива и други разпоредби на Общността, уреждащи специфични аспекти на нелоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

[…]“.

13 Съгласно член 5 („Забрана за нелоялни търговски практики“) от цитираната директива:

„1. Забраняват се нелоялните търговски практики.

2. Една търговска практика е нелоялна, ако:

а) противоречи на изискванията за дължимата професионална грижа,

и

б) съществено изопачава или е възможно да изопачи съществено икономическото поведение по отношение на продукта на средния потребител, до когото достига или за когото е предназначена стоката, или на средния представител на група, когато една търговска практика е ориентирана към група потребители.

[…]

4. По-специално търговските практики са нелоялни, когато:

а) са заблуждаващи по смисъла на членове 6 и 7,

[…]“.

14 Член 7 от Директива 2005/29 предвижда:

„1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички характеристики и обстоятелства и ограниченията на средството за комуникация, пропуска съществена информация, необходима на средния потребител съгласно контекста, за да вземе решение за сделка на база осведоменост[,] и следователно подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

[…]

4. В случай на оферта за покупка, информацията по-долу ще се счита за съществена, ако вече не е очевидна от контекста:

[…]

в) цената, с включени данъци, или когато естеството на стоката е такова, че цената не може да бъде изчислена предварително, начинът[,] по който цената се изчислява, а също когато е необходимо, всички допълнителн[и] разходи по транспорт, доставка или пощенски такси или, когато тези не могат да бъдат изчислени в разумни граници предварително, факта[,] че такива допълнителни такси може да бъдат дължими от потребителя;

[…]“.

Германското право

15 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Законът за забрана на нелоялната конкуренция) от 3 юли 2004 г. (BGBl. 2004 I, стр. 1414, наричан по-нататък „UWG“) транспонира Директива 2005/29 в германското право.

16 Съгласно член 1, параграф 1, първо изречение, предложение второ от Preisangabenverordnung (Наредбата за обозначаването на цените, BGBl. 1985 I, стр. 580, наричана по-нататък „PAngV“) който в качеството на продавач на стоки се рекламира пред потребители с обозначаване на цените, е длъжен да посочи дължимата крайна цена заедно с данъка върху добавената стойност (ДДС) и с всички други съставни части на цената.

Спорът в главното производство и преюдициалните въпроси

17 Citroën Commerce публикува реклама в броя на вестник *Нюрнбергер нахрихтен* от 30 март 2011 г. на автомобил марка „Ситроен“, която съдържа следната информация: „например Ситроен C4 VTI 120 Ексклузив: 21 800 [евро][1]“ и „спестявате до 6 170 [евро][1]“. Индексът „1“ препраща към следния текст, изписан с по-дребен шрифт в долния край на тази реклама: „Цена без разходите за докарване в размер на 790 [евро]. Оферта за частни лица, валидна за всички Ситроен C4 […], поръчани до 10 април 2011 г. […]“. В посочената реклама не е обозначена общата цена, която клиентът ще трябва да плати за придобиването на превозното средство и която включва и разходите за докарването на това превозно средство от производителя до продавача (*Überführungskosten*).

18 ZLW предявява пред Landgericht Köln (Областен съд Кьолн, Германия) иск срещу Citroën Commerce да преустанови тази реклама, тъй като в нея не била посочена крайната цена, включваща разходите за докарване.

19 С решение от 11 януари 2012 г. Landgericht Köln (Областен съд Кьолн) уважава иска.

20 Citroën Commerce обжалва това решение пред Oberlandesgericht Köln (Върховен областен съд Кьолн, Германия). С решение от 21 септември 2012 г. последният отхвърля жалбата.

21 Както Landgericht Köln (Областен съд Кьолн), така и Oberlandesgericht Köln (Върховен областен съд Кьолн) приемат, че поради непосочването на крайната цена процесната реклама противоречи на разпоредбите на UWG и на PAngV.

22 Citroën Commerce подава ревизионна жалба срещу решението на Oberlandesgericht Köln (Върховен областен съд Кьолн) пред Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия).

23 Запитващата юрисдикция отбелязва, че потребителите възприемат разходите за докарването на превозното средство от производителя до продавача не като допълнителни транспортни разходи, а като съставна част от крайната цена на превозното средство. Тя посочва, че отделното обозначаване на тези разходи е допустимо само когато клиентът има избор между възможността сам да вземе превозното средство от производителя или то да му бъде доставено при продавача, или пък когато размерът на посочените разходи няма как да бъде определен, тъй като може да варира в отделните случаи. Според нея тези условия не са налице в главното производство.

24 При тези условия Bundesgerichtshof (Федералният върховен съд) решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Рекламата на стока с обозначаване на цената на стоката съставлява ли предлагане на тази стока по смисъла на член 1 от Директива 98/6/ЕО?

Ако отговорът на първия въпрос е утвърдителен:

2) При предлагане на стока по смисъла на член 1 от Директива 98/6/ЕО трябва ли продажната цена, която следва да бъде посочена съгласно член 1 и член 3, параграф 1, първо изречение от тази директива, да включва и задължителните разходи за докарване на моторното превозно средство от производителя до продавача?

Ако отговорът на първия или втория въпрос е отрицателен:

3) При оферта за продажба по смисъла на член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва ли „цената с включени данъци“, която следва да бъде посочена съгласно член 7, параграф 4, буква в), първо предложение от тази директива, да включва — когато става дума за моторно превозно средство — и задължителните разходи за докарване на превозното средство от производителя до продавача?“.

По преюдициалните въпроси

25 С въпросите си, които следва да бъдат разгледани заедно, запитващата юрисдикция по същество иска от Съда да установи дали член 1 и член 3, параграф 1 от Директива 98/6, както и член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29 трябва да се тълкуват в смисъл, че разходите за докарване на моторно превозно средство от производителя до продавача, дължими от потребителя, трябва да бъдат включени в продажната цена на това превозно средство, посочена в направена от търговец реклама.

26 Като начало следва да се отбележи, че съгласно член 1 от Директива 98/6 последната има за цел да предвиди обозначаването на продажната цена и на цената за единица мярка от стоката, предлагана от търговците на потребителите, с цел да се подобри информацията, предоставяна на потребителите, и да се улесни сравнението на цените.

27 Както се изтъква в съображение 12 от цитираната директива, в тази насока тя цели да осигури еднородна и ясна информация, която е от полза на всички потребители в контекста на вътрешния пазар.

28 За да се осигури тази еднородност и яснота на информацията за цените, член 3, параграф 1 от въпросната директива изисква продажната цена да се обозначи за всички стоки, предлагани от търговците на потребителите, като съгласно член 2, буква а) от същата директива продажната цена е определена като крайната цена за бройка или за определено количество стока, т.е. тя включва ДДС и всички допълнителни такси.

29 Приложимостта на Директива 98/6 по отношение на някои аспекти на рекламата, при които се посочва продажната цена на стоките, следва от член 3, параграф 4 от същата директива.

30 В тази насока следва да се отбележи, че действително последната разпоредба не предвижда общо задължение за посочване на продажната цена, но все пак реклама като процесната по главното производство, която посочва и спецификите на рекламираната стока, и цена, която от гледна точка на относително осведомения и в разумни граници наблюдателен и съобразителен потребител, изглежда на продажната цена на тази стока, и дата, до която насочената към частните лица „оферта“ остава валидна, може да бъде възприета от посочения потребител като оферта на търговеца да продаде въпросната стока при упоменатите в тази реклама условия. В подобен случай така указаната цена трябва да отговаря на изискванията на Директива 98/6.

31 По-специално тази цена трябва да бъде продажната цена на съответната стока, т.е. крайната ѝ цена по смисъла на член 2, буква а) от Директива 98/6. Крайната цена позволява на потребителя да оцени и сравни посочената в реклама цена с цената на други сходни стоки и така да направи информиран избор, основан на обикновено сравняване, в съответствие със съображение 6 от въпросната директива.

32 Запитващата юрисдикция следва да провери дали всички условия, визирани в точка 30 от настоящото решение, са изпълнени.

33 Действително, в решение от 10 юли 2014 г., Комисия/Белгия (C-421/12, EU:C:2014:2064, т. 59), Съдът припомня, че предметът на Директива 98/6 е защитата на потребителите не във връзка с обозначаването на цените като цяло или по отношение на истинността от икономическа гледна точка на обявленията за намаления, а във връзка с обозначаването на цените на стоките с оглед на различните мерни единици.

34 Съдът обаче е изразил такова становище просто в отговор на довода на Кралство Белгия, който цели да докаже, че белгийското законодателство, съгласно което обявленията за ценови намаления е необходимо да отговарят на някои времеви изисквания, попада в приложното поле на Директива 98/6.

35 Този въпрос очевидно се различава от въпроса, предмет на настоящото дело, който се отнася до определянето на компонентите, които трябва да бъдат включени при посочването на продажната цена по смисъла на член 2, буква а) от Директива 98/6.

36 Досежно тези компоненти следва да се отбележи, че наред с факта, че продажната цена трябва да включва ДДС и всички допълнителни такси, тя като цяло трябва да представлява крайната цена за бройка или за определено количество стока.

37 Като окончателна цена продажната цена е наложително да включва неизбежните и предвидими компоненти на цената, тежестта на които задължително се носи от потребителя и които представляват паричната насрещна престация за придобиването на съответната стока (вж. по аналогия решение от 18 септември 2014 г., Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, т. 36).

38 Ето защо, ако търговецът, който продава стоката, изисква потребителят да понесе разходите за докарването на тази стока от производителя до търговеца продавач, вследствие от което тежестта на въпросните разходи — впрочем непроменяеми — задължително се носи от потребителя, споменатите разходи представляват компонент на продажната цена по смисъла на член 2, буква а) от Директива 98/6.

39 Такъв е по-специално случаят, когато потребителят отива в търговски обект на търговеца, за да придобие владение върху моторно превозно средство, закупено от последния и произведено в друг обект. В този случай разходите за докарване на превозното средство от производителя до търговеца продавач обикновено са за сметка на потребителя.

40 Тези задължителни за потребителя разходи за докарване трябва да се отграничат от допълнителните разходи за превоз или доставка на закупената стока в избраното от потребителя място, тъй като тези допълнителни разходи не могат да бъдат квалифицирани като неизбежен и предвидим компонент на цената.

41 Следователно, ако е налице положението, визирано в точка 30 от настоящото решение, цената на предложената от търговец стока за продажба на потребителите трябва — в рекламата на тази стока — да включва разходите за докарване на стоката от производителя до търговеца, когато тези разходи са задължително за сметка на потребителя.

42 Относно приложимостта на Директива 2005/29 трябва да се припомни, че съгласно член 3, параграф 4 от нея в случай на противоречие между разпоредбите на тази директива и другите разпоредби на правото на Съюза, уреждащи специфични аспекти на нелоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

43 Вярно е, че съгласно член 3, параграф 1 от Директива 2005/29 същата се прилага по отношение на нелоялни търговски практики от страна на търговците към потребителите, съгласно разпоредбата на член 5 от нея, преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока. В член 2, буква г) от споменатата директива търговските практики се определят като „всяко действие, бездействие[,] поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан[и] с [рекламиране], продажба или доставка на стока [на] потребители“ (вж. решение от 16 юли 2015 г., Abcur, C-544/13 и C-545/13, EU:C:2015:481, т. 73).

44 Нужно е обаче да се отбележи, че Директива 98/6 урежда специфични аспекти, по смисъла на член 3, параграф 4 от Директива 2005/29, на търговски практики, които могат да бъдат квалифицирани като нелоялни в отношенията между търговците и потребителите, и по-специално аспектите, свързани с посочването — в продажбените предложения и в рекламата — на продажната цена на стоките.

45 При това положение, след като аспектът относно продажната цена, упомената в реклама като процесната по главното производство, се урежда от Директива 98/6, Директива 2005/29 не може да се прилага по отношение на този аспект.

46 Следователно не е необходимо да се тълкува член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29.

47 С оглед на изложените дотук съображения на въпросите следва да се отговори, че член 3 от Директива 98/6 във връзка с член 1 и член 2, буква а) от нея трябва да се тълкува в смисъл, че разходите за докарване на моторно превозно средство от производителя до продавача, дължими от потребителя, трябва да бъдат включени в продажната цена на това превозно средство, посочена в направена от търговец реклама, когато предвид всички характеристики на тази реклама тя се схваща от потребителя като оферта относно това превозно средство. Запитващата юрисдикция следва да провери дали всички тези условия са изпълнени.

По съдебните разноски

48 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред запитващата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (четвърти състав) реши:

Член 3 от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 година относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите, във връзка с член 1 и член 2, буква а) от нея трябва да се тълкува в смисъл, че разходите за докарване на моторно превозно средство от производителя до продавача, дължими от потребителя, трябва да бъдат включени в продажната цена на това превозно средство, посочена в направена от търговец реклама, когато предвид всички характеристики на тази реклама тя се схваща от потребителя като оферта относно това превозно средство. Запитващата юрисдикция следва да провери дали всички тези условия са изпълнени.

Подписи