Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK SOUDNÍHO DVORA (čtvrtého senátu)

7. července 2016*

„Řízení o předběžné otázce — Směrnice 98/6/ES a 2005/29/ES — Ochrana spotřebitele — Reklama, v níž je označena cena — Pojmy ‚nabídka' a ‚cena včetně daní' — Povinnost zahrnout do prodejní ceny motorového vozidla další nutné poplatky související s převozem tohoto vozidla"

Ve věci C-476/14,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce na základě článku 267 SFEU, podaná rozhodnutím Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo) ze dne 18. září 2014, došlým Soudnímu dvoru dne 27. října 2014, v řízení

Citroën Commerce GmbH

proti

Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW),

SOUDNÍ DVŮR (čtvrtý senát),

ve složení L. Bay Larsen, předseda třetího senátu, vykonávající funkci předsedy čtvrtého senátu, J. Malenovský, M. Safjan (zpravodaj), A. Prechal a K. Jürimäe, soudci,

generální advokát: P. Mengozzi,

vedoucí soudní kanceláře: V. Tourrès, rada,

s přihlédnutím k písemné části řízení a po jednání konaném dne 30. září 2015,

s ohledem na vyjádření předložená:

— za Citroën Commerce GmbH L. Pechanem a J. Crollem, Rechtsanwälte,

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

— za maďarskou vládu M. Fehérem, G. Szimou a M. Bórou, jako zmocněnci,

— za rakouskou vládu G. Eberhardem, jako zmocněncem,

— za Evropskou komisi M. van Beekem a M. Kellerbauerem, jako zmocněnci,

* Jednací jazyk: němčina.

po vyslechnutí stanoviska generálního advokáta na jednání konaném dne 16. prosince 2015,

vydává tento

Rozsudek

1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu článku 1 a čl. 3 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli (Úř. věst. 1998, L 80, s. 27; Zvl. vyd. 15/04, s. 32), jakož i čl. 7 odst. 4 písm. c) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách) (Úř. věst. 2005, L 149, s. 22).

2 Tato žádost byla předložena v rámci sporu mezi společností Citroën Commerce GmbH a Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (sdružení pro ochranu hospodářské soutěže v automobilovém průmyslu) ohledně reklamy společnosti Citroën Commerce na motorová vozidla.

Právní rámec

Unijní právo

Směrnice 98/6

3 Body 6 a 12 odůvodnění směrnice 98/6 zní:

„(6) […] povinnost označovat prodejní cenu […] významně přispívá k lepší informovanosti spotřebitelů, neboť je to nejsnadnější způsob, jak umožnit spotřebitelům, aby posoudili a porovnali ceny výrobků optimálním způsobem, a mohli se tak na základě jednoduchého porovnání kvalifikovaně rozhodnout;

[…]

(12) […] režim na úrovni Společenství může zajistit jednotné a transparentní informace ve prospěch všech spotřebitelů v rámci vnitřního trhu […]“

4 V článku 1 této směrnice je uvedeno:

„Účelem této směrnice je stanovit označování prodejní ceny a jednotkové ceny výrobků nabízených obchodníky spotřebitelům, aby se tak zlepšila informovanost spotřebitelů a usnadnilo porovnávání cen.“

5 Článek 2 uvedené směrnice stanoví:

„Pro účely této směrnice se:

a) ‚prodejní cenou‘ rozumí konečná cena za jednotku nebo za dané množství výrobku, která zahrnuje [daň z přidané hodnoty] a všechny ostatní daně;

b) ‚jednotkovou cenou' rozumí konečná cena včetně [daně z přidané hodnoty] a všech ostatních daní za jeden kilogram, jeden litr, jeden metr, jeden metr čtvereční nebo jeden krychlový metr výrobku nebo za jinou jednu jednotku množství obecně a běžně užívanou v daném členském státě při prodeji konkrétních výrobků;

[…]

d) ‚obchodníkem' rozumí fyzická nebo právnická osoba, která prodává nebo nabízí k prodeji výrobky spadající do její obchodní nebo pracovní činnosti;

e) ‚spotřebitelem' rozumí fyzická osoba, která kupuje výrobek pro účely nespadající do její obchodní nebo pracovní činnosti."

6 Článek 3 téže směrnice stanoví:

„1. Prodejní cena a jednotková cena musí být označeny u všech výrobků stanovených v článku 1, přičemž na označení jednotkové ceny se vztahuje článek 5. Jednotkovou cenu není třeba uvádět, pokud je shodná s cenou prodejní.

[…]

4. V kterékoli reklamě, jež uvádí prodejní cenu výrobku podle článku 1, je třeba označit rovněž jednotkovou cenu podle článku 5 [s výhradou článku 5]."

7 Článek 4 odst. 1 směrnice 98/6 zní takto:

„Prodejní cena a jednotková cena musí být jednoznačné, snadno rozpoznatelné a dobře čitelné. […]"

8 Článek 5 odst. 1 této směrnice zní:

„Členské státy mohou osvobodit od povinnosti označovat jednotkovou cenou výrobky, u kterých to není vzhledem k povaze nebo účelu výrobků vhodné nebo kde by to mohlo vést k záměně."

9 Článek 10 uvedené směrnice stanoví:

„Tato směrnice nebrání členským státům přijmout nebo zachovat ustanovení, která jsou z hlediska informovanosti spotřebitelů a porovnání cen výhodnější, aniž jsou dotčeny jejich povinnosti plynoucí ze Smlouvy."

Směrnice 2005/29

10 V bodech 6 a 10 odůvodnění směrnice 2005/29 je uvedeno:

„(6) Tato směrnice […] sbližuje právní předpisy členských států o nekalých obchodních praktikách včetně klamavé reklamy, jež přímo poškozují ekonomické zájmy spotřebitelů, a tím nepřímo poškozují ekonomické zájmy oprávněných soutěžitelů. […]

[…]

(10) […] Tato směrnice se […] použije, pouze pokud neexistují zvláštní právní předpisy Společenství upravující konkrétní hlediska nekalých obchodních praktik, například požadavky na informovanost a pravidla upravující způsob předkládání informací spotřebiteli. Zajišťuje ochranu spotřebitelů tam, kde na úrovni Společenství neexistují žádné zvláštní odvětvové právní předpisy, a zakazuje obchodníkům vytvářet klamnou představu o povaze produktů. […]“

11 Článek 2 této směrnice zní:

„Pro účely této směrnice se rozumí:

a) ‚spotřebitelem‘ fyzická osoba, jež v obchodních praktikách spadajících do oblasti působnosti této směrnice jedná za účelem, který nelze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání;

b) ‚obchodníkem‘ fyzická nebo právnická osoba, jež v obchodních praktikách spadajících do oblasti působnosti této směrnice jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení;

[…]

d) ‚obchodními praktikami vůči spotřebiteli‘ (dále také jen ‚obchodní praktiky‘) jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli;

e) ‚podstatným narušením ekonomického chování spotřebitele‘ použití obchodní praktiky, která významně zhoršuje schopnost spotřebitele učinit informované rozhodnutí, což vede k tomu, že učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil;

[…]

i) ‚výzvou ke koupi‘ obchodní komunikace, která uvádí základní znaky produktu a cenu způsobem vhodným pro použitý typ obchodní komunikace, a umožňuje tak spotřebiteli uskutečnit koupi;

[…]

k) ‚rozhodnutím o obchodní transakci‘ rozhodnutí spotřebitele o tom, zda, jak a za jakých podmínek produkt koupí, zaplatí za něj najednou nebo částečně, ponechá si jej nebo se jej zbaví anebo ve vztahu k němu uplatní právo vyplývající ze smlouvy, ať již se spotřebitel rozhodne jednat nebo zdržet se jednání;

[…]“

12 Článek 3 uvedené směrnice stanoví:

„1. Tato směrnice se vztahuje na nekalé obchodní praktiky vůči spotřebitelům, jak je stanoveno v článku 5, před obchodní transakcí týkající se produktu, v jejím průběhu a po ní.

[…]

4. V případě rozporu mezi ustanoveními této směrnice a jinými pravidly Společenství, která upravují určité aspekty nekalých obchodních praktik, jsou tato jiná pravidla Společenství pro tyto určité aspekty rozhodná a použijí se.

[…]“

13 Článek 5 téže směrnice, nadepsaný „Zákaz nekalých obchodních praktik“, zní:

„1. Nekalé obchodní praktiky jsou zakázány.

2. Obchodní praktika je nekalá, pokud

a) je v rozporu s požadavky náležité profesionální péče

a

b) podstatně narušuje nebo je schopná podstatně narušit ekonomické chování průměrného spotřebitele, který je jejímu působení vystaven nebo kterému je určena, nebo průměrného člena skupiny, pokud se obchodní praktika zaměřuje na určitou skupinu spotřebitelů, ve vztahu k danému produktu.

[…]

4. Obchodní praktiky jsou nekalé zejména tehdy, jsou-li

a) klamavé ve smyslu článků 6 a 7

[…]“

14 Článek 7 směrnice 2005/29 stanoví:

„1. Obchodní praktika je považována za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést závažné informace, které v dané souvislosti průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí o obchodní transakci, čímž způsobí nebo může způsobit, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

[…]

4. V případě výzvy ke koupi se za závažné považují tyto informace, nejsou-li patrné ze souvislosti:

[…]

c) cena včetně daní, nebo pokud z povahy produktu vyplývá, že cenu nelze rozumně stanovit předem, způsob jejího výpočtu, a případně i veškeré další poplatky za dopravu, dodání nebo poštovné, nebo pokud tyto poplatky nelze rozumně stanovit předem, skutečnost, že k ceně mohou být účtovány takové další poplatky;

[…]“

Německé právo

15 Směrnice 2005/29 byla do německého práva provedena Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (zákon o potírání nekalé soutěže) ze dne 3. července 2004 (BGBl. 2004 I, s. 1414, dále jen „UWG“).

16 Podle § 1 odst. 1 první věty a v ní uvedené druhé alternativy Preisangabenverordnung (nařízení o označování cen, BGBl. 1985 I, s. 580, dále jen „PAngV“) je ten, kdo v postavení prodejce propaguje ve vztahu ke spotřebitelům zboží s označením ceny, povinen uvádět konečnou cenu, kterou je nutno zaplatit, zahrnující daň z přidané hodnoty (dále jen „DPH“) a ostatní složky ceny.

Spor v původním řízení a předběžné otázky

17 Společnost Citroën Commerce zveřejnila ve vydání novin *Nürnberger Nachrichten* ze dne 30. března 2011 reklamu týkající se motorového vozidla značky Citroën, která obsahovala následující informace: „například Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [eur][1]“ a „maximální sleva 6 170 [eur][1]“. Exponent „1“ odkazoval na poznámku uvedenou v dolní části této reklamy, která zněla takto: „plus náklady na převoz ve výši 790 [eur]. Nabídka platí pro soukromé osoby na všechny vozy Citroën C 4 […] objednané do 10. dubna 2011 […]“. Celková cena zahrnující náklady na převoz vozidla od výrobce k prodejci („Überführungskosten“), které měl zákazník uhradit při koupi takového vozidla, nebyla ve zmíněné reklamě uvedena.

18 ZLW podalo u Landgericht Köln (zemský soud v Kolíně nad Rýnem, Německo) návrh, kterým se domáhalo, aby se společnost Citroën Commerce zveřejňování zmíněné reklamy zdržela, jelikož v reklamě nebyla uvedena konečná cena zahrnující náklady na převoz.

19 Landgericht Köln (zemský soud v Kolíně nad Rýnem) rozsudkem ze dne 11. ledna 2012 tomuto návrhu vyhověl.

20 Společnost Citroën Commerce podala proti tomuto rozsudku odvolání u Oberlandesgericht Köln (vrchní zemský soud v Kolíně nad Rýnem). Rozsudkem ze dne 21. září 2012 tento soud odvolání zamítl.

21 Landgericht Köln (zemský soud v Kolíně nad Rýnem) i Oberlandesgericht Köln (vrchní zemský soud v Kolíně nad Rýnem) byly toho názoru, že předmětná reklama je v rozporu s ustanoveními UWG a PAngV, jelikož v ní není uvedena konečná cena.

22 Společnost Citroën Commerce podala proti rozsudku Oberlandesgericht Köln (vrchní zemský soud v Kolíně nad Rýnem) opravný prostředek Revision u Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo).

23 Předkládající soud uvádí, že veřejnost nepovažuje náklady na převoz vozidla od výrobce k prodejci za další poplatek za dopravu, nýbrž za nedílnou součást konečné ceny vozidla. Samostatné uvedení těchto nákladů je podle předkládajícího soudu odůvodněné pouze, pokud se zákazník může rozhodnout, zda si vozidlo u výrobce osobně vyzvedne, či zda bude vozidlo převezeno k prodejci, nebo pokud nelze výši těchto nákladů určit, jelikož se mohou případ od případu lišit. Tyto podmínky však ve věci v původním řízení nejsou splněny.

24 Za těchto podmínek se Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:

„1) Představuje reklama na výrobek s označením jeho ceny nabízení výrobku ve smyslu článku 1 směrnice 98/6?

Je-li třeba na první otázku odpovědět kladně:

2) Musí prodejní cena, kterou je třeba při nabízení výrobku ve smyslu článku 1 směrnice 98/6 označit na základě článku 1 a čl. 3 odst. 1 první věty této směrnice, zahrnovat i nutné náklady na převoz motorového vozidla od výrobce k prodejci?

Je-li třeba na první či druhou otázku odpovědět záporně:

3) Musí ‚cena včetně daní', kterou je třeba označit na základě čl. 7 odst. 4 písm. c) směrnice 2005/29 a v něm uvedené první alternativy, zahrnovat v případě výzvy ke koupi ve smyslu čl. 2 písm. i) této směrnice i nutné náklady na převoz motorového vozidla od výrobce k prodejci?"

K předběžným otázkám

25 Podstatou otázek předkládajícího soudu položených Soudnímu dvoru, které je třeba posoudit společně, je, zda musí být článek 1 a čl. 3 odst. 1 směrnice 98/6, jakož i čl. 7 odst. 4 písm. c) směrnice 2005/29 vykládány v tom smyslu, že náklady na převoz motorového vozidla od výrobce k prodejci, které nese spotřebitel, musí být zahrnuty do prodejní ceny tohoto vozidla uvedené v reklamě obchodníka.

26 Nejprve je třeba uvést, že podle článku 1 směrnice 98/6 je účelem této směrnice stanovit označování prodejní ceny a jednotkové ceny výrobků nabízených obchodníky spotřebitelům, aby se zlepšila informovanost spotřebitelů a usnadnilo porovnávání cen.

27 Jak je v tomto ohledu uvedeno v bodě 12 odůvodnění této směrnice, směrnice má zajistit jednotné a transparentní informace ve prospěch všech spotřebitelů v rámci vnitřního trhu.

28 Aby byla zajištěna tato jednotnost a transparentnost informací o cenách, čl. 3 odst. 1 uvedené směrnice vyžaduje, aby se prodejní cena označovala u všech výrobků, které obchodníci nabízí spotřebitelům, přičemž prodejní cena je v čl. 2 písm. a) této směrnice definována jako konečná cena za jednotku nebo za dané množství výrobku, která zahrnuje DPH a všechny ostatní daně.

29 Směrnice 98/6 se použije i na některé aspekty reklamy, v níž se uvádí prodejní cena výrobků, a to na základě jejího čl. 3 odst. 4.

30 V tomto ohledu je třeba uvést, že i toto poslední ustanovení nestanoví obecnou povinnost uvádět prodejní cenu, takovou reklamu, jako je reklama dotčená v původním řízení, v níž jsou uvedena specifika propagovaného výrobku a cena, která se z pohledu běžně informovaného a přiměřeně pozorného a obezřetného spotřebitele podobá prodejní ceně tohoto výrobku, jakož i datum, dokdy je „nabídka" učiněná soukromým osobám platná, může uvedený spotřebitel vnímat tak, že obsahuje nabídku obchodníka prodat výrobek za podmínek uvedených v této reklamě. Takto označená cena v takovém případě musí být v souladu s požadavky směrnice 98/6.

31 Tato cena by zejména měla být prodejní cenou předmětného výrobku, tj. jeho konečnou cenou ve smyslu čl. 2 písm. a) směrnice 98/6. Konečná cena spotřebiteli v souladu s bodem 6 odůvodnění této směrnice umožňuje, aby posoudil a porovnal cenu uvedenou v reklamě s cenou jiných podobných výrobků a mohl se tak na základě jednoduchého porovnání kvalifikovaně rozhodnout.

32 Je na předkládajícím soudu, aby ověřil, zda jsou naplněny všechny znaky uvedené v bodě 30 tohoto rozsudku.

33 Je pravda, že v rozsudku ze dne 10. července 2014, Komise v. Belgie (C-421/12, EU:C:2014:2064, bod 59), Soudní dvůr připomněl, že předmětem směrnice 98/6 není ochrana spotřebitele při označování cen obecně, nebo v souvislosti s otázkou, zda jsou oznámení o slevách z ekonomického hlediska skutečná, nýbrž při označování cen výrobků ve vztahu k různým jednotkám měření.

34 Soudní dvůr však výše uvedené připomněl toliko v reakci na argument Belgického království, kterým mělo být prokázáno, že do působnosti směrnice 98/6 spadá belgický právní předpis, podle něhož musí být oznámení o slevách v souladu s určitými časovými požadavky.

35 Taková otázka se přitom zjevně liší od otázky, která je předmětem posuzované věci a týká se určení položek, které musejí být zahrnuty do označení prodejní ceny ve smyslu čl. 2 písm. a) směrnice 98/6.

36 Co se týče těchto položek, je třeba uvést, že kromě toho, že tato prodejní cena musí zahrnovat DPH a všechny ostatní daně, obecně musí představovat konečnou cenu za jednotku nebo za dané množství výrobku.

37 Prodejní cena musí jakožto konečná cena zahrnovat nevyhnutelné a předpokládané položky ceny, které musí uhradit spotřebitel a které představují peněžité protiplnění za předmětný výrobek (obdobně viz rozsudek ze dne 18. září 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, bod 36).

38 Za situace, kdy obchodník, který prodává určitý výrobek, vyžaduje, aby spotřebitel nesl náklady na přepravu tohoto výrobku od výrobce k tomuto obchodníkovi-prodejci, s tím důsledkem, že tyto náklady, jejichž výše se konec konců nemění, musí uhradit spotřebitel, tudíž uvedené náklady představují položku prodejní ceny ve smyslu čl. 2 písm. a) směrnice 98/6.

39 Tak tomu je zejména v případě, kdy se spotřebitel dostaví do obchodních prostor obchodníka, aby si převzal motorové vozidlo, které od tohoto obchodníka koupil a které bylo vyrobeno v jiné provozovně. Za takové situace obvykle nese náklady na převoz tohoto vozidla od výrobce k obchodníkovi-prodejci spotřebitel.

40 Tyto nutné náklady na převoz, jež nese spotřebitel, je nutno odlišovat od dalšího poplatku za dopravu či dodání výrobku zakoupeného na místě, které si tento spotřebitel zvolil, jelikož tento další poplatek nelze považovat za nevyhnutelnou a předpokládanou položku ceny.

41 Nastane-li tedy situace popsaná v bodě 30 tohoto rozsudku, cena výrobku, který obchodník nabízí ke koupi spotřebitelům, musí v reklamě týkající se tohoto výrobku zahrnovat náklady na jeho přepravu od výrobce k tomuto obchodníkovi, pokud tyto náklady musí uhradit spotřebitel.

42 Co se týče použitelnosti směrnice 2005/29, je třeba připomenout, že podle čl. 3 odst. 4 této směrnice platí, že v případě rozporu mezi ustanoveními této směrnice a jinými pravidly Unie, která upravují určité aspekty nekalých obchodních praktik, jsou tato jiná pravidla Unie pro tyto určité aspekty rozhodná a použijí se.

43 Je pravda, že se směrnice 2005/29 podle svého čl. 3 odst. 1 vztahuje na nekalé obchodní praktiky vůči spotřebitelům, jak je stanoveno v článku 5 této směrnice, před obchodní transakcí týkající se produktu, v jejím průběhu a po ní. Článek 2 písm. d) uvedené směrnice definuje obchodní praktiky jako „jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace, včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli“ (viz rozsudek ze dne 16. července 2015, Abcur, C-544/13 a C-545/13, EU:C:2015:481, bod 73).

44 Je však třeba uvést, že určité aspekty – a to ve smyslu čl. 3 odst. 4 směrnice 2005/29 – obchodních praktik, které lze považovat za nekalé ve vztazích mezi obchodníky a spotřebiteli, tj. mimo jiné i ty, které se týkají označování prodejní ceny výrobků v rámci nabídek k prodeji a reklamy, upravuje směrnice 98/6.

45 Za těchto podmínek je třeba konstatovat, že vzhledem k tomu, že je aspekt týkající se prodejní ceny uvedené v takové reklamě, jako je reklama dotčená v původním řízení, upraven směrnicí 98/6, směrnici 2005/29 nelze ve vztahu k tomuto aspektu uplatnit.

46 Článek 7 odst. 4 písm. c) směrnice 2005/29 tedy není namístě vykládat.

47 S ohledem na výše uvedené úvahy je třeba na předběžné otázky odpovědět tak, že článek 3 směrnice 98/6 ve spojení s článkem 1 a čl. 2 písm. a) této směrnice musí být vykládán v tom smyslu, že náklady na převoz vozidla od výrobce k prodejci, které nese spotřebitel, musí být zahrnuty do prodejní ceny tohoto motorového vozidla uvedené v reklamě obchodníka, pokud tato reklama s ohledem na všechny své charakteristiky obsahuje z pohledu spotřebitele nabídku týkající se uvedeného vozidla. Je na předkládajícím soudu, aby ověřil, zda jsou naplněny všechny tyto znaky.

K nákladům řízení

48 Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení ve vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud. Výdaje vzniklé předložením jiných vyjádření Soudnímu dvoru než vyjádření uvedených účastníků řízení se nenahrazují.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (čtvrtý senát) rozhodl takto:

Článek 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli ve spojení s článkem 1 a čl. 2 písm. a) této směrnice musí být vykládán v tom smyslu, že náklady na převoz motorového vozidla od výrobce k prodejci, které nese spotřebitel, musí být zahrnuty do prodejní ceny tohoto vozidla uvedené v reklamě obchodníka, pokud tato reklama s ohledem na všechny své charakteristiky obsahuje z pohledu spotřebitele nabídku týkající se uvedeného vozidla. Je na předkládajícím soudu, aby ověřil, zda jsou naplněny všechny tyto znaky.

Podpisy