Samling af Afgørelser

DOMSTOLENS DOM (Fjerde Afdeling)

7. juli 2016*

»Præjudiciel forelæggelse — direktiv 98/6/EF og direktiv 2005/29/EF — forbrugerbeskyttelse — reklameannonce med prisangivelse — begreberne »udbud til salg« og »prisen inklusive afgifter« — forpligtelse til at inkludere de obligatoriske yderligere omkostninger, der er forbundet med fragten af et motorkøretøj, i salgsprisen for dette køretøj«

I sag C-476/14,

angående en anmodning om præjudiciel afgørelse i henhold til artikel 267 TEUF, indgivet af Bundesgerichtshof (forbundsdomstolen, Tyskland) ved afgørelse af 18. september 2014, indgået til Domstolen den 27. oktober 2014, i sagen:

**Citroën Commerce GmbH**

mod

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

har

DOMSTOLEN (Fjerde Afdeling)

sammensat af formanden for Tredje Afdeling, L. Bay Larsen, som fungerende formand for Fjerde Afdeling, og dommerne J. Malenovský, M. Safjan (refererende dommer), A. Prechal og K. Jürimäe,

generaladvokat: P. Mengozzi

justitssekretær: fuldmægtig V. Tourrès,

på grundlag af den skriftlige forhandling og efter retsmødet den 30. september 2015,

efter at der er afgivet indlæg af:

— Citroën Commerce GmbH ved Rechtsanwälte L. Pechan og J. Croll

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

— den ungarske regering ved M. Fehér, G. Szima og M. Bóra, som befuldmægtigede

— den østrigske regering ved G. Eberhard, som befuldmægtiget

* Processprog: tysk.

— Europa-Kommissionen ved M. van Beek og M. Kellerbauer, som befuldmægtigede,

og efter at generaladvokaten har fremsat forslag til afgørelse i retsmødet den 16. december 2015,

afsagt følgende

## Dom

1 Anmodningen om præjudiciel afgørelse vedrører fortolkningen af artikel 1 og artikel 3, stk. 1, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF af 16. februar 1998 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med angivelse af priser på forbrugsvarer (EFT 1998, L 80, s. 27) og af artikel 7, stk. 4, litra c), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis) (EUT 2005, L 149, s. 22).

2 Denne anmodning er blevet indgivet i forbindelse med en tvist mellem Citroën Commerce GmbH og Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (organisation til opretholdelse af loyal konkurrence i automobilbranchen, herefter »ZLW«) vedrørende en reklame for motorkøretøjer produceret af Citroën Commerce.

### Retsforskrifter

*EU-retten*

Direktiv 98/6

3 Sjette og tolvte betragtning til direktiv 98/6 har følgende ordlyd:

»(6) pligten til at angive salgsprisen [...] bidrager i betydelig grad til at forbedre forbrugeroplysningen, da dette er den enkleste metode til at give forbrugerne de bedste muligheder for at vurdere og sammenligne varernes pris og således foretage et informeret valg baseret på enkle sammenligninger

[...]

(12) ved hjælp af et regelsæt på fællesskabsplan er det muligt at sikre en ensartet og gennemskuelig information til gavn for samtlige forbrugere i det indre marked; [...]«

4 Dette direktivs artikel 1 bestemmer følgende:

»Formålet med dette direktiv er at fastsætte krav om angivelse af salgsprisen og prisen pr. måleenhed for varer, som udbydes af forhandlere til forbrugere, for at forbedre forbrugeroplysningen og lette en prissammenligning.«

5 Det nævnte direktivs artikel 2 bestemmer følgende:

»I dette direktiv forstås ved:

a) »salgspris«: den endelige pris for en måleenhed af varen eller en given mængde af varen, inklusive moms og alle øvrige afgifter

b) »pris pr. måleenhed«: den endelige pris, inklusive moms og alle øvrige afgifter, for et kilogram, en liter, en meter, en kvadratmeter eller en kubikmeter af varen eller for en anden enkelt mængdeenhed, der er almindeligt og udbredt anvendt i den pågældende medlemsstat i forbindelse med salg af bestemte varer

[...]

d) »forhandler«: fysisk eller juridisk person, der sælger eller tilbyder salg af varer, der hører ind under den pågældende erhvervsmæssige virksomhed

e) »forbruger«: fysisk person, der køber en vare med et formål, som ikke hører ind under den pågældendes erhvervsmæssige virksomhed.«

6 Samme direktivs artikel 3 fastsætter følgende:

»1. Salgsprisen og prisen pr. måleenhed skal angives for alle de varer, der er nævnt i artikel 1, idet angivelsen af prisen pr. måleenhed dog er omfattet af bestemmelserne i artikel 5. Prisen pr. måleenhed skal ikke angives, når den er identisk med salgsprisen.

[...]

4. Reklamer, hvori salgsprisen for de i artikel 1 omhandlede varer nævnes, skal ligeledes angive prisen pr. måleenhed, jf. dog artikel 5.«

7 Artikel 4, stk. 1, i direktiv 98/6 har følgende ordlyd:

»Salgsprisen og prisen pr. måleenhed skal angives på en sådan måde, at de ikke kan misforstås, er umiddelbart synlige og let læselige. [...]«

8 Direktivets artikel 5, stk. 1, har følgende ordlyd:

»Medlemsstaterne kan fravige kravet om angivelse af prisen pr. måleenhed for en vare, hvis en sådan angivelse som følge af varens art eller anvendelse ikke er nyttig eller vil kunne skabe forvirring.«

9 Det nævnte direktivs artikel 10 fastsætter:

»Dette direktiv forhindrer ikke medlemsstaterne i at vedtage eller opretholde forskrifter, der er mere gunstige for så vidt angår forbrugeroplysning og sammenligning af priser, med forbehold af forpligtelserne i henhold til traktaten.«

Direktiv 2005/29

10 Følgende fremgår af sjette og tiende betragtning til direktiv 2005/29:

»(6) [Der] foretages [...] ved dette direktiv en tilnærmelse af medlemsstaternes love om urimelig handelspraksis, herunder illoyal reklame, som direkte skader forbrugernes økonomiske interesser og derved indirekte skader legitime konkurrenters økonomiske interesser. [...]

[...]

(10) [...] Direktivet finder […] kun anvendelse, hvis der ikke er specifikke fællesskabsbestemmelser om særlige aspekter af urimelig handelspraksis som f.eks. oplysningskrav og bestemmelser om, hvordan oplysningerne skal præsenteres over for forbrugeren. Det indfører beskyttelse for forbrugere på områder, hvor der ikke er en særlig sektorlovgivning på fællesskabsplan, og forbyder erhvervsdrivende at bibringe et fejlagtigt indtryk af et produkts egenskaber. [...]«

11 Direktivets artikel 2 har følgende ordlyd:

»I dette direktiv forstås ved:

a) »forbruger«: en fysisk person, der i forbindelse med en af dette direktiv omfattet handelspraksis ikke udøver virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv

b) »erhvervsdrivende«: en fysisk eller juridisk person, der i forbindelse med en af dette direktiv omfattet handelspraksis udøver virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv, og enhver, der handler i en erhvervsdrivendes navn eller på en erhvervsdrivendes vegne

[...]

d) »virksomheders handelspraksis over for forbrugerne« (i det følgende også benævnt »handelspraksis«): en handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne

e) »væsentlig forvridning af forbrugernes økonomiske adfærd«: anvendelse af en handelspraksis, som mærkbart indskrænker forbrugerens evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet

[...]

i) »købsopfordring«: en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb

[...]

k) »transaktionsbeslutning«: en beslutning, der træffes af en forbruger, om hvorvidt, hvordan og på hvilke betingelser han vil købe, foretage fuld eller delvis betaling for, beholde eller afhænde et produkt eller udøve en aftalemæssig rettighed i forbindelse med produktet, uanset om forbrugeren beslutter at foretage en transaktion eller at undlade dette

[...]«

12 Det nævnte direktivs artikel 3 bestemmer følgende:

»1. Dette direktiv gælder for virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne, som fastlagt i artikel 5, før, under og efter en handelstransaktion i forbindelse med et produkt.

[...]

4. I tilfælde af uoverensstemmelse mellem dette direktivs bestemmelser og andre fællesskabsbestemmelser om særlige aspekter af urimelig handelspraksis, vil sidstnævnte gælde for de pågældende særlige aspekter.

[...]«

13 Direktivets artikel 5 med overskriften »Forbud mod urimelig handelspraksis« bestemmer følgende:

»1. Urimelig handelspraksis forbydes.

2. En handelspraksis er urimelig, hvis:

a) den er i modstrid med kravet om erhvervsmæssig diligenspligt

og

b) væsentligt forvrider eller kan forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd i forhold til produktet hos gennemsnitsforbrugeren, som bliver genstand for den, eller som den er rettet mod, eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

[...]

4. En handelspraksis er i særdeleshed urimelig, hvis den er

a) vildledende, jf. artikel 6 og 7,

[...]«

14 Artikel 7 i direktiv 2005/29 fastsætter:

»1. En handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og forhold og begrænsningerne ved kommunikationsmediet, udelader væsentlige oplysninger, som gennemsnitsforbrugeren har behov for i den pågældende situation for at træffe en informeret transaktionsbeslutning, og derved foranlediger gennemsnitsforbrugeren eller kan forventes at foranledige denne til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.

[...]

4. Ved en opfordring til køb betragtes følgende oplysninger som væsentlige, hvis de ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen:

[...]

c) prisen inklusive afgifter, eller, hvis produktets art gør, at prisen ikke med rimelighed kan udregnes på forhånd, den måde, hvorpå prisen udregnes, samt, hvor det er relevant, alle yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto eller, hvor sådanne omkostninger ikke med rimelighed kan udregnes på forhånd, oplysninger om, at der kan forekomme sådanne yderligere omkostninger

[...]«

*Tysk ret*

15 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (lov om bekæmpelse af illoyal konkurrence) af 3. juli 2004 (BGBl. 2004 I, s. 1414, herefter »UWG«) har gennemført direktiv 2005/29 i tysk ret.

16 I henhold til § 1, stk. 1, første punktum, andet led, i Preisangabenverordnung (bekendtgørelse om prisangivelser, BGBl. 1985 I, s. 580, herefter »PAngV«) skal den, der i egenskab af sælger reklamerer over for forbrugerne ved at angive priserne, angive den endelig pris, der skal betales, inklusive merværdiafgiften (herefter »moms«) og andre priselementer.

## Tvisten i hovedsagen og de præjudicielle spørgsmål

17 Citroën Commerce indrykkede en reklameannonce i avisen *Nürnberger Nachrichten* den 30. marts 2011 om et motorkøretøj af mærket Citroën, der indeholdt følgende oplysninger: »F.eks. Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [EUR] [1]« og »maksimal prisfordel: 6 170 [EUR] [1]«. Noten »[1]« henviste til følgende tekst, anført med småt nederst i annoncen: »Pris eksklusiv transport 790 [EUR]. Tilbud rettet til forbrugere med gyldighed for alle Citroën C 4 [...], der bestilles inden den 10. april 2011 [...]«. Den samlede pris, inklusive disse omkostninger til transport af køretøjet fra producenten til forhandleren (»*Überführungskosten*«), som kunden skulle betale for at erhverve et sådant køretøj, var ikke oplyst i den nævnte annonce.

18 ZLW anlagde sag ved Landgericht Köln (regional ret i første instans i Köln, Tyskland) med påstand om, at Citroën Commerce blev pålagt at ophøre med den nævnte reklame, fordi den ikke indeholdt den endelige pris inklusive transportomkostningerne.

19 Ved dom af 11. januar 2012 gav Landgericht Köln (regional ret i første instans i Köln) medhold i denne påstand.

20 Citroën Commerce iværksatte appel til prøvelse af denne dom ved Oberlandesgericht Köln (den regionale appeldomstol i Köln, Tyskland). Ved dom af 21. september 2012 forkastede denne domstol appellen.

21 Både Landgericht Köln (regional ret i første instans i Köln) og Oberlandesgericht Köln (den regionale appeldomstol i Köln) fandt, at den omhandlede reklame på grund af manglende angivelse af den endelige pris var i strid med bestemmelserne i UWG og PAngV.

22 Citroën Commerce iværksatte »revisionsanke« ved Bundesgerichtshof (forbundsdomstolen, Tyskland) af den af Oberlandesgericht Köln (den regionale appeldomstol i Köln) afsagte dom.

23 Den forelæggende ret har anført, at forbrugerne ikke opfatter omkostningerne til transport af køretøjet fra producenten til forhandleren som en yderligere transportomkostning, men som en omkostning, der indgår i den endelige pris for køretøjet. Den adskilte oplysning om disse omkostninger er berettiget, udelukkende når kunden har et valg mellem selv at afhente køretøjet hos producenten eller at lade

det transportere til forhandleren, eller såfremt fastsættelsen af de omhandlede omkostninger ikke er mulig, idet de kan variere i de forskellige tilfælde. Disse betingelser er imidlertid ikke opfyldt i hovedsagen.

24 Under disse omstændigheder har Bundesgerichtshof (forbundsdomstolen) besluttet at udsætte sagen og forelægge Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»1) Udgør en reklame for en vare med angivelse af den pris, der skal betales for varen, et udbud til salg som omhandlet i artikel 1 i direktiv 98/6?

Såfremt det første spørgsmål besvares bekræftende, spørges:

2) Skal den salgspris, som i henhold til artikel 1 og artikel 3, stk. 1, første punktum, i direktiv 98/6 skal angives i forbindelse med et udbud til salg som omhandlet i samme direktivs artikel 1, også omfatte obligatoriske omkostninger til transport af et motorkøretøj fra producenten til forhandleren?

Såfremt første eller andet spørgsmål besvares benægtende, spørges:

3) Skal »prisen inklusive afgifter«, som i henhold til artikel 7, stk. 4, litra c), første led, i direktiv 2005/29 skal angives i forbindelse med en købsopfordring som omhandlet i samme direktivs artikel 2, litra i), […] også omfatte obligatoriske omkostninger til transport af [motor]køretøjet fra producenten til forhandleren?«

**Om de præjudicielle spørgsmål**

25 Den forelæggende ret ønsker med sine spørgsmål, der skal besvares samlet, nærmere bestemt oplyst, om artikel 1 og artikel 3, stk. 1, i direktiv 98/6 samt artikel 7, stk. 4, litra c), i direktiv 2005/29 skal fortolkes således, at omkostningerne til transport af et motorkøretøj fra producenten til forhandleren, som forbrugeren skal betale, skal være inkluderet i salgsprisen for det køretøj, der indgår i en reklame, der stammer fra en erhvervsdrivende.

26 Det bemærkes indledningsvis, at det følger af artikel 1 i direktiv 98/6, at direktivets formål er at fastsætte krav om angivelse af salgsprisen og prisen pr. måleenhed for varer, som udbydes af forhandlere til forbrugere, for at forbedre forbrugeroplysningen og lette en prissammenligning.

27 I denne henseende tilsigter direktivet, således som det fremgår af 12. betragtning dertil, at sikre en ensartet og gennemskuelig information til gavn for samtlige forbrugere i det indre marked.

28 Med henblik på at sikre denne ensartethed og gennemskuelighed i informationen om prisen kræver det nævnte direktivs artikel 3, stk. 1, at salgsprisen skal oplyses for alle de varer, der udbydes af forhandlere til forbrugere, idet denne salgspris i overensstemmelse med samme direktivs artikel 2, litra a), defineres som den endelige pris for en måleenhed af varen eller en given mængde af varen, dvs. inklusive moms og alle øvrige afgifter.

29 Anvendelsen af direktiv 98/6 i forhold til visse aspekter af reklamer, der nævner varernes salgspris, fremgår af dette direktivs artikel 3, stk. 4.

30 Det bemærkes i denne henseende, at selv om denne sidstnævnte bestemmelse ikke fastsætter en generel forpligtelse til at nævne salgsprisen, vil en reklame som den i hovedsagen omhandlede, hvori nævnes både de særlige kendetegn ved det produkt, der gøres reklame for, og en pris, der efter opfattelsen hos en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet forbruger ligner salgsprisen for dette produkt, samt en dato, indtil hvilken det »udbud til salg«, der er formuleret over

for forbrugerne, er gyldigt, imidlertid af en sådan forbruger kunne anses for at være forhandlerens tilbud om at sælge produktet under de i denne reklame nævnte betingelser. I et sådant tilfælde skal den således angivne pris overholde kravene i direktiv 98/6.

31 Navnlig skal denne pris være det berørte produkts salgspris, dvs. den endelige pris som omhandlet i artikel 2, litra a), i direktiv 98/6. Den endelige pris gør det muligt for forbrugeren at vurdere og sammenligne den pris, der er nævnt i en reklame, med prisen for andre lignende produkter, og dermed foretage et informeret valg baseret på enkle sammenligninger i overensstemmelse med sjette betragtning til direktiv 98/6.

32 Det tilkommer den forelæggende ret at undersøge, om alle de elementer, der er anført i denne doms præmis 30, foreligger.

33 Domstolen har ganske rigtigt i dom af 10. juli 2014, Kommissionen mod Belgien (C-421/12, EU:C:2014:2064, præmis 59), bemærket, at formålet med direktiv 98/6 ikke er at beskytte forbrugerne i forbindelse med angivelse af priser generelt eller i forbindelse med et krav om, at annoncerede rabatter skal udgøre ægte prisnedsættelser, men i forbindelse med angivelse af priser på varer ved henvisning til forskellige måleenheder.

34 Domstolen anførte imidlertid denne bemærkning alene til besvarelse af Kongeriget Belgiens argument med henblik på at godtgøre, at den belgiske lovgivning, hvorefter annoncer om prisnedsættelser skal overholde visse tidsmæssige hensyn, henhørte under anvendelsesområdet for direktiv 98/6.

35 Et sådant spørgsmål er imidlertid klart forskelligt fra dem, der er genstand for nærværende sag, der vedrører fastsættelsen af de elementer, der skal være inkluderet i angivelsen af salgsprisen som omhandlet i artikel 2, litra a), i direktiv 98/6.

36 For så vidt angår disse elementer bemærkes, at ud over den omstændighed, at denne salgspris skal omfatte moms og alle øvrige afgifter, skal den generelt udgøre den endelige pris, der gælder for en måleenhed af varen eller en given mængde af varen.

37 Hvad angår den endelige pris skal denne nødvendigvis omfatte de obligatoriske og forudseelige priselementer, dvs. elementer, som forbrugeren nødvendigvis skal betale, og som udgør en økonomisk modydelse for erhvervelsen af den pågældende vare (jf. analogt dom af 18.9.2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, præmis 36).

38 I et tilfælde, hvor forhandleren af varen kræver, at forbrugeren bærer omkostningerne til varens transport fra producenten til denne forhandler med den konsekvens, at disse omkostninger, der i øvrigt ligger fast, nødvendigvis skal betales af forbrugeren, udgør disse omkostninger dermed et element i salgsprisen som omhandlet i artikel 2, litra a), i direktiv 98/6.

39 Dette er navnlig tilfældet, såfremt forbrugeren henvender sig i forhandlerens forretning for at modtage et motorkøretøj, der er købt hos denne forhandler og produceret i en anden virksomhed. I en sådan situation er det almindeligvis denne forbruger, der skal betale omkostningerne til transport af dette køretøj fra producenten til forhandleren.

40 Disse for forbrugeren obligatoriske transportomkostninger skal skelnes fra en yderligere transport- eller leveringsomkostning for den vare, der er købt et sted efter forbrugerens valg, idet denne yderligere omkostning ikke kan betegnes som et obligatorisk og forudseeligt priselement.

41 Såfremt en situation som den, der er omhandlet i denne doms præmis 30, således er godtgjort, skal prisen i reklamen for en vare, som en forhandler udbyder til salg til forbrugere, omfatte omkostningerne til transport af varen fra producenten til denne forhandler, når disse omkostninger skal betales af forbrugeren.

42 For så vidt angår anvendelsen af direktiv 2005/29 bemærkes, at i tilfælde af konflikt mellem dette direktivs bestemmelser og de øvrige regler i EU-retten, der regulerer særlige aspekter af urimelig handelspraksis, har disse andre regler forrang og finder i henhold til dette direktivs artikel 3, stk. 4, anvendelse på disse særlige aspekter.

43 Direktiv 2005/29 finder ganske rigtigt i overensstemmelse med dettes artikel 3, stk. 1, anvendelse på virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne, som defineret i direktivets artikel 5, før, under og efter en handelstransaktion i forbindelse med et produkt. Det nævnte direktivs artikel 2, litra d), definerer handelspraksis som »en handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne« (jf. dom af 16.7.2015, Abcur, C-544/13 og C-545/13, EU:C:2015:481, præmis 73).

44 Det skal imidlertid bemærkes, at direktiv 98/6 regulerer særlige aspekter af handelspraksisser som omhandlet i artikel 3, stk. 4, i direktiv 2005/29, der kan betegnes som urimelige i forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere, dvs. navnlig de forhold, der vedrører angivelsen af varernes salgspris i udbuddene til salg og i reklamer.

45 På det grundlag kan direktiv 2005/29 ikke finde anvendelse i forhold til aspektet vedrørende en salgspris, der er nævnt i en reklame som den, der er omhandlet i hovedsagen, idet dette aspekt reguleres af direktiv 98/6.

46 Det er derfor ufornødent at fortolke artikel 7, stk. 4, litra c), i direktiv 2005/29.

47 Under hensyntagen til alle de ovenstående betragtninger skal spørgsmålene besvares med, at artikel 3 i direktiv 98/6, sammenholdt med dettes artikel 1, og artikel 2, litra a), skal fortolkes således, at omkostningerne til transport af et motorkøretøj fra producenten til forhandleren, som forbrugeren skal betale, skal være inkluderet i dette køretøjs salgspris, der er nævnt i en reklame foretaget af en forhandler, når denne pris under hensyn til alle kendetegnene ved denne reklame efter forbrugerens opfattelse er udtryk for et udbud til salg af det nævnte køretøj. Det tilkommer den forelæggende ret at efterprøve, om alle disse betingelser er opfyldt.

## Sagens omkostninger

48 Da sagens behandling i forhold til hovedsagens parter udgør et led i den sag, der verserer for den forelæggende ret, tilkommer det denne at træffe afgørelse om sagens omkostninger. Bortset fra nævnte parters udgifter kan de udgifter, som er afholdt i forbindelse med afgivelse af indlæg for Domstolen, ikke erstattes.

På grundlag af disse præmisser kender Domstolen (Fjerde Afdeling) for ret:

**Artikel 3 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF af 16. februar 1998 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med angivelse af priser på forbrugsvarer, sammenholdt med dettes artikel 1 og artikel 2, litra a), skal fortolkes således, at omkostningerne til transport af et motorkøretøj fra producenten til forhandleren, som forbrugeren skal betale, skal være inkluderet i dette køretøjs salgspris, der er nævnt i en reklame foretaget af en forhandler, når denne pris under hensyn til alle kendetegnene ved denne reklame efter forbrugerens opfattelse er udtryk for et udbud til salg af det nævnte køretøj. Det tilkommer den forelæggende ret at efterprøve, om alle disse betingelser er opfyldt.**

Underskrifter