Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Cuarta)

de 7 de julio de 2016*

«Procedimiento prejudicial — Directivas 98/6/CE y 2005/29/CE — Protección de los consumidores — Publicidad con indicación del precio — Conceptos de "oferta" y de "precio incluidos los impuestos" — Obligación de incluir en el precio de venta de un automóvil los gastos adicionales obligatorios vinculados al traslado de dicho vehículo»

En el asunto C-476/14,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Civil y Penal, Alemania), mediante resolución de 18 de septiembre de 2014, recibida en el Tribunal de Justicia el 27 de octubre de 2014, en el procedimiento entre

Citroën Commerce GmbH

y

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

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Cuarta),

integrado por el Sr. L. Bay Larsen, Presidente de la Sala Tercera, en funciones de Presidente de la Sala Cuarta, y los Sres. J. Malenovský y M. Safjan (Ponente) y las Sras. A. Prechal y K. Jürimäe, Jueces;

Abogado General: Sr. P. Mengozzi;

Secretario: Sr. V. Tourrès, administrador;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 30 de septiembre de 2015;

consideradas las observaciones presentadas:

— en nombre de Citroën Commerce GmbH, por los Sres. L. Pechan y J. Croll, Rechtsanwälte;

— en nombre de la Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW), por la Sra. B. Ackermann, Rechtsanwältin;

— en nombre del Gobierno húngaro, por los Sres. M. Fehér, G. Szima y M. Bóra, en calidad de agentes;

— en nombre del Gobierno austriaco, por el Sr. G. Eberhard, en calidad de agente;

* Lengua de procedimiento: alemán.

— en nombre de la Comisión Europea, por los Sres. M. van Beek y M. Kellerbauer, en calidad de agentes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 16 de diciembre de 2015;

dicta la siguiente

Sentencia

1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación del artículo 1 y del artículo 3, apartado 1, de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores (DO 1998, L 80, p. 27), así como del artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales») (DO 2005, L 149, p. 22).

2 Esta petición se ha presentado en el contexto de un litigio entre Citroën Commerce GmbH y la Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (asociación para la defensa de la competencia leal en el sector automovilístico) en relación con un anuncio de automóviles hecho por Citroën Commerce.

Marco jurídico

Derecho de la Unión

Directiva 98/6

3 A tenor de los considerandos 6 y 12 de la Directiva 98/6:

«(6) [...] la obligación de indicar el precio de venta [...] contribuye de manera notable a la mejora de la información de los consumidores, ya que es la manera más sencilla de dar a los consumidores óptimas posibilidades para evaluar y comparar el precio de los productos y de permitirles por tanto elegir con mayor conocimiento de causa sobre la base de comparaciones simples;

[...]

(12) [...] una regulación adoptada a nivel comunitario permite garantizar una información homogénea y transparente que beneficie al conjunto de los consumidores en el marco del mercado interior [...]»

4 El artículo 1 de esta Directiva establece:

«La presente Directiva tiene por objeto disponer la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y de facilitar la comparación de los precios.»

5 El artículo 2 de dicha Directiva dispone:

«A efectos de la presente Directiva se entenderá por:

a) “precio de venta”: el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el [impuesto sobre el valor añadido] y todos los demás impuestos;

b) “precio por unidad de medida”: el precio final, incluidos el [impuesto sobre el valor añadido] y todos los demás impuestos por un kilogramo, un litro, un metro, un metro cuadrado o un metro cúbico del producto o una sola unidad de magnitud que se utilice de forma generalizada y habitualmente en el Estado miembro interesado en la comercialización de productos específicos;

[...]

d) “comerciante”: cualquier persona física o jurídica que venda u ofrezca en venta productos dentro del marco de su actividad comercial o profesional;

e) “consumidor”: cualquier persona física que compre un producto con fines ajenos a su actividad comercial o profesional.»

6 El artículo 3 de esta misma Directiva establece:

«1. Se indicará el precio de venta y el precio por unidad de medida en todos los productos a que se refiere el artículo 1, aplicándose a la indicación del precio por unidad de medida lo dispuesto en el artículo 5. No se indicará el precio por unidad de medida cuando sea idéntico al precio de venta.

[...]

4. En todas las formas de publicidad que mencionen el precio de venta de los productos a que se refiere el artículo 1 se indicará también el precio por unidad de medida, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5.»

7 El artículo 4, apartado 1, de la Directiva 98/6 tiene la siguiente redacción:

«El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles. [...]»

8 A tenor del artículo 5, apartado 1, de esta Directiva:

«Los Estados miembros podrán eximir de la obligación de indicar el precio por unidad de medida respecto de los productos para los cuales esta indicación no sea útil a causa de su naturaleza o destino, o pueda suscitar confusión.»

9 El artículo 10 de dicha Directiva establece:

«La presente Directiva no obstará para que los Estados miembros adopten o mantengan disposiciones más favorables en materia de información de los consumidores y de comparación de precios, sin perjuicio de las obligaciones que les incumben en virtud del Tratado.»

Directiva 2005/29

10 Los considerandos 6 y 10 de la Directiva 2005/29 tienen el siguiente tenor:

«(6) [...] la presente Directiva aproxima las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal, que son directamente perjudiciales para los intereses económicos de los consumidores y, por ende, indirectamente perjudiciales para los de los competidores legítimos. [...]

[...]

(10) [...] La presente Directiva resulta [...] aplicable sólo en la medida en que no haya disposiciones específicas del Derecho comunitario que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, como requisitos relativos a la información y normas sobre la manera en que ha de presentarse la información al consumidor. Establece una protección para los consumidores allí donde no existe legislación sectorial específica a nivel comunitario y prohíbe a los comerciantes crear una falsa impresión sobre la naturaleza de los productos. [...]»

11 Con arreglo al artículo 2 de dicha Directiva:

«A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

a) "consumidor": cualquier persona física que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio, oficio o profesión;

b) "comerciante": cualquier persona física o jurídica que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente Directiva, actúe con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, así como cualquiera que actúe en nombre del comerciante o por cuenta de éste;

[...]

d) "prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores" (en lo sucesivo "prácticas comerciales"): todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores;

e) "distorsionar de manera sustancial el comportamiento económico de los consumidores": utilizar una práctica comercial para mermar de manera apreciable la capacidad del consumidor de adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa haciendo así que éste tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado;

[...]

i) "invitación a comprar": comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra;

[...]

k) “decisión sobre una transacción”: toda decisión por la que un consumidor opta por comprar o no un producto y resuelve de qué manera y en qué condiciones efectúa la compra, si realiza un pago íntegro o parcial, si conserva un producto o se deshace de él y si ejerce un derecho contractual en relación con dicho producto, tanto si el consumidor opta por actuar como por abstenerse de actuar;

[...]»

12 El artículo 3 de la referida Directiva establece:

«1. La presente Directiva será aplicable a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el artículo 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto.

[...]

4. En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente Directiva y otras normas comunitarias que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

[...]»

13 A tenor del artículo 5 de esta misma Directiva, titulado «Prohibición de las prácticas comerciales desleales»:

«1. Se prohibirán las prácticas comerciales desleales.

2. Una práctica comercial será desleal si:

a) es contraria a los requisitos de la diligencia profesional,

y

b) distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica, o del miembro medio del grupo, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

[...]

4. En particular, serán desleales las prácticas comerciales que:

a) sean engañosas según lo establecido en los artículos 6 y 7,

[...]»

14 El artículo 7 de la Directiva 2005/29 dispone:

«1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

[...]

4. En los casos en que haya una invitación a comprar se considerará sustancial la información que figura a continuación, si no se desprende ya claramente del contexto:

[...]

c) el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales;

[...]»

Derecho alemán

15 La Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Ley sobre prácticas comerciales desleales), de 3 de julio de 2004 (BGBl. 2004 I, p. 1414; en lo sucesivo, «UWG»), ha transpuesto en Derecho alemán la Directiva 2005/29.

16 Con arreglo al artículo 1, apartado 1, primera frase, segundo supuesto, del Preisangabenverordnung (Decreto sobre indicaciones de precios, BGBl. 1985 I, p. 580; en lo sucesivo, «PAngV»), quien, en su condición de vendedor, haga publicidad dirigida a los consumidores indicando el precio, deberá indicar el precio final que haya de pagarse, incluidos el impuesto sobre el valor añadido (IVA) y los demás componentes del precio.

Litigio principal y cuestiones prejudiciales

17 Citroën Commerce publicó, en la edición del periódico *Nürnberger Nachrichten* de 30 de marzo de 2011, un anuncio de un automóvil de la marca Citroën que incluía lo indicado a continuación: «por ejemplo, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [euros][1]» y «ahorro máximo 6 170 [euros][1]». La nota «1» se remitía al texto siguiente, situado en la parte inferior del anuncio: «precio más 790 [euros] de gastos de traslado. Oferta dirigida a particulares, válida para todos los Citroën C 4 [...] encargados hasta el 10 de abril de 2011 [...]». El precio total, incluidos los gastos de traslado del vehículo del fabricante al concesionario (*Überführungskosten*) que el cliente debía abonar para adquirir tal vehículo, no se indicaba en dicho anuncio.

18 La ZLW ejercitó ante el Landgericht Köln (Tribunal Regional Civil y Penal de Colonia, Alemania) una acción de cesación para que Citroën Commerce pusiese fin a dicha publicidad, alegando que el referido anuncio no indicaba el precio final, incluidos los gastos de traslado.

19 Mediante resolución de 11 de enero de 2012, el Landgericht Köln (Tribunal Regional Civil y Penal de Colonia) estimó esta petición.

20 Citroën Commerce recurrió en apelación contra dicha resolución ante el Oberlandesgericht Köln (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Colonia, Alemania). Mediante sentencia de 21 de septiembre de 2012, dicho órgano jurisdiccional desestimó la apelación.

21 Tanto el Landgericht Köln (Tribunal Regional Civil y Penal de Colonia) como el Oberlandesgericht Köln (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Colonia) consideraron que el anuncio de que se trata se oponía a lo dispuesto en la UWG y en el PAngV por no indicar el precio final.

22 Citroën Commerce interpuso recurso de casación ante el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Civil y Penal, Alemania) contra la sentencia dictada por el Oberlandesgericht Köln (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Colonia).

23 El órgano jurisdiccional remitente señala que el público no percibe los gastos de traslado del vehículo del fabricante al concesionario como un gasto adicional de transporte, sino como parte integrante del precio final de ese vehículo. Según el referido órgano jurisdiccional, la indicación de estos gastos por separado sólo está justificada si el cliente tiene la posibilidad de elegir entre recoger personalmente el vehículo en la sede del fabricante y su traslado al concesionario, o si la determinación de los costes de que se trata no es posible porque éstos puedan variar caso por caso. Ahora bien, el órgano jurisdiccional remitente afirma que no se cumplen estos requisitos en el litigio principal.

24 En estas circunstancias, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Civil y Penal) ha resuelto suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:

«1) ¿Constituye la publicidad de un producto en que se indica el precio que se ha de pagar por él una oferta a los efectos del artículo 1 de la Directiva 98/6/CE?

En el supuesto de que se responda afirmativamente a la primera cuestión:

2) En caso de que concurra una oferta a los efectos del artículo 1 de la Directiva 98/6/CE, ¿el precio de venta que se debe indicar con arreglo a los artículos 1 y 3, apartado 1, primera frase, debe incluir los gastos obligatorios de traslado de un vehículo desde el fabricante hasta el concesionario?

En el supuesto de que se responda negativamente a la primera o a la segunda cuestión:

3) En caso de que concurra una invitación a comprar a los efectos del artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29/CE, ¿el "precio, incluidos los impuestos", que se debe indicar con arreglo al artículo 7, apartado 4, letra c), primera alternativa, de la misma norma debe incluir, cuando se trate de un vehículo, los gastos obligatorios de traslado del vehículo desde el fabricante hasta el concesionario?»

Sobre las cuestiones prejudiciales

25 Mediante sus cuestiones prejudiciales, que procede examinar de forma conjunta, el órgano jurisdiccional remitente pregunta al Tribunal de Justicia, fundamentalmente, si el artículo 1 y el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 98/6, así como el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29 deben interpretarse en el sentido de que los gastos de traslado de un automóvil del fabricante al concesionario, que corren por cuenta del consumidor, deben incluirse en el precio de venta de dicho vehículo que se indica en un anuncio hecho por un comerciante.

26 Con carácter preliminar, debe señalarse que, a tenor de su artículo 1, la Directiva 98/6 tiene por objeto disponer la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y de facilitar la comparación de los precios.

27 A este respecto, como se señala en el considerando 12 de la referida Directiva, ésta pretende garantizar una información homogénea y transparente que beneficie al conjunto de los consumidores en el marco del mercado interior.

28 Con el fin de garantizar esa homogeneidad y esa transparencia de la información sobre los precios, el artículo 3, apartado 1, de dicha Directiva exige que se indique el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, precio de venta que se define, con arreglo al artículo 2, letra a), de esta misma Directiva, como el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el IVA y todos los demás impuestos.

29 La aplicabilidad de la Directiva 98/6 en relación con determinados aspectos de la publicidad que menciona el precio de venta de los productos se desprende del artículo 3, apartado 4, de esta Directiva.

30 A este respecto, debe señalarse que, si bien la referida disposición no establece la obligación general de mencionar el precio de venta, el consumidor puede considerar que un anuncio como el controvertido en el litigio principal —que menciona tanto las especificidades del producto anunciado como un precio que, a los ojos de un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, se asemeja al precio de venta de dicho producto, así como una fecha hasta la cual la «oferta» realizada a los particulares sigue siendo válida— refleja la oferta del comerciante de vender dicho producto en las condiciones que se mencionan en esa publicidad. En tal caso, el precio así indicado debe respetar las exigencias de la Directiva 98/6.

31 En particular, ese precio debe ser el precio de venta del producto de que se trate, es decir, su precio final en el sentido del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6. El precio final permite al consumidor evaluar y comparar el precio indicado en un anuncio con el de otros productos similares y, por tanto, elegir con mayor conocimiento de causa sobre la base de comparaciones simples, con arreglo al considerando 6 de dicha Directiva.

32 Corresponde al órgano jurisdiccional remitente comprobar si concurren todos los elementos a los que se hace referencia en el apartado 30 de la presente sentencia.

33 Es cierto que, en la sentencia de 10 de julio de 2014, Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064), apartado 59, el Tribunal de Justicia recordó que la Directiva 98/6 no tiene por objeto la protección de los consumidores en relación con la indicación de precios en general o en cuanto a la realidad económica de los anuncios de reducción de precios, sino en materia de indicación de los precios de los productos por referencia a distintas magnitudes de medida.

34 Ahora bien, el Tribunal de Justicia sólo hizo ese recordatorio en respuesta al argumento del Reino de Bélgica dirigido a demostrar que la normativa belga con arreglo a la cual los anuncios de reducción de precios deben respetar determinadas exigencias temporales está comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva 98/6.

35 Pues bien, tal cuestión es claramente distinta a la que constituye el objeto del presente asunto, que versa sobre la determinación de los elementos que deben incluirse en la indicación del precio de venta, en el sentido del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6.

36 En cuanto a estos elementos, es preciso señalar que, además del hecho de que ese precio de venta debe incluir el IVA y todos los demás impuestos, debe suponer, con carácter general, el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto.

37 Como precio final, el precio de venta debe incluir necesariamente los elementos obligatorios y previsibles del precio que corran obligatoriamente por cuenta del consumidor y que representen la contrapartida pecuniaria de la adquisición del producto de que se trate (véase por analogía la sentencia de 18 de septiembre de 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, apartado 36).

38 Por consiguiente, en caso de que el comerciante que vende el producto exija que el consumidor asuma los gastos de traslado de dicho producto del fabricante a ese comerciante-vendedor, con la consecuencia de que tales gastos, invariables por lo demás, corran obligatoriamente por cuenta del consumidor, esos gastos supondrán un elemento del precio de venta, en el sentido del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6.

39 Así ocurre, en particular, cuando el consumidor se traslada al establecimiento mercantil de un comerciante para tomar posesión de un automóvil adquirido en este último y fabricando en otro establecimiento. En esa situación, los gastos de traslado de dicho vehículo del fabricante al comerciante-vendedor corren habitualmente por cuenta de ese consumidor.

40 Estos gastos de traslado, obligatorios para el consumidor, deben distinguirse del gasto adicional de transporte del producto adquirido hacia el lugar elegido por ese consumidor o de entrega en ese lugar, gasto adicional que no puede calificarse de elemento obligatorio y previsible del precio.

41 Por consiguiente, cuando se produzca la situación a la que se hace referencia en el apartado 30 de la presente sentencia, el precio de un producto que un comerciante ofrezca en venta a consumidores deberá incluir, en la publicidad relativa a dicho producto, los gastos de traslado del producto del fabricante a ese comerciante cuando éstos corran obligatoriamente por cuenta del consumidor.

42 En cuanto a la aplicabilidad de la Directiva 2005/29, debe recordarse que, a tenor del artículo 3, apartado 4, de dicha Directiva, en caso de conflicto entre las disposiciones de ésta y otras normas de la Unión que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

43 Es cierto que la Directiva 2005/29 se aplica, de conformidad con su artículo 3, apartado 1, a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el artículo 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto. El artículo 2, letra d), de dicha Directiva define las prácticas comerciales como «todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores» (véase la sentencia de 16 de julio de 2015, Abcur, C-544/13 y C-545/13, EU:C:2015:481, apartado 73).

44 No obstante, debe señalarse que la Directiva 98/6 regula aspectos concretos —en el sentido del artículo 3, apartado 4, de la Directiva 2005/29— de prácticas comerciales que pueden ser calificadas de desleales en las relaciones entre los comerciantes y los consumidores, concretamente las relativas a la indicación del precio de venta de los productos en las ofertas de venta y en la publicidad.

45 En estas circunstancias, dado que el aspecto relativo al precio de venta mencionado en un anuncio como el controvertido en el litigio principal se rige por la Directiva 98/6, la Directiva 2005/29 no puede aplicarse por lo que a ese aspecto se refiere.

46 Por consiguiente, no procede interpretar el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29.

47 Habida cuenta de todas las consideraciones anteriores, debe responderse a las cuestiones prejudiciales que el artículo 3 de la Directiva 98/6, en relación con el artículo 1 y con el artículo 2, letra a), de ésta, debe interpretarse en el sentido de que los gastos de traslado de un automóvil del fabricante al concesionario, que corren por cuenta del consumidor, deben incluirse en el precio de venta de dicho vehículo que se indica en un anuncio hecho por un comerciante cuando, teniendo en cuenta todas las características de ese anuncio, éste refleje, a ojos del consumidor, una oferta referida a dicho vehículo. Corresponde al órgano jurisdiccional remitente comprobar si concurren todos estos elementos.

Costas

48 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Cuarta) declara:

El artículo 3 de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, en relación con el artículo 1 y con el artículo 2, letra a), de ésta, debe interpretarse en el sentido de que los gastos de traslado de un automóvil del fabricante al concesionario, que corren por cuenta del consumidor, deben incluirse en el precio de venta de dicho vehículo que se indica en un anuncio hecho por un comerciante cuando, teniendo en cuenta todas las características de ese anuncio, éste refleje, a ojos del consumidor, una oferta referida a dicho vehículo. Corresponde al órgano jurisdiccional remitente comprobar si concurren todos estos elementos.

Firmas