A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (negyedik tanács)

2016. július 7.*

„Előzetes döntéshozatal — A 98/6/EK és a 2005/29/EK irányelvek — Fogyasztóvédelem — Az árat feltüntető reklám — A »kínálás« és az »adóval növelt ár« fogalma — Arra vonatkozó kötelezettség, hogy a gépjármű eladási ára magában foglalja az e gépjármű szállításához kapcsolódó kötelezően felmerülő többletköltségeket”

A C-476/14. sz. ügyben,

az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Bundesgerichtshof (szövetségi legfelsőbb bíróság, Németország) a Bírósághoz 2014. október 27-én érkezett, 2014. szeptember 18-i határozatával terjesztett elő az előtte

a **Citroën Commerce GmbH**

és

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

között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (negyedik tanács),

tagjai: L. Bay Larsen, a harmadik tanács elnöke, a negyedik tanács elnökeként eljárva, J. Malenovský, M. Safjan (előadó), A. Prechal és K. Jürimäe bírák,

főtanácsnok: P. Mengozzi,

hivatalvezető: V. Tourrès tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2015. szeptember 30-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– a Citroën Commerce GmbH képviseletében L. Pechan és J. Croll Rechtsanwälte,

– a Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) képviseletében B. Ackermann Rechtsanwältin,

– a magyar kormány képviseletében Fehér M., Szima G. és Bóra M., meghatalmazotti minőségben,

– az osztrák kormány képviseletében G. Eberhard, meghatalmazotti minőségben,

* Az eljárás nyelve: német.

– az Európai Bizottság képviseletében M. van Beek és M. Kellerbauer, meghatalmazotti minőségben,

a főtanácsnok indítványának a 2015. december 16-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló, 1998. február 16-i 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 1998. L 80., 27. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 4. kötet, 32. o.) 1. cikkének és 3. cikke (1) bekezdésének, és a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL 2005. L 149., 22. o.) 7. cikke (4) bekezdése c) pontjának értelmezésére vonatkozik.

2 E kérelmet a Citroën Commerce GmbH és a Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (gépjárműipari központi szövetség a tisztességes verseny fenntartásáért) között a Citroën Commerce által gyártott gépjárművek egyik reklámjának tárgyában folyamatban lévő eljárás keretében terjesztették elő.

Jogi háttér

Az uniós jog

A 98/6 irányelv

3 A 98/6 irányelv (6) és (12) preambulumbekezdése szerint:

„(6) [...] az eladási ár [...] feltüntetésére vonatkozó kötelezettség jelentősen hozzájárul a fogyasztói tájékoztatás javításához, mivel ez a legkönnyebb módja annak, hogy a fogyasztók a lehető legjobban tudják értékelni és összehasonlítani a termékek árát, és ily módon egyszerű összehasonlítások alapján megalapozott döntést hozhassanak;

[...]

(12) [...] a közösségi szintű szabályok biztosíthatják azt az egységes és átlátható tájékoztatást, amely valamennyi fogyasztó javát szolgálja a belső piac összefüggésében […]”.

4 Az irányelv 1. cikke kimondja:

„Ezen irányelv célja, hogy a fogyasztói tájékoztatás javítása és az árak összehasonlításának megkönnyítése érdekében előírja a kereskedők által a fogyasztók számára kínált termékek eladási árának és mértékegységenkénti árának feltüntetését.”

5 Az említett irányelv 2. cikke előírja:

„Ezen irányelv alkalmazásában:

a) eladási ár: a termék egy egységére vagy a termék egy adott mennyiségére vonatkozó végleges ár, beleértve a hozzáadottérték-adót és minden egyéb adót;

b) egységár: a végleges ár, beleértve a hozzáadottérték-adót és minden egyéb adót, a termék egy kilogrammjára, egy literére, egy méterére, egy négyzetméterére vagy egy köbméterére vonatkozóan, vagy a mennyiségnek egy olyan eltérő, egyetlen egységére vonatkozóan, amelyet az érintett tagállamban egyes termékek értékesítése során széles körben és a bevett gyakorlatnak megfelelően használnak;

[...]

d) kereskedő: az a természetes vagy jogi személy, aki kereskedelmi vagy szakmai tevékenységi körébe tartozó termékeket ad el vagy kínál eladásra;

e) fogyasztó: az a természetes személy, aki nem kereskedelmi vagy szakmai tevékenységi körébe tartozó célra vásárol terméket.”

6 Ugyanezen irányelv 3. cikke a következőképpen rendelkezik:

„(1) Az eladási árat és az egységárat valamennyi, az 1. cikkben említett termékre vonatkozóan feltüntetik, az egységár feltüntetése az 5. cikk rendelkezéseinek hatálya alá tartozik. Az egységárat nem szükséges jelezni, ha az ugyanaz, mint az eladási ár.

[...]

(4) Az 1. cikkben említett termékek eladási árát megemlítő bármely hirdetésnek az 5. cikknek megfelelően jeleznie kell az egységárat is.”

7 A 98/6 irányelv 4. cikke (1) bekezdésének szövege a következő:

„Az eladási árnak és az egységárnak egyértelműnek, könnyen beazonosíthatónak és tisztán olvashatónak kell lennie. [...]”

8 Ezen irányelv 5. cikkének (1) bekezdése szerint:

„A tagállamok mentesülhetnek az olyan termékek egységárának feltüntetésére vonatkozó kötelezettség alól, amelyek esetében ez a feltüntetés a termék jellege vagy rendeltetése miatt nem lenne célszerű, vagy zavart keltene.”

9 Az említett irányelv 10. cikke előírja:

„Ez az irányelv nem akadályozza a tagállamokat abban, hogy olyan rendelkezéseket fogadjanak el vagy tartsanak hatályban, amelyek előnyösebbek a fogyasztói tájékoztatás és az árak összehasonlítása tekintetében, a Szerződés alapján fennálló kötelezettségeik sérelme nélkül.”

A 2005/29 irányelv

10 A 2005/29 irányelv (6) és (10) preambulumbekezdése kimondja:

„(6) Ez az irányelv […] közelíti a tagállamoknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó jogszabályait, ideértve a fogyasztók gazdasági érdekeit közvetlenül sértő tisztességtelen reklámokat, amelyek ezáltal közvetett módon sértik a jogszerűen eljáró versenytársak gazdasági érdekeit is. [...]

[...]

(10) [...] ezt az irányelvet csak abban az esetben kell alkalmazni, ha nincsenek olyan különös közösségi jogi rendelkezések, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok sajátos vonatkozásait szabályozzák, úgymint a tájékoztatási követelmények és a tájékoztatás fogyasztók felé történő megjelenítésének módjára vonatkozó szabályok. Ez az irányelv biztosítja a fogyasztók védelmét abban az esetben, ha közösségi szinten nincs külön ágazati jogszabály, és megtiltja, hogy a termékek természetére vonatkozóan a kereskedők téves benyomást keltsenek. [...]”

11 Az említett irányelv 2. cikke értelmében:

„Ezen irányelv alkalmazásában:

a) »fogyasztó«: az a természetes személy, aki az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó kereskedelmi gyakorlatok során kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységén kívül eső célok érdekében jár el;

b) »kereskedő«: az a természetes vagy jogi személy, aki, illetve amely az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó kereskedelmi gyakorlatok során kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el, valamint aki a kereskedő nevében vagy javára jár el;

[...]

d) »az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatai« (a továbbiakban: kereskedelmi gyakorlatok): a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával [helyesen: valamely terméknek a fogyasztó részére történő népszerűsítésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával];

e) »fogyasztók gazdasági magatartásának jelentős torzítása«: a kereskedelmi gyakorlat olyan célból történő alkalmazása, hogy érzékelhető módon rontsa a fogyasztó tájékozott döntés meghozatalára való képességét, és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára ösztönzi a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg;

[...]

i) »felhívás vásárlásra«: a termék tulajdonságait és árát az alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszköznek megfelelően feltüntető kereskedelmi kommunikáció, amely ezáltal lehetővé teszi a fogyasztó számára a vásárlást;

[...]

k) »ügyleti döntés«: a fogyasztó által arra vonatkozóan hozott döntés, hogy vásároljon-e, és ha vásárol, akkor hogyan és milyen feltételek mellett, egy összegben vagy részletekben fizessen-e, a terméket megtartsa vagy elidegenítse, a termékkel kapcsolatos szerződéses jogát gyakorolja, valamint hogy a fogyasztó a cselekvés vagy a cselekvéstől való tartózkodás mellett döntsön.

[...]”

12 Az említett irányelv 3. cikke a következőképpen rendelkezik:

„(1) Ezt az irányelvet az üzleti vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni.

[...]

(4) Az ezen irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb közösségi szabályok közötti összeütközés esetén az utóbbiak az irányadók, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni.

[...]”

13 Ugyanezen irányelvnek „A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma” című 5. cikke kimondja:

„(1) Tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazni.

(2) A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben:

a) ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel;

és:

b) a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut, vagy aki a címzettje, illetve – amennyiben a kereskedelmi gyakorlat egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul – a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását.

[...]

(4) Különösen tisztességtelen [helyesen: Tisztességtelen különösen] az a kereskedelmi gyakorlat, amely:

a) a 6. és 7. cikkben meghatározott módon megtévesztő;

[...]”

14 A 2005/29 irányelv 7. cikke értelmében:

„(1) Megtévesztőnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely a ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint kommunikációs eszközeinek korlátait is –, az átlagfogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges jelentős információkat hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

[...]

(4) Vásárlásra való felhívás esetén az alábbiakra vonatkozó információ minősül jelentősnek, amennyiben az a körülményekből nem tűnik ki:

[...]

c) az adóval növelt ár, vagy – amennyiben a termék jellegéből adódóan az árat nem lehet előre észszerűen kiszámítani – az ár kiszámításának módja, valamint adott esetben az összes fuvardíj, szállítási, vagy postaköltség, illetve, amennyiben e költségeket nem lehet észszerűen előre kiszámítani, annak a ténynek a feltüntetése, hogy esetlegesen további költségek merülhetnek fel;

[...]"

A német jog

15 A 2005/29 irányelvet a 2004. július 3-i Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (a tisztességtelen verseny elleni harcról szóló törvény, BGBl. 2004 I., 1414. o., a továbbiakban: UWG) ültette át a német jogrendszerbe.

16 A Preisangabenverordnung (az árak feltüntetéséről szóló rendelet, BGBl. 1985 I., 580. o., a továbbiakban: PAngV) 1. §-a (1) bekezdése első mondata második esetének értelmében annak, aki fogyasztókkal szemben termékek kínálójaként árak feltüntetése mellett reklámoz, fel kell tüntetnie a hozzáadottérték-adóval (héa) és az ár egyéb összetevőivel növelt, fizetendő végleges árat.

Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések

17 A Citroën Commerce a *Nürnberger Nachrichten* hírlap 2011. március 30-i számában egy Citroën márkájú gépjárműre vonatkozó hirdetést jelentetett meg, mely az alábbi leírásokat tartalmazta: „Például Citroen C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [euró][1]" és „Maximális árengedmény: 6170 [euró][1]". Az 1. sz. lábjegyzet a hirdetés alsó részében szereplő megjegyzésekre mutatott: «Ár plusz a 790 euró összegű átadási költség. Magánszemélyeknek szóló ajánlat, mely minden 2011. április 10. előtt megrendelt Citroën C 4 [...] gépjárműre érvényes. [...]" Az említett hirdetés nem jelölte meg a gépjárműnek a gyártótól a kereskedőnek történő átadása költségeit (*Überführungskosten*) is tartalmazó teljes árat, melyet az ügyfélnek e gépjármű megszerzéséhez ki kell fizetnie.

18 A ZLW keresetet nyújtott be a Landgericht Kölnhöz (kölni területi bíróság, Németország), melyben azt kérte, hogy a bíróság tiltsa el a Citroën Commerce-t az említett hirdetés használatától, azon indokkal, hogy az nem tartalmazza az átadási költséget is magában foglaló végleges árat.

19 2012. január 11-i ítéletében a Landgericht Köln (kölni területi bíróság, Németország) helyt adott e kérelemnek.

20 A Citroën Commerce e határozattal szemben fellebbezést nyújtott be az Oberlandesgericht Köln (kölni tartományi legfelsőbb bíróság, Németország) előtt. E bíróság 2012. szeptember 21-i ítéletében a keresetet elutasította.

21 Mind a Landgericht Köln (kölni területi bíróság), mind az Oberlandesgericht Köln (kölni tartományi legfelsőbb bíróság) úgy találták, hogy a szóban forgó hirdetés a végleges ár feltüntetésének hiányában ellentétes az UWG és a PAngV rendelkezéseivel.

22 A Citroën Commerce az Oberlandesgericht Köln (kölni tartományi legfelsőbb bíróság) ítélete ellen felülvizsgálati kérelmet nyújtott be a Bundesgerichtshofhoz (szövetségi legfelsőbb bíróság, Németország).

23 A kérdést előterjesztő bíróság előadja, hogy a gépjármű gyártótól kereskedőnek való átadásával összefüggő költségeket a vásárlóközönség nem további fuvardíjnak tekinti, hanem a gépjármű végleges ára szerves részének. E költségek különálló feltüntetése kizárólag akkor lenne indokolt, ha az ügyfélnek lehetősége van választani, hogy a gépjárművet személyesen veszi át a gyártónál, vagy a gyártó azt a kereskedőnek adja át, vagy ha ezek a szóban forgó költségek esetenként eltérőek, és ezért nem lehet előre meghatározni azokat. E feltételek az alapeljárásban azonban nem teljesülnek.

24 Ilyen körülmények között a Bundesgerichtshof (szövetségi legfelsőbb bíróság) az eljárását felfüggesztette, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

„1) A 98/6 irányelv 1. cikke szerinti kínálást jelent-e valamely terméknek az érte fizetendő ár feltüntetésével való reklámozása?

Az első kérdésre adandó igenlő válasz esetén:

2) A 98/6 irányelv 1. cikke szerinti kínálás esetén az 1. cikk és a 3. cikk (1) bekezdésének első mondata szerint feltüntetendő eladási árnak magában kell-e foglalnia a gépjármű gyártótól kereskedőnek való átadásakor kötelezően felmerülő költségeket is?

Az első vagy a második kérdésre adandó nemleges válasz esetén:

3) A 2005/29/EK irányelv 2. cikkének i) pontja szerinti vásárlásra felhívás esetén annak 7. cikke (4) bekezdése c) pontjának első esete értelmében feltüntetendő „adóval növelt árnak” magában kell-e foglalnia gépjármű esetében a jármű gyártótól kereskedőnek való átadásakor kötelezően felmerülő költségeket is?”

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről

25 Együtt megvizsgálandó kérdéseivel a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra keres választ, hogy a 98/6 irányelv 1. cikke és a 3. cikkének (1) bekezdése, illetve a 2005/29/EK irányelv 7. cikke (4) bekezdésének c) pontját úgy kell-e értelmezni, hogy egy gépjármű gyártótól kereskedőnek való átadásakor felmerülő, a fogyasztót terhelő költségeit tartalmaznia kell ezen gépjárműnek a kereskedő által készített reklámjában megjelölt eladási árnak.

26 Előzetesen meg kell jegyezni, hogy a 98/6 irányelv 1. cikke értelmében az említett irányelv célja, hogy a fogyasztói tájékoztatás javítása és az árak összehasonlításának megkönnyítése érdekében előírja a kereskedők által a fogyasztók számára kínált termékek eladási árának és mértékegységenkénti árának feltüntetését.

27 E tekintetben az irányelv célja, amint azt a (12) preambulumbekezdése is kifejti, az egységes és átlátható tájékoztatás biztosítása, amely valamennyi fogyasztó javát szolgálja a belső piac összefüggésében.

28 Az árakra vonatkozó információ ezen egységességének és átláthatóságának biztosítása érdekében az említett irányelv 3. cikkének (1) bekezdése megköveteli, hogy az eladási árat valamennyi, a kereskedők által a fogyasztók számára kínált termékre vonatkozóan feltüntessék, mely eladási ár ugyanezen irányelv 2. cikkének a) pontjával összhangban a termék egy egységére vagy a termék egy adott mennyiségére vonatkozó végleges ár, beleértve a héát és minden egyéb adót.

29 A 98/6 irányelvnek a termékek eladási árát említő reklámok bizonyos szempontjainak tekintetében való alkalmazhatósága ezen irányelv 3. cikkének (4) bekezdéséből következik.

30 E tekintetben meg kell állapítani, hogy ez utóbbi rendelkezés nem ír elő az eladási ár feltüntetésére irányuló általános kötelezettséget, ugyanakkor az alapeljárásban szóban forgóhoz hasonló reklámot, mely a promóció tárgyát képező termék sajátosságait, és egy olyan árat is tartalmaz, mely a szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztó számára e termék eladási árának tűnik, valamint egy dátumot is feltüntet, mely időpontig a magánszemélyekkel szemben tett „ajánlat" érvényben marad, az ilyen fogyasztó a kereskedő arra vonatkozó ajánlatának tekintheti, hogy az az említett terméket a reklámban meghatározott feltételekkel értékesítse. Ilyen esetben a feltüntetett árnak meg kell felelnie a 98/6 irányelv követelményeinek.

31 Ennek az árnak különösen az érintett termék eladási árának kell megfelelnie, azaz a 98/6 irányelv 2. cikkének a) pontja szerinti végleges árnak. A végleges ár lehetővé teszi a fogyasztó számára, hogy a reklámban megjelölt árat értékelje és más, hasonló termékek árával összehasonlítsa, és ily módon egyszerű összehasonlítások révén megalapozott döntést hozhasson ezen irányelv (6) preambulumbekezdésével összhangban.

32 A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak vizsgálata, hogy a jelen ítélet 30. pontjában meghatározott valamennyi tényező fennáll-e.

33 A 2014. július 10-i Bizottság kontra Belgium ítéletben (C-421/12, EU:C:2014:2064, 59. pont) a Bíróság emlékeztetett arra, hogy a 98/6 irányelvnek a tárgya nem a fogyasztók védelme általánosságban az árak feltüntetése vagy az árcsökkentés hirdetéseinek gazdasági valósága tekintetében, hanem a fogyasztók védelme a termékek árának az eltérő mennyiségi egységek viszonylatában történő feltüntetése vonatkozásában.

34 Ugyanakkor a Bíróság csupán a Belga Királyság annak bizonyításra irányuló érvelésére válaszul emlékeztetett erre, hogy a 98/6 irányelv hatálya alá tartozik a belga szabályozás, mely szerint az árengedményre vonatkozó hirdetéseknek bizonyos időbeli követelményeknek is meg kell felelniük.

35 E kérdés azonban nyilvánvalóan különbözik a jelen ügy tárgyát képezőtől, amely azon elemek meghatározására irányul, melyeket az eladási ár 98/6 irányelv 2. cikkének a) pontja szerinti feltüntetésének tartalmaznia kell.

36 Ezen elemeket illetően meg kell jegyezni, hogy túl azon a tényen, hogy ezen eladási árnak tartalmaznia kell a héát és minden egyéb adót, annak általános módon a termék egy egységére vagy a termék egy adott mennyiségére vonatkozó végleges árnak kell lennie.

37 Végleges árként az eladási árnak szükségszerűen tartalmaznia kell az ár elkerülhetetlen és előre látható elemeit, mely elemek kötelezően a fogyasztót terhelik, és az érintett termék megvételének pénzbeli ellenszolgáltatását képezik (lásd analógia útján: a 2014. szeptember 18-i, Vueling Airlines ítélet, C-487/12, EU:C:2014:2232, 36. pont).

38 Következésképpen abban az esetben, ha a terméket értékesítő kereskedő megköveteli, hogy a fogyasztó viselje e termék gyártótól kereskedőnek való átadásakor felmerülő költségeit, és ennek következtében e költségek, melyek mindent egybevetve változatlanok, szükségszerűen a fogyasztót terhelik, akkor ezen költségeknek az eladási ár részét kell képezniük a 98/6 irányelv 2. cikke a) pontjának értelmében.

39 Ez a helyzet áll fenn többek között, amennyiben a fogyasztó a kereskedő üzlethelyiségébe megy, hogy átvegye a kereskedőnél vásárolt, és más létesítményben gyártott gépjárművet. Ilyen helyzetben az adott gépjárműnek gyártótól kereskedőnek való átadásakor felmerülő költségeit rendszerint a fogyasztó viseli.

40 Ezeket a fogyasztó számára kötelező átadási költségeket meg kell különböztetni a vásárolt áru fogyasztó által választott helyre történő szállításának vagy a kézbesítésének többletköltségeitől, mivel ez utóbbi költség nem minősíthető az ár elkerülhetetlen és előre látható elemének.

41 Ennélfogva, amennyiben a jelen ítélet 30. pontjában említett helyzet merül fel, a kereskedő által fogyasztók számára kínált termék árának a rá vonatkozó reklámban tartalmaznia kell a termék gyártótól e kereskedőnek való átadásakor felmerülő költségeit, ha azok kötelezően a fogyasztót terhelik.

42 A 2005/29 irányelv alkalmazhatóságát illetően emlékeztetni kell arra, hogy ezen irányelv 3. cikkének (4) bekezdése úgy rendelkezik, hogy az ezen irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb uniós szabályok közötti összeütközés esetén ez utóbbiak az irányadók, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni.

43 A 2005/29 irányelvet a 3. cikkének (1) bekezdése értelmében a vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni. Az említett irányelv 2. cikkének d) pontja az ilyen gyakorlatokat a következőképpen határozza meg: „a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő népszerűsítésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával” (lásd: 2015. július 16-i, Abcur-ítélet, C-544/13 és C-545/13, EU:C:2015:481, 73. pont).

44 Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a 98/6 irányelv a kereskedők és a fogyasztók közötti, tisztességtelennek minősíthető kereskedelmi gyakorlatok 2005/29 irányelv 3. cikkének (4) bekezdése szerinti különös vonatkozásait szabályozza, azaz többek között a termékek eladási árának az eladási ajánlatban és a reklámokban való feltüntetésével kapcsolatos vonatkozásokat.

45 E körülmények között, amennyiben az adott reklámban említett eladási árral kapcsolatos vonatkozást – mint az alapeljárásban szóban forgót – a 98/6 irányelv szabályozza, a 2005/29 irányelv nem alkalmazható e vonatkozás tekintetében.

46 Ennélfogva nincs szükség a 2005/29 irányelv 7. cikke (4) bekezdése c) pontjának értelmezésére.

47 A fenti megfontolások összességére tekintettel az előterjesztett kérdésekre azt a választ kell adni, hogy a 98/6 irányelv 1. cikkével és a 2. cikkének a) pontjával összefüggésben értelmezett 3. cikkét úgy kell értelmezni, hogy egy gépjármű gyártótól kereskedőnek való átadásakor felmerülő, a fogyasztót terhelő költségeit tartalmaznia kell ezen gépjárműnek a kereskedő által készített reklámban feltüntetett eladási árának, amennyiben e reklám valamennyi jellemzőjét figyelembe véve a fogyasztó azt az adott gépjárműre vonatkozó ajánlatnak tekintheti. A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak vizsgálata, hogy e tényezők együtt jelen vannak-e.

A költségekről

48 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (negyedik tanács) a következőképpen határozott:

A fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló, 1998. február 16-i 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 1. cikkével és a 2. cikkének a) pontjával összefüggésben értelmezett 3. cikkét úgy kell értelmezni, hogy egy gépjármű gyártótól kereskedőnek való átadásakor felmerülő, a fogyasztót terhelő költségeit tartalmaznia kell ezen gépjárműnek a kereskedő által készített reklámban feltüntetett eladási

árának, amennyiben e reklám valamennyi jellemzőjét figyelembe véve a fogyasztó azt az adott gépjárműre vonatkozó ajánlatnak tekintheti. A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak vizsgálata, hogy e tényezők együtt jelen vannak-e.

Aláírások