TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2016. gada 7. jūlijā*

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu — Direktīvas 98/6/EK un 2005/29/EK — Patērētāju aizsardzība — Reklāma ar cenas norādīšanu — Jēdzieni "piedāvājums" un "cena, tostarp visi nodokļi" — Pienākums mehāniskā transportlīdzekļa pārdošanas cenā iekļaut obligātos papildu izdevumus saistībā ar šī transportlīdzekļa pārvešanu

Lieta C-476/14

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa, Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2014. gada 18. septembrī un kas Tiesā reģistrēts 2014. gada 27. oktobrī, tiesvedībā

Citroën Commerce GmbH

pret

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

TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: trešās palātas priekšsēdētājs L. Bejs Larsens [*L. Bay Larsen*], kas pilda ceturtās palātas priekšsēdētāja pienākumus, tiesneši J. Malenovskis [*J. Malenovský*], M. Safjans [*M. Safjan*] (referents), A. Prehala [*A. Prechal*] un K. Jirimēe [*K. Jürimäe*],

ģenerāladvokāts: P. Mengoci [*P. Mengozzi*],

sekretārs: V. Turē [*V. Tourrès*], administrators,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2015. gada 30. septembra tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *Citroën Commerce GmbH* vārdā – *L. Pechan* un *J. Croll*, *Rechtsanwälte*,

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

— Ungārijas valdības vārdā – *M. Fehér*, *G. Szima* un *M. Bóra*, pārstāvji,

— Austrijas valdības vārdā – *G. Eberhard*, pārstāvis,

* Tiesvedības valoda – vācu.

— Eiropas Komisijas vārdā – *M. van Beek* un *M. Kellerbauer*, pārstāvji,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus 2015. gada 16. decembra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 16. februāra Direktīvas 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas (OV 1998, L 80, 27. lpp.), 1. pantu un 3. panta 1. punktu, kā arī Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK, un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva") (OV 2005, L 149, 22. lpp.), 7. panta 4. punkta c) apakšpunktu.

2 Šis lūgums tika iesniegts tiesvedībā starp *Citroën Commerce GmbH* un *Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV* (*ZLW*) (Godīgas konkurences aizsardzības grupa automobiļu nozarē) saistībā ar mehānisko transportlīdzekļu reklāmu, ko īsteno *Citroën Commerce*.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

Direktīva 98/6

3 Saskaņā ar Direktīvas 98/6 preambulas 6. un 12. apsvērumu:

"(6) tā kā pienākums norādīt pārdošanas cenu [..] dod ievērojamu ieguldījumu patērētāju informācijas uzlabošanā, jo tas ir vieglākais ceļš, kā patērētājiem dot iespēju novērtēt un salīdzināt produktu cenu vislabākajā veidā, un tādējādi izdarīt uz informāciju un vienkāršiem salīdzinājumiem balstītu izvēli;

[..]

(12) tā kā Kopienas līmeņa noteikumi var nodrošināt viendabīgu un pārredzamu informāciju, kas iekšējā tirgū dos labumu visiem patērētājiem [..]."

4 Šīs direktīvas 1. pantā ir noteikts:

"Šīs direktīvas mērķis ir noteikt pārdošanas cenas un mērvienības cenas norādīšanu produktiem, ko tirgotāji piedāvā patērētājiem, lai uzlabotu patērētāju informāciju un veicinātu cenu salīdzināšanu."

5 Minētās direktīvas 2. pantā ir paredzēts:

"Šajā direktīvā:

a) "pārdošanas cena" nozīmē produkta vienības vai dotā daudzuma galīgo cenu, ieskaitot [pievienotās vērtības nodokli] un visus citus nodokļus;

b) “vienības cena” ir galīgā cena par vienu produkta litru, vienu metru, vienu kvadrātmetru vai vienu kubikmetru vai vienu atšķirīgu daudzuma vienību, ko plaši un parasti izmanto attiecīgajā dalībvalstī attiecīgo produktu tirdzniecībā, ieskaitot [pievienotās vērtības nodokli] un visus citus nodokļus;

[..]

d) “tirgotājs” ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kas pārdod vai piedāvā produktus, kas attiecas uz tās komerciālo vai profesionālo darbību;

e) “patērētājs” ir jebkura fiziska persona, kas iegādājas produktu nolūkos, kas neattiecas uz viņas komerciālo vai profesionālo darbību.”

6 Šīs pašas direktīvas 3. pantā ir noteikts:

“1. Pārdošanas vai vienības cenu norāda visiem 1. pantā minētajiem produktiem, un vienības cenas norādīšanu paredz 5. panta noteikumi. Vienības cena nav jānorāda, ja tā sakrīt ar pārdošanas cenu.

[..]

4. Visām reklāmām, kurās minēta 1. pantā minēto produktu pārdošanas cena, jānorāda vienības cena, kā noteikts 5. pantā.”

7 Direktīvas 98/6 4. panta 1. punkts ir formulēts šādi:

“Pārdošanas cenai un vienības cenai jābūt nepārprotamai, viegli nosakāmai un skaidri salasāmai. [..]”

8 Saskaņā ar šīs regulas 5. panta 1. punktu:

“Dalībvalstis var atteikties no pienākuma norādīt vienības cenu produktiem, kuriem šāda norādīšana nebūtu lietderīga konkrētā produkta veida vai izmantošanas nolūka dēļ, vai arī ja tas varētu radīt neskaidrības.”

9 Minētās direktīvas 10. pantā ir paredzēts:

“Šī direktīva neattur dalībvalstis no tādu noteikumu pieņemšanas un izmantošanas, kas ir labvēlīgāki attiecībā uz patērētāju informāciju un cenu salīdzinājumu, neietekmējot viņu pienākumus, ko nosaka Līgums.”

Direktīva 2005/29

10 Direktīvas 2005/29 preambulas 6. un 10. apsvērumā ir noteikts:

“(6) [..] ar šo direktīvu tuvina dalībvalstu tiesību aktus par negodīgu komercpraksi, tostarp negodīgu reklāmu, kas rada tiešu kaitējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm, tādējādi radot netiešu kaitējumu likumīgu konkurentu ekonomiskajām interesēm. [..]

[..]

(10) [..] Šo direktīvu tādēļ piemēro tiktāl, ciktāl nav konkrētu noteikumu Kopienas tiesību aktos, kas reglamentē konkrētus negodīgas komercprakses aspektus, piemēram, prasības informācijai un noteikumus par to, kā informāciju pasniedz patērētājiem. Tā paredz patērētāju tiesību aizsardzību, ja attiecīgā nozarē nav konkrētu Kopienas tiesību aktu, un aizliedz tirgotājiem radīt nepareizu priekšstatu par produktu iedabu. [..]"

11 Atbilstoši šīs direktīvas 2. pantam:

"Šajā direktīvā:

a) "patērētājs" ir jebkura fiziska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas neattiecas uz tās uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju;

b) "tirgotājs" ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā;

[..]

d) "uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem" (turpmāk arī – "komercprakse") ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem;

e) "būtiski kropļot patērētāju saimniecisko rīcību" nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādus lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis;

[..]

i) "uzaicinājums veikt pirkumu" ir komerciālās saziņas forma, kas norāda produkta īpašības un cenu izmantotajai komerciālās saziņas formai piemērotā veidā un tādējādi dod iespēju patērētājam veikt pirkumu;

[..]

k) "lēmums veikt darījumu" ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties;

[..]."

12 Minētās direktīvas 3. pantā ir noteikts:

"1. Šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā.

[..]

4. Ja šī direktīva un citi Kopienas noteikumi, kas reglamentē konkrētus negodīgas komercprakses aspektus, nonāk pretrunā, priekšroku dod minētajiem citiem Kopienas noteikumiem, un tos piemēro attiecībā uz šiem konkrētiem aspektiem.

[..]"

13 Saskaņā ar šīs pašas direktīvas 5. pantu "Negodīgas komercprakses aizliegums":

"1. Negodīga komercprakse ir aizliegta.

2. Komercprakse ir negodīga, ja:

a) tā ir pretrunā profesionālās rūpības prasībām

un

b) tā attiecībā uz produktu būtiski kropļo vai var būtiski kropļot tā vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību, kuru produkts sasniedz vai kuram tas adresēts, vai vidusmēra grupas pārstāvja saimniecisko rīcību attiecībā uz produktu, ja komercprakse ir vērsta uz īpašu patērētāju grupu.

[..]

4. Jo īpaši komercprakse ir negodīga, ja:

a) tā maldina, kā izklāstīts 6. un 7. pantā,

[..]."

14 Direktīvas 2005/29 7. pantā ir paredzēts:

"1. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja attiecībā uz tās faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus un saziņas līdzekļa nepilnības, tā noklusē būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tādējādi vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

[..]

4. Ja īsteno uzaicinājumu veikt pirkumu, šādu informāciju uzskata par būtisku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs:

[..]

c) cena, tostarp visi nodokļi, vai, ja produkta iedabas dēļ cenu nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, cenas aprēķināšanas veids, kā arī vajadzības gadījumā visi papildu kravas, piegādes vai pasta maksājumi, vai, ja tādus maksājumus nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, fakts, ka šādi papildu maksājumi var būt iekasējami;

[..]."

Vācijas tiesības

15 Direktīva 2005/29 ir transponēta Vācijas tiesībās ar 2004. gada 3. jūlija Likumu par negodīgas konkurences novēršanu (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*) (*BGBl.* 2004 I, p. 1414, turpmāk tekstā – "*UWG*").

16 Atbilstoši Noteikumu par cenu norādīšanu (*Preisangabenverordnung*, *BGBl.* 1985 I, p. 580, turpmāk tekstā – "*PAngV*") 1. panta 1. punkta pirmajā teikumā minētajam otrajam gadījumam personai, kura, būdama preces pārdevējs, reklamē preci patērētājiem, norādot cenas, ir jānorāda galīgā cena, kas jāmaksā, ieskaitot pievienotās vērtības nodokli un citas cenas sastāvdaļas.

Pamatlieta un prejudiciālie jautājumi

17 *Citroën Commerce* laikraksta *Nürnberger Nachrichten* 2011. gada 30. marta numurā publicēja mehāniskā transportlīdzekļa *Citroën* reklāmu, kurā bija ietvertas šādas norādes: "piemēram, *Citroën C4 VTI 120 Exclusive*: [EUR] 21 800 [1]" un "maksimālās cenas samazinājums [EUR] 6170 [1]". Augšrakstā "1" bija ietvertas šādas norādes, kas izvietotas šīs reklāmas apakšējā daļā: "cena plus [EUR] 790 – pārvešanas izdevumi. Piedāvājums, kas paredzēts privātpersonām, ir spēkā attiecībā uz visiem *Citroën C 4* [..], kuri pasūtīti līdz 2011. gada 10. aprīlim [..]". Minētajā reklāmā nebija norādīta galīgā cena, ieskaitot šos transportlīdzekļa pārvešanas izdevumus no ražotāja līdz pārdevējam (*Überführungskosten*), kuri klientam jāmaksā, lai iegādātos šādu transportlīdzekli.

18 *ZLW* iesniedza *Landgericht Köln* (Ķelnes reģionālā tiesa, Vācija) pieteikumu par rīkojuma izdošanu, lai *Citroën Commerce* izbeigtu minēto reklāmu, jo tajā nav norādīta galīgā cena, ietverot pārvešanas izdevumus.

19 Ar 2012. gada 11. janvāra spriedumu *Landgericht Köln* (Ķelnes reģionālā tiesa) apmierināja šo pieteikumu.

20 *Citroën Commerce* iesniedza apelācijas sūdzību par šo spriedumu *Oberlandesgericht Köln* (Federālās zemes Augstākā tiesa Ķelnē, Vācija). Ar 2012. gada 21. septembra spriedumu šī tiesa noraidīja apelācijas sūdzību.

21 Gan *Landgericht Köln* (Ķelnes reģionālā tiesa), gan *Oberlandesgericht Köln* (Federālās zemes Augstākā tiesa Ķelnē) uzskatīja, ka, tā kā attiecīgajā reklāmā nav norādīta galīgā cena, tā ir pretrunā *UWG* un *PAngV* normām.

22 *Citroën Commerce* iesniedza *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa, Vācija) kasācijas sūdzību (*Revision*) par *Oberlandesgericht Köln* (Federālās zemes Augstākā tiesa Ķelnē) spriedumu.

23 Iesniedzējtiesa norāda, ka sabiedrība uztver izdevumus saistībā ar transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam nevis kā papildu transportēšanas izdevumus, bet gan kā transportlīdzekļa galīgās cenas sastāvdaļu. Šo izdevumu atsevišķa norādīšana esot attaisnota vienīgi tad, kad klientam ir iespēja izvēlēties, vai pašam saņemt transportlīdzekli no ražotāja vai likt to piegādāt līdz pārdevējam, vai kad attiecīgo izdevumu noteikšana neesot iespējama, jo šie izdevumi katrā atsevišķā gadījumā varot atšķirties. Tomēr šie nosacījumi pamatlietā neesot īstenojušies.

24 Šādos apstākļos *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai preces reklāma, norādot par preci maksājamo cenu, ir šīs preces piedāvājums Direktīvas 98/6] 1. panta izpratnē?

Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša:

2) Vai piedāvājuma gadījumā Direktīvas 98/6 1. panta izpratnē pārdošanas cenā, kas jānorāda atbilstoši tās 1. pantam un 3. panta 1. punkta pirmajam teikumam, ir jāiekļauj arī obligātie izdevumi par transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam?

Ja atbilde uz pirmo vai otro jautājumu ir noliedzoša:

3) Vai tad, ja ir runa par transportlīdzekli, "cenā, tostarp visos nodokļos", kas uzaicinājumā veikt pirkumu Direktīvas 2005/29 2. panta i) punkta izpratnē ir jānorāda atbilstoši tās 7. panta 4. punkta c) apakšpunktā minētajam pirmajam gadījumam, ir jāiekļauj arī obligātie izdevumi par transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam?"

Par prejudiciālajiem jautājumiem

25 Ar saviem jautājumiem, kuri ir jāizvērtē kopā, iesniedzējtiesa jautā Tiesai, vai Direktīvas 98/6 1. pants un 3. panta 1. punkts, kā arī Direktīvas 2005/29 7. panta 4. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka izdevumi saistībā ar transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam, kuri ir jāsedz patērētajam, ir jāiekļauj šī transportlīdzekļa cenā, kas norādīta tirgotāja izvietotajā reklāmā.

26 Vispirms ir jānorāda, ka atbilstoši Direktīvas 98/6 1. pantam tās mērķis ir noteikt pārdošanas cenas un mērvienības cenas norādīšanu produktiem, ko tirgotāji piedāvā patērētājiem, lai uzlabotu patērētāju informāciju un veicinātu cenu salīdzināšanu.

27 Šajā ziņā, kā tas ir izklāstīts šīs direktīvas preambulas 12. apsvērumā, tās mērķis ir nodrošināt viendabīgu un pārredzamu informāciju, kas iekšējā tirgū dos labumu visiem patērētājiem.

28 Lai nodrošinātu šo informācijas par cenām viendabīgumu un pārredzamību, minētās direktīvas 3. panta 1. punktā ir paredzēts, ka pārdošanas cenu norāda visiem produktiem, ko tirgotāji piedāvā patērētājiem, un pārdošanas cena atbilstoši šīs pašas direktīvas 2. panta a) punktam ir definēta kā produkta vienības vai dotā daudzuma galīgā cena, ieskaitot PVN un visus citus nodokļus.

29 No Direktīvas 98/6 3. panta 4. punkta izriet, ka šī direktīva ir piemērojama attiecībā uz atsevišķiem reklāmas aspektiem, norādot produktu pārdošanas cenas.

30 Šajā ziņā ir jānorāda, ka, lai gan šajā iepriekšminētajā normā nav paredzēts vispārējs pienākums norādīt pārdošanas cenu, tomēr reklāmu, kas aplūkota pamatlietā, kurā norādītas tādas reklamējamās preces iezīmes, kas samērā informēta, uzmanīga un apdomīga patērētāja ieskatā līdzinās šīs preces pārdošanas cenai, kā arī datums, līdz kuram ir spēkā privātpersonām izteiktais piedāvājums, patērētājs var uzskatīt par tādu, kurā norādīts tirgotāja piedāvājums pārdot minēto preci atbilstoši šajā reklāmā minētajiem nosacījumiem. Šādā gadījumā attiecībā uz šādi norādītu cenu ir jāievēro Direktīvas 98/6 prasības.

31 Konkrēti, šai cenai ir jābūt attiecīgās preces pārdošanas cenai, proti, tās galīgajai cenai Direktīvas 98/6 2. panta a) punkta izpratnē. Galīgā cena ļauj patērētājam novērtēt un salīdzināt reklāmā norādīto cenu ar citām līdzīgu preču galīgajām cenām un tātad izdarīt uz informāciju un vienkāršiem salīdzinājumiem balstītu izvēli atbilstoši šīs direktīvas preambulas 6. apsvērumam.

32 Iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai ir īstenojušies visi šī sprieduma 30. punktā minētie elementi.

33 Protams, Tiesa 2014. gada 10. jūlija spriedumā Komisija/Beļģija (C-421/12, EU:C:2014:2064, 59. punkts) atgādināja, ka Direktīvas 98/6 mērķis ir patērētāju aizsardzība nevis saistībā ar cenu norādīšanu vispār vai paziņojumu par cenu samazināšanu saimniecisko realitāti, bet gan saistībā ar preču cenu norādīšanu ar atsauci uz atšķirīgu veidu mērvienībām.

34 Tomēr Tiesa veica šo atgādinājumu, vienīgi atbildot uz Beļģijas Karalistes argumentu, ar ko tā centās pierādīt, ka Direktīvas 98/6 piemērošanas jomā ietilpst Beļģijas tiesiskais regulējums, saskaņā ar kuru paziņojumos par cenu samazināšanu ir jāievēro konkrētas prasības laika kontekstā.

35 Šāds jautājums ir acīmredzami atšķirīgs no tā, kas ir izskatāmās lietas priekšmets, proti, jautājums par to elementu noteikšanu, kuriem ir jābūt iekļautiem norādē par pārdošanas cenu Direktīvas 98/6 2. panta a) punkta izpratnē.

36 Attiecībā uz šiem elementiem ir jānorāda, ka papildus faktam, ka šai pārdošanas cenai ir jāietver PVN un visi citi nodokļi, tai vispārīgi ir jāveido produkta vienības vai dotā daudzuma galīgā cena.

37 Pārdošanas cenai kā galīgajai cenai ir jāiekļauj visi obligātie un paredzamie cenas elementi, proti, elementi, kuru samaksa noteikti jāveic patērētājam un kuri veido finanšu atlīdzību par attiecīgās preces iegādi (pēc analoģijas skat. spriedumu, 2014. gada 18. septembris, *Vueling Airlines*, C-487/12, EU:C:2014:2232, 36. punkts).

38 Līdz ar to gadījumā, kad tirgotājs, kas pārdod preci, pieprasa, lai patērētājs sedz izdevumus saistībā ar šīs preces pārvešanu no ražotāja līdz šim tirgotājam-pārdevējam, kā rezultātā šie izdevumi, kas turklāt ir nemainīgi, ir jāsedz patērētājam, minētie izdevumi ir pārdošanas cenas Direktīvas 98/6 2. panta a) punkta izpratnē elements.

39 Tas it īpaši tā tas ir gadījumā, kad patērētājs ierodas tirgotāja komercdarbības veikšanas vietā, lai iegūtu savā īpašumā transportlīdzekli, kuru tas nopircis no minētā tirgotāja un kurš ir ražots citā komercdarbības veikšanas vietā. Šādā situācijā izdevumi saistībā ar šī transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz tirgotājam-pārdevējam parasti ir jāsedz šim patērētājam.

40 Šīs [transportlīdzekļa] pārvešanas izdevumi, kas noteikti jāsedz patērētājam, ir jānošķir no papildu izdevumiem saistībā ar nopirktās preces transportēšanu vai piegādi uz šī patērētāja izvēlēto vietu, jo šie papildu izdevumi nevar tikt kvalificēti kā obligāts un paredzams cenas elements.

41 Attiecīgi, kad rodas šī sprieduma 30. punktā minētā situācija, preces, kuru tirgotājs ir piedāvājis patērētājiem, cenai šīs preces reklāmā ir jāietver izdevumi saistībā ar šīs preces pārvešanu no ražotāja līdz šim tirgotājam, ja šīs izmaksas ir noteikti jāsedz patērētājam.

42 Attiecībā uz Direktīvas 2005/29 piemērojamību ir jāatgādina, ka šīs direktīvas 3. panta 4. punktā ir noteikts, ka, ja šī direktīva un citi Savienības noteikumi, kuros reglamentēti konkrēti negodīgas komercprakses aspekti, nonāk pretrunā, priekšroka dodama minētajiem citiem noteikumiem un tos piemēro attiecībā uz šiem konkrētajiem aspektiem.

43 Protams, Direktīva 2005/29 atbilstoši tās 3. panta 1. punktam attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts tās 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā. Minētās direktīvas 2. panta d) punktā komercprakse ir definēta kā "jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem" (skat. 2015. gada 16. jūlija spriedumu *Abcur*, C-544/13 un C-545/13, EU:C:2014:481, 73. punkts).

44 Tomēr ir jānorāda, ka Direktīvā 98/6 tiek regulēti konkrēti tādas komercprakses aspekti Direktīvas 2005/29 3. panta 4. punkta izpratnē, kas var tikt kvalificēta kā negodīga komercprakse attiecībās starp tirgotājiem un patērētājiem, proti, tostarp negodīga komercprakse saistībā ar preču cenas norādīšanu pārdošanas piedāvājumos un reklāmā.

45 Šādos apstākļos, ņemot vērā, ka tādā reklāmā kā pamatlietā aplūkotā norādītais aspekts attiecībā uz pārdošanas cenu tiek regulēts Direktīvā 98/6, attiecībā uz šo aspektu nevar tikt piemērota Direktīva 2005/29.

46 Attiecīgi nav jāinterpretē Direktīvas 2005/29 7. panta 4. punkta c) apakšpunkts.

47 Ievērojot visus iepriekš minētos apsvērumus, uz jautājumiem ir jāatbild, ka Direktīvas 98/6 3. pants, aplūkots kopsakarā ar tās 1. pantu un 2. panta a) punktu, ir jāinterpretē tādējādi, ka izdevumi saistībā ar mehāniskā transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam, kuri ir jāsedz patērētājam, ir jāiekļauj šī transportlīdzekļa pārdošanas cenā, kas norādīta tirgotāja izvietotajā reklāmā, tad, kad, ņemot vērā visas šīs reklāmas iezīmes, tā patērētāja ieskatā veido minētā transportlīdzekļa piedāvājumu. Iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai visi šie elementi ir īstenojušies.

Par tiesāšanās izdevumiem

48 Attiecībā uz pamatlietas pusēm šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto pušu izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (ceturtā palāta) nospriež:

Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 16. februāra Direktīvas 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas, 3. pants, aplūkots kopsakarā ar tās 1. pantu un 2. panta a) punktu, ir jāinterpretē tādējādi, ka izdevumi saistībā ar mehāniskā transportlīdzekļa pārvešanu no ražotāja līdz pārdevējam, kuri ir jāsedz patērētājam, ir jāiekļauj šī transportlīdzekļa pārdošanas cenā, kas norādīta tirgotāja izvietotajā reklāmā, tad, kad, ņemot vērā visas šīs reklāmas iezīmes, tā patērētāja ieskatā veido minētā transportlīdzekļa piedāvājumu. Iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai visi šie elementi ir īstenojušies.

[Paraksti]