HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a patra)

7 iulie 2016*

„Trimitere preliminară — Directivele 98/6/CE și 2005/29/CE — Protecția consumatorilor — Anunț publicitar cu indicarea prețului — Noțiunile «ofertă» și «preț cu toate taxele incluse» — Obligația de a include în prețul de vânzare a unui autovehicul costurile suplimentare obligatorii legate de transportul acestui autovehicul”

În cauza C-476/14,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania), prin decizia din 18 septembrie 2014, primită de Curte la 27 octombrie 2014, în procedura

Citroën Commerce GmbH

împotriva

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

CURTEA (Camera a patra)

compusă din domnul L. Bay Larsen, președintele Camerei a treia, îndeplinind funcția de președinte al Camerei a patra, domnii J. Malenovský și M. Safjan (raportor) și doamnele A. Prechal și K. Jürimäe, judecători,

avocat general: domnul P. Mengozzi,

grefier: domnul V. Tourrès, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 30 septembrie 2015,

luând în considerare observațiile prezentate:

— pentru Citroën Commerce GmbH, de L. Pechan și de J. Croll, Rechtsanwälte;

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

— pentru guvernul maghiar, de M. Fehér, de G. Szima și de M. Bóra, în calitate de agenți;

— pentru guvernul austriac, de G. Eberhard, în calitate de agent;

* Limba de procedură: germana.

— pentru Comisia Europeană, de M. van Beek și de M. Kellerbauer, în calitate de agenți,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 16 decembrie 2015,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 1 și a articolului 3 alineatul (1) din Directiva 98/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 februarie 1998 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor (JO 1998, L 80, p. 27, Ediție specială, 15/vol. 4, p. 206), precum și a articolului 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) (JO 2005, L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Citroën Commerce GmbH, pe de o parte, și Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (grup pentru apărarea concurenței loiale în sectorul automobilelor), pe de altă parte, în legătură cu un anunț publicitar pentru autovehicule făcut de Citroën Commerce.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

Directiva 98/6

3 Potrivit considerentelor (6) și (12) ale Directivei 98/6:

„(6) […] obligația de a indica prețul de vânzare […] contribuie substanțial la o mai bună informare a consumatorilor, acesta fiind cel mai ușor mod de a permite consumatorilor să evalueze și să compare prețul produselor într-o manieră optimă și, ca urmare, să facă alegeri în cunoștință de cauză pe baza unor comparații simple;

[…]

(12) […] reglementările la nivel comunitar pot asigura o informare uniformă și transparentă de pe urma căreia vor beneficia toți consumatorii în contextul pieței interne […]”

4 Articolul 1 din această directivă prevede:

„Scopul prezentei directive este acela de a specifica indicarea prețului de vânzare și a prețului pe unitate de măsură în cazul produselor oferite de comercianți consumatorilor pentru o mai bună informare a consumatorilor și pentru a facilita compararea prețurilor.”

5 Articolul 2 din directiva menționată prevede:

„În sensul prezentei directive:

(a) preț de vânzare înseamnă prețul final al unei unități din produs sau al unei cantități date din produs, inclusiv [taxa pe valoarea adăugată] și toate celelalte taxe;

(b) preț unitar înseamnă prețul final, inclusiv [taxa pe valoarea adăugată] și toate celelalte taxe, pentru un kilogram, un litru, un metru, un metru pătrat sau un metru cub din produs sau pentru o unitate cantitativă unică diferită care este folosită la scară largă și în mod obișnuit în statul membru respectiv pentru comercializarea unor produse specifice;

[…]

(d) comerciant înseamnă orice persoană fizică sau juridică care vinde sau oferă spre vânzare produse care intră în domeniul său de activitate comercială sau profesională;

(e) consumator înseamnă orice persoană fizică ce cumpără un produs în scopuri care nu intră în domeniul său de activitate comercială sau profesională.”

6 Articolul 3 din aceeași directivă prevede:

„(1) Prețul de vânzare și prețul unitar se indică pentru toate produsele menționate la articolul 1, indicarea prețului unitar fiind supusă dispozițiilor articolului 5. Nu este nevoie să se indice prețul unitar dacă acesta este identic cu prețul de vânzare.

[…]

(4) Orice reclamă care menționează prețul de vânzare al produselor menționate la articolul 1 trebuie să indice și prețul unitar sub rezerva articolului 5.”

7 Articolul 4 alineatul (1) din Directiva 98/6 are următorul cuprins:

„Prețul de vânzare și prețul unitar trebuie să fie clare, ușor de identificat și lizibile. […]”

8 Potrivit articolului 5 alineatul (1) din această directivă:

„Statele membre pot renunța la obligația de a indica prețul unitar al produselor pentru care respectiva indicare nu ar fi utilă din cauza naturii sau destinației produselor sau ar putea crea confuzie.”

9 Articolul 10 din directiva menționată prevede:

„Prezenta directivă nu împiedică statele membre să adopte sau să mențină dispoziții mai favorabile și în ceea ce privește informarea consumatorilor și compararea prețurilor, fără a aduce atingere obligațiilor care le revin în conformitate cu tratatul.”

Directiva 2005/29

10 Considerentele (6) și (10) ale Directivei 2005/29 au următorul cuprins:

„(6) […] [P]rezenta directivă are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi. […]

[…]

(10) […] [P]rezenta directivă nu se aplică decât în cazul în care nu există dispoziții comunitare speciale care să reglementeze aspecte particulare ale practicilor comerciale neloiale, precum cerințele privind informațiile sau normele ce reglementează modul în care datele sunt prezentate consumatorilor. Directiva asigură protecția consumatorilor în cazul în care nu există nicio legislație sectorială specială la nivel comunitar și interzice comercianților să creeze o impresie falsă cu privire la natura produselor. […]”

11 Conform articolului 2 din această directivă:

„În sensul prezentei directive:

(a) «consumator» înseamnă orice persoană fizică ce acționează, în legătură cu practicile comerciale reglementate de prezenta directivă, în scopuri care nu se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală;

(b) «comerciant» înseamnă orice persoană fizică sau juridică ce acționează, în legătură cu practicile comerciale reglementate de prezenta directivă, în scopuri care se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală și orice persoană care acționează în numele sau în beneficiul unui comerciant;

[…]

(d) «practici ale întreprinderilor față de consumatori» (denumite în continuare practici comerciale) înseamnă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori;

(e) «a denatura în mod semnificativ comportamentul economic al consumatorilor» înseamnă a folosi o practică comercială pentru a afecta apreciabil abilitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-l astfel să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o altfel;

[…]

(i) «invitație de a cumpăra» înseamnă o comunicare comercială care arată caracteristicile unui produs și prețul într-o manieră corespunzătoare mijloacelor de comunicare comercială folosite și care îl determină pe consumator să cumpere un produs;

[…]

(k) «decizie comercială» înseamnă orice decizie luată de un consumator cu privire la oportunitatea, modalitățile și condițiile cu privire la cumpărarea unui produs, efectuarea unei plăți integrale sau parțiale pentru un produs, păstrarea sau renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul; o astfel de decizie determină consumatorul să acționeze sau nu;

[…]”

12 Articolul 3 din directiva menționată prevede:

„(1) Prezenta directivă se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs.

[…]

(4) În cazul în care dispozițiile prezentei directive și alte norme comunitare care reglementează aspecte specifice ale practicilor comerciale neloiale sunt în conflict, normele comunitare prevalează și se aplică respectivelor aspecte specifice.

[…]”

13 Potrivit articolului 5 din aceeași directivă, intitulat „Interzicerea practicilor comerciale neloiale”:

„(1) Se interzic practicile comerciale neloiale.

(2) O practică comercială este neloială în cazul în care:

(a) este contrară cerințelor diligenței profesionale

și

(b) denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia îi este adresat sau al membrului mediu al unui grup în cazul în care o practică comercială este orientată către un grup particular de consumatori.

[…]

(4) Sunt neloiale în special practicile comerciale care:

(a) sunt înșelătoare în sensul articolelor 6 și 7

[…]”

14 Articolul 7 din Directiva 2005/29 prevede:

„(1) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

[…]

(4) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații se consideră semnificative, în cazul în care nu reies deja din context:

[…]

(c) prețul cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod satisfăcător dată fiind natura produsului, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau cheltuielile poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod satisfăcător, menționarea faptului că aceste costuri ar putea fi suportate de consumator;

[…]”

Dreptul german

15 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Legea privind combaterea concurenței neloiale) din 3 iulie 2004 (BGBl. 2004 I, p. 1414, denumită în continuare „UWG”) a transpus în dreptul german Directiva 2005/29.

16 Conform articolului 1 alineatul 1 prima teză al doilea caz din Preisangabenverordnung (Regulamentul privind indicarea prețurilor, BGBl. 1985 I, p. 580, denumit în continuare „PAngV”), persoana care, în calitate de vânzător de bunuri, face publicitate adresată consumatorilor cu indicarea prețului trebuie să indice prețul final, inclusiv taxa pe valoarea adăugată (TVA) și celelalte componente ale prețului.

Litigiul principal și întrebările preliminare

17 Citroën Commerce a comandat publicarea, în ediția din 30 martie 2011 a ziarului *Nürnberger Nachrichten* , a unui anunț publicitar referitor la un autovehicul marca Citroën care conținea următoarele mențiuni: „de exemplu, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [euro][1]” și „reducere de preț maximă: 6 170 [de euro][1]”. Exponentul „1” făcea trimitere la următoarele indicații situate în partea de jos a acestui anunț: „preț la care se adaugă 790 [de euro] cheltuieli de transport. Ofertă destinată persoanelor fizice, valabilă pentru toate tipurile de Citroën C4 […] comandate până la 10 aprilie 2011 […]”. Prețul total, care includea aceste cheltuieli aferente transportului vehiculului de la producător la vânzător („Überführungskosten”) și pe care clientul trebuia să îl plătească pentru achiziționarea unui astfel de vehicul, nu era indicat în anunțul menționat.

18 ZLW a sesizat Landgericht Köln (Tribunalul Regional din Köln, Germania) cu o cerere de încetare de către Citroën Commerce a publicității menționate, pentru motivul că aceasta nu conținea prețul final care cuprinde cheltuielile de transport.

19 Prin hotărârea din 11 ianuarie 2012, Landgericht Köln (Tribunalul Regional din Köln) a admis această cerere.

20 Citroën Commerce a declarat apel împotriva acestei hotărâri la Oberlandesgericht Köln (Tribunalul Regional Superior din Köln, Germania). Prin hotărârea din 21 septembrie 2012, această din urmă instanță a respins apelul.

21 Atât Landgericht Köln (Tribunalul Regional din Köln), cât și Oberlandesgericht Köln (Tribunalul Regional Superior din Köln) au considerat că anunțul publicitar în cauză era, în lipsa indicării prețului final, contrar dispozițiilor UWG și celor ale PAngV.

22 Citroën Commerce a formulat o cerere de recurs („Revision”) la Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania) împotriva hotărârii pronunțate de Oberlandesgericht Köln (Tribunalul Regional Superior din Köln).

23 Instanța de trimitere arată că publicul nu percepe cheltuielile aferente transportului vehiculului de la producător la vânzător ca un cost suplimentar de transport, ci ca parte integrantă din prețul final al vehiculului. Indicarea separată a acestor cheltuieli ar fi justificată numai atunci când clientul poate alege între preluarea personală a vehiculului de la producător și transportul lui la vânzător sau atunci când determinarea cheltuielilor în discuție nu ar fi posibilă, acestea putând varia de la caz la caz. Or, aceste condiții nu ar fi îndeplinite în litigiul principal.

24 În aceste condiții, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) a decis să suspende judecata și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Publicitatea pentru un produs prin indicarea prețului acestuia reprezintă o ofertă în sensul prevăzut la articolul 1 din Directiva 98/6?

În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare:

2) Prețul de vânzare, care trebuie indicat în conformitate cu articolul 1 și cu articolul 3 alineatul (1) prima teză din Directiva 98/6 la oferirea unui produs în sensul articolului 1, trebuie să cuprindă în mod obligatoriu și cheltuielile aferente transportului unui autovehicul de la producător la vânzător?

În cazul unui răspuns negativ la prima sau la a doua întrebare:

3) În conformitate cu articolul 7 alineatul (4) litera (c) primul caz din Directiva 2005/29, «prețul cu toate taxele incluse» care trebuie indicat, în cazul unei invitații de a cumpăra un autovehicul, în sensul articolului 2 litera (i) din aceeași directivă, trebuie să includă în mod obligatoriu și cheltuielile aferente transportului vehiculului de la producător la vânzător?”

Cu privire la întrebările preliminare

25 Prin intermediul întrebărilor formulate, care trebuie analizate împreună, instanța de trimitere solicită Curții să stabilească, în esență, dacă articolul 1 și articolul 3 alineatul (1) din Directiva 98/6, precum și articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29 trebuie interpretate în sensul că cheltuielile aferente transportului unui autovehicul de la producător la vânzător, care sunt suportate de consumator, trebuie să fie incluse în prețul de vânzare a acestui vehicul, indicat într-un anunț publicitar făcut de un comerciant.

26 Cu titlu introductiv, trebuie arătat că, potrivit articolului 1 din Directiva 98/6, scopul acesteia este de a specifica indicarea prețului de vânzare și a prețului pe unitate de măsură în cazul produselor oferite de comercianți consumatorilor pentru o mai bună informare a consumatorilor și pentru a facilita compararea prețurilor.

27 În această privință, astfel cum reiese din considerentul (12) al directivei amintite, aceasta urmărește să asigure o informare uniformă și transparentă de pe urma căreia vor beneficia toți consumatorii în contextul pieței interne.

28 Pentru a asigura această uniformitate și această transparență a informării cu privire la prețuri, articolul 3 alineatul (1) din directiva menționată impune indicarea prețului de vânzare pentru toate produsele oferite de comercianți consumatorilor, acesta fiind definit, conform articolului 2 litera (a) din aceeași directivă, drept prețul final al unei unități din produs sau al unei cantități date din produs, inclusiv TVA și toate celelalte taxe.

29 Aplicabilitatea Directivei 98/6 cu privire la anumite aspecte ale anunțului publicitar care menționează prețul de vânzare a produselor reiese din articolul 3 alineatul (4) din această directivă.

30 În această privință, este necesar să se arate că, deși această din urmă dispoziție nu prevede o obligație generală de indicare a prețului de vânzare, un anunț publicitar precum cel în discuție în litigiul principal – care menționează atât specificitățile produsului promovat, cât și un preț reprezentând, în percepția unui consumator normal informat și suficient de atent și de avizat, prețul de vânzare a acestui produs, precum și o dată până la care „oferta” formulată față de persoanele fizice rămâne valabilă – poate fi totuși considerat de un astfel de consumator ca ilustrând o ofertă a comerciantului de a vinde produsul menționat în condițiile prevăzute în acest anunț publicitar. Într-un asemenea caz, prețul astfel indicat trebuie să respecte cerințele Directivei 98/6.

31 În special, acest preț trebuie să fie prețul de vânzare a produsului în cauză, mai precis prețul lui final, în sensul articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6. Prețul final îi permite consumatorului să evalueze și să compare prețul indicat într-un anunț publicitar cu cel al altor produse similare și, prin urmare, să facă o alegere în cunoștință de cauză pe baza unor simple comparații, conform considerentului (6) al acestei directive.

32 Este de competența instanței de trimitere să verifice dacă toate elementele prevăzute la punctul 30 din prezenta hotărâre sunt reunite.

33 Desigur, în Hotărârea din 10 iulie 2014, Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2014:2064, punctul 59), Curtea a amintit că obiectul Directivei 98/6 nu este protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor în general sau în ceea ce privește realitatea economică a anunțurilor privind reducerile de preț, ci protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor în raport cu diferite tipuri de unități de măsură.

34 Totuși, Curtea nu a făcut această precizare decât ca răspuns la argumentul Regatului Belgiei prin care se urmărea să se demonstreze că legislația belgiană potrivit căreia anunțurile privind reducerile de preț trebuie să respecte anumite cerințe temporale intra în domeniul de aplicare al Directivei 98/6.

35 Or, o asemenea chestiune este evident diferită de cea care face obiectul prezentei cauze, care se referă la determinarea elementelor care trebuie să fie incluse în indicarea prețului de vânzare, în sensul articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6.

36 În ceea ce privește aceste elemente, trebuie arătat că, pe lângă faptul că acest preț de vânzare trebuie să includă TVA și toate celelalte taxe, el trebuie să constituie în general prețul final al unei unități din produs sau al unei cantități date din produs.

37 Fiind un preț final, prețul de vânzare trebuie în mod necesar să includă elementele inevitabile și previzibile ale prețului, elemente care sunt în mod obligatoriu suportate de consumator și care constituie contraprestația pecuniară a achiziționării produsului în cauză (a se vedea prin analogie Hotărârea din 18 septembrie 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, punctul 36).

38 În consecință, în cazul în care comerciantul care vinde produsul impune suportarea de către consumator a cheltuielilor aferente transportului acestui produs de la producător la respectivul comerciant-vânzător, ceea ce determină ca cheltuielile amintite, de altfel invariabile, să fie în mod obligatoriu suportate de consumator, cheltuielile menționate constituie un element al prețului de vânzare, în sensul articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6.

39 Aceasta este, în special, situația atunci când consumatorul se prezintă la un sediu comercial al comerciantului pentru a lua în posesie un autovehicul cumpărat de la acesta și fabricat la un alt sediu. Într-o astfel de situație, cheltuielile aferente transportului acestui vehicul de la producător la comerciantul-vânzător sunt de regulă suportate de consumatorul respectiv.

40 Trebuie să se distingă între aceste cheltuieli de transport obligatorii pentru consumator și costul suplimentar de transport sau de livrare a produsului cumpărat la locul ales de consumatorul respectiv, acest cost suplimentar neputând fi calificat drept un element inevitabil și previzibil al prețului.

41 Prin urmare, atunci când se constată situația menționată la punctul 30 din prezenta hotărâre, prețul unui produs oferit spre vânzare consumatorilor de un comerciant trebuie să includă, în anunțul publicitar referitor la acest produs, cheltuielile aferente transportului produsului amintit de la producător la comerciantul respectiv atunci când acestea sunt în mod obligatoriu suportate de consumator.

42 În ceea ce privește aplicabilitatea Directivei 2005/29, trebuie amintit că, potrivit articolului 3 alineatul (4) din această directivă, în cazul în care dispozițiile acesteia și celelalte norme ale Uniunii care reglementează aspecte specifice ale practicilor comerciale neloiale sunt în conflict, normele Uniunii prevalează și se aplică respectivelor aspecte specifice.

43 Desigur, Directiva 2005/29 se aplică, conform articolului 3 alineatul (1), practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori, astfel cum sunt definite la articolul 5 din aceasta, înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs. Articolul 2 litera (d) din directiva menționată definește practicile comerciale ca fiind „orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori” (a se vedea Hotărârea din 16 iulie 2015, Abcur, C-544/13 și C-545/13, EU:C:2015:481, punctul 73).

44 Cu toate acestea, trebuie arătat că Directiva 98/6 guvernează aspecte specifice, în sensul articolului 3 alineatul (4) din Directiva 2005/29, ale practicilor comerciale care pot fi calificate ca neloiale în relațiile dintre comercianți și consumatori, și anume în special cele legate de indicarea, în ofertele de vânzare și în anunțurile publicitare, a prețului de vânzare a produselor.

45 În aceste condiții, din moment ce aspectul referitor la prețul de vânzare menționat într-un anunț publicitar precum cel în discuție în litigiul principal este guvernat de Directiva 98/6, Directiva 2005/29 nu se poate aplica în ceea ce privește acest aspect.

46 Prin urmare, nu este necesar să se interpreteze articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29.

47 Ținând seama de ansamblul considerațiilor ce precedă, este necesar să se răspundă la întrebările formulate că articolul 3 din Directiva 98/6 coroborat cu articolul 1 și cu articolul 2 litera (a) din aceasta trebuie interpretat în sensul că cheltuielile aferente transportului unui autovehicul de la producător la vânzător, care sunt suportate de consumator, trebuie să fie incluse în prețul de vânzare a acestui vehicul, indicat într-un anunț publicitar făcut de un comerciant, atunci când, având în vedere toate caracteristicile acestui anunț publicitar, el reprezintă, în percepția consumatorului, o ofertă privind vehiculul menționat. Este de competența instanței de trimitere să verifice dacă toate aceste elemente sunt reunite.

Cu privire la cheltuielile de judecată

48 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a patra) declară:

Articolul 3 din Directiva 98/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 februarie 1998 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor, coroborat cu articolul 1 și cu articolul 2 litera (a) din aceasta, trebuie interpretat în sensul că cheltuielile aferente transportului unui autovehicul de la producător la vânzător, care sunt suportate de consumator, trebuie să fie incluse în prețul de vânzare a acestui vehicul, indicat într-un anunț publicitar făcut de un comerciant, atunci când, având în vedere toate caracteristicile acestui anunț publicitar, el reprezintă, în percepția consumatorului, o ofertă privind vehiculul menționat. Este de competența instanței de trimitere să verifice dacă toate aceste elemente sunt reunite.

Semnături