Zbierka súdnych rozhodnutí

ROZSUDOK SÚDNEHO DVORA (štvrtá komora)

zo 7. júla 2016*

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania — Smernice 98/6/ES a 2005/29/ES — Ochrana spotrebiteľa — Reklama zahŕňajúca uvedenie ceny — Pojmy ‚ponuka' a ‚cena vrátane daní' — Povinnosť zahrnúť do predajnej ceny automobilu povinne vznikajúce dodatočné náklady spojené s prevozom tohto vozidla"

Vo veci C-476/14,

ktorej predmetom je návrh na začatie prejudiciálneho konania podľa článku 267 ZFEÚ, podaný rozhodnutím Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko) z 18. septembra 2014 a doručený Súdnemu dvoru 27. októbra 2014, ktorý súvisí s konaním:

Citroën Commerce GmbH

proti

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

SÚDNY DVOR (štvrtá komora),

v zložení: predseda tretej komory L. Bay Larsen, vykonávajúci funkciu predsedu štvrtej komory, sudcovia J. Malenovský, M. Safjan (spravodajca), A. Prechal a K. Jürimäe,

generálny advokát: P. Mengozzi,

tajomník: V. Tourrès, referent,

so zreteľom na písomnú časť konania a po pojednávaní z 30. septembra 2015,

so zreteľom na pripomienky, ktoré predložili:

— Citroën Commerce GmbH, v zastúpení: L. Pechan a J. Croll, Rechtsanwälte,

— Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW), v zastúpení: B. Ackermann, Rechtsanwältin,

— maďarská vláda, v zastúpení: M. Fehér, G. Szima a M. Bóra, splnomocnení zástupcovia,

— rakúska vláda, v zastúpení: G. Eberhard, splnomocnený zástupca,

— Európska komisia, v zastúpení: M. van Beek a M. Kellerbauer, splnomocnení zástupcovia,

* Jazyk konania: nemčina.

po vypočutí návrhov generálneho advokáta na pojednávaní 16. decembra 2015,

vyhlásil tento

Rozsudok

1 Návrh na začatie prejudiciálneho konania sa týka výkladu článku 1 a článku 3 ods. 1 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi (Ú. v. ES L 80, 1998, s. 27; Mim. vyd. 15/004, s. 32), ako aj článku 7 ods. 4 písm. c) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“) (Ú. v. EÚ L 149, 2005, s. 22).

2 Tento návrh bol predložený v rámci sporu medzi spoločnosťou Citroën Commerce GmbH a Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (Ústredné združenie automobilového priemyslu pre zachovanie riadnej hospodárskej súťaže) a ktorý sa týka reklamy na automobily, ktorú robí Citroën Commerce.

Právny rámec

Právo Únie

Smernica 98/6

3 Podľa znenia odôvodnení 6 a 12 smernice 98/6:

„(6) … povinnosť označiť [uvádzať – *neoficiálny preklad*] predajnú cenu a jednotkovú cenu prispieva výraznou mierou k informovanosti spotrebiteľa, lebo je to najjednoduchší a najlepší spôsob ako spotrebiteľovi umožniť vyhodnocovanie a porovnávanie ceny výrobkov ako aj rozhodovanie na základe jednoduchého porovnania;

…

(12) … pravidlá na úrovni spoločenstva sú schopné zabezpečiť jednotné, jasné informácie, ktoré sú prospešné pre všetkých spotrebiteľov na vnútornom trhu…“

4 Článok 1 tejto smernice uvádza:

„Táto smernica upravuje označovanie [uvádzanie – *neoficiálny preklad*] predajnej ceny a ceny za mernú jednotku na výrobkoch, ktoré ponúkajú obchodníci spotrebiteľom; jej účelom je zlepšiť informovanie spotrebiteľov a zjednodušiť porovnávanie cien.“

5 Článok 2 uvedenej smernice stanovuje:

„Na účely tejto smernice:

a) ‚predajnou cenou‘ sa rozumie konečná cena za jednotku výrobku alebo za stanovené množstvo výrobku vrátane DPH a všetkých ostatných daní;

b) ‚jednotkovou cenou' sa rozumie konečná cena vrátane DPH a všetkých ostatných daní za kilogram, za liter, za meter, za meter štvorcový, za meter kubický výrobku alebo za inú jednotku množstva, ktorá sa často a bežne používa v danom členskom štáte pri predaji konkrétneho výrobku;

…

d) ‚obchodníkom' sa rozumie každá fyzická alebo právnická osoba, ktorá predáva alebo ponúka na predaj výrobky, ktoré patria do jej obchodnej alebo pracovnej činnosti;

e) ‚spotrebiteľom' sa rozumie každá fyzická osoba kupujúca výrobok, ktorý nesúvisí s jej obchodnou alebo pracovnou činnosťou."

6 Článok 3 tej istej smernice stanovuje:

„1. Na všetkých výrobkoch podľa článku 1 sa označí [uvedie – *neoficiálny preklad*] predajná cena a jednotková cena s tým, že označenie jednotkovej ceny podlieha ustanoveniam článku 5. Jednotková cena nemusí byť označená, ak je zhodná s predajnou cenou.

…

4. V každej reklame, ktorá uvádza predajnú cenu výrobkov podľa článku 1, sa uvedie aj jednotková cena podľa článku 5."

7 Článok 4 ods. 1 smernice 98/6 znie takto:

„Predajná cena a jednotková cena musia byť jednoznačné, ľahko rozpoznateľné a ľahko čitateľné. …"

8 Podľa článku 5 ods. 1 tejto smernice:

„Členské štáty nemusia splniť povinnosť označiť [uvádzať – *neoficiálny preklad*] jednotkovú cenu výrobku na výrobkoch, u ktorých by to nebolo prospešné pre charakter výrobku alebo jeho účel, alebo by to viedlo k zámene."

9 Článok 10 uvedenej smernice stanovuje:

„Táto smernica nezabraňuje členským štátom prijímať alebo zachovať si ustanovenia, ktoré sú výhodnejšie z hľadiska informovanosti spotrebiteľa a porovnávania cien bez toho, aby porušili svoje záväzky vyplývajúce zo zmluvy."

Smernica 2005/29

10 Odôvodnenia 6 a 10 smernice 2005/29 znejú:

„(6) Táto smernica… aproximuje právne predpisy členských štátov o nekalých obchodných praktikách vrátane nekalej reklamy, ktoré priamo poškodzujú ekonomické záujmy spotrebiteľov, a tým nepriamo poškodzujú ekonomické záujmy oprávnených účastníkov hospodárskej súťaže. …

…

(10) … Táto smernica sa teda primerane uplatní iba vtedy, ak neexistujú iné osobitné predpisy práva Spoločenstva upravujúce osobitné aspekty nekalých obchodných praktík, akými sú napríklad požiadavky na informácie a pravidlá o spôsobe poskytovania informácií spotrebiteľovi. Poskytuje ochranu spotrebiteľom tam, kde neexistujú osobitné predpisy pre určité odvetvie na úrovni Spoločenstva, a zakazuje obchodníkom vytvárať klamlivú predstavu o povahe produktov. …“

11 Podľa článku 2 tejto smernice:

„Na účely tejto smernice:

a) ‚spotrebiteľ‘ je akákoľvek fyzická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce mimo rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti;

b) ‚obchodník‘ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka;

…

d) ‚obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom‘ (ďalej tiež ‚obchodné praktiky‘) sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom;

e) ‚podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa‘ je využitie obchodnej praktiky na značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil;

…

i) ‚výzva na kúpu‘ je akákoľvek obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov produktu a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, a tým umožňuje spotrebiteľovi uskutočniť kúpu;

…

k) ‚rozhodnutie o obchodnej transakcii‘ je akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu vcelku alebo v častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania;

…“

12 Článok 3 uvedenej smernice stanovuje:

„1. Táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.

…

4. V prípadoch rozporu medzi ustanoveniami tejto smernice a inými právnymi predpismi Spoločenstva upravujúcimi osobitné aspekty nekalých obchodných praktík majú prednosť a na tieto osobitné aspekty sa použijú iné právne predpisy Spoločenstva.

…“

13 Článok 5 tej istej smernice s názvom „Zákaz nekalých obchodných praktík“ stanovuje:

„1. Nekalé obchodné praktiky sú zakázané.

2. Obchodná praktika je nekalá, ak:

a) je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti

a

b) podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov.

…

4. Za nekalé obchodné praktiky sa považujú najmä tie, ktoré:

a) sú klamlivé v zmysle článkov 6 a 7,

…“

14 Článok 7 smernice 2005/29 stanovuje:

„1. Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty, okolnosti a obmedzenia komunikačného prostriedku, opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

…

4. V prípade výzvy na kúpu sa za podstatné považujú nasledujúce informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu:

…

c) cena vrátane daní, alebo ak vzhľadom na povahu produktu nemožno cenu rozumne stanoviť vopred, spôsob, ktorým sa vypočíta, ako aj v prípade, že je to vhodné, všetky ďalšie náklady na dopravu, dodanie alebo poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno rozumne stanoviť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady;

…“

Nemecké právo

15 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (zákon proti nekalej hospodárskej súťaži) z 3. júla 2004 (BGBl. 2004 I, s. 1414, ďalej len „UWG“) prebral do nemeckého práva smernicu 2005/29.

16 Podľa § 1 ods. 1 prvej vety druhej alternatívy Preisangabenverordnung (vyhlášky o uvádzaní cien, BGBl. 1985 I, s. 580, ďalej len „PAngV“) je osoba, ktorá ako predávajúci robí reklamu vo vzťahu ku konečným spotrebiteľom a uvádza pri tom ceny, povinná uviesť konečné ceny, ktoré sa majú zaplatiť, vrátane dane z pridanej hodnoty (ďalej len „DPH“) a ostatných zložiek ceny.

Spor vo veci samej a prejudiciálne otázky

17 Citroën Commerce uverejnila vo vydaní denníka *Nürnberger Nachrichten* z 30. marca 2011 reklamu týkajúcu sa automobilu značky Citroën, ktorá obsahovala tieto údaje: „napríklad Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [eur][1]“ a „maximálna zľava z ceny: 6 170 [eur][1]“. Index „1“ odkazoval na nasledujúci text, nachádzajúci sa na konci inzerátu: „plus náklady na prevoz vo výške 790 [eur]. Ponuka určená súkromným osobám na všetky vozidlá Citroën C 4… objednané až do 10. apríla 2011…“. Celková cena vrátane týchto nákladov na prevoz vozidla od výrobcu k predajcovi („Überführungskosten“), ktorú mal klient zaplatiť za nadobudnutie takého vozidla, nebola v tejto reklame uvedená.

18 ZLW sa obrátilo na Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín, Nemecko) s návrhom na to, aby Citroën Commerce ukončila uvedenú reklamu z dôvodu, že táto reklama neobsahuje konečnú cenu obsahujúcu náklady na prevoz.

19 Rozsudkom z 11. januára 2012 Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín) vyhovel tejto žalobe.

20 Citroën Commerce podala proti tomuto rozhodnutiu odvolanie na Oberlandesgericht Köln (Vyšší krajinský súd Kolín, Nemecko). Rozsudkom z 21. septembra 2012 tento posledný uvedený súd zamietol odvolanie.

21 Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín), ako aj Oberlandesgericht Köln (Vyšší krajinský súd Kolín) zastávali názor, že predmetná reklama z dôvodu neuvedenia konečnej ceny odporovala ustanoveniam UWG a PAngV.

22 Citroën Commerce teda podala proti rozsudku, ktorý vyhlásil Oberlandesgericht Köln (Vyšší krajinský súd Kolín), opravný prostriedok Revision na Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko).

23 Vnútroštátny súd uvádza, že verejnosť vníma náklady na prevoz vozidla od výrobcu k predávajúcemu nie ako dodatočné náklady prevozu, ale naopak ako integrálnu súčasť konečnej ceny vozidla. Oddelené uvádzanie týchto nákladov je odôvodnené, len ak má klient výber medzi osobným prevzatím vozidla u výrobcu a jeho prevozom k predajcovi, alebo ak nie je možné stanoviť predmetné náklady, ktoré sa môžu prípad od prípadu meniť. V konaní vo veci samej neboli tieto podmienky splnené.

24 Za týchto okolností Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor) rozhodol prerušiť konanie a položiť Súdnemu dvoru nasledujúce prejudiciálne otázky:

„1. Predstavuje reklama výrobku s uvedením ceny, ktorá sa zaň má zaplatiť, ponuku v zmysle článku 1 smernice 98/6?

V prípade kladnej odpovede na prvú otázku:

2. Musí predajná cena, ktorú treba uviesť podľa článku 1 a článku 3 ods. 1 prvej vety smernice 98/6 pri ponuke v zmysle článku 1, zahŕňať aj povinne vznikajúce náklady na prevoz vozidla od výrobcu k obchodníkovi?

V prípade zápornej odpovede na prvú alebo druhú otázku:

3. Musí ‚cena vrátane daní' podľa článku 7 ods. 4 písm. c) prvej alternatívy smernice 2005/29, ktorá sa má uviesť pri výzve na kúpu v zmysle článku 2 písm. i) tej istej smernice, v prípade motorového vozidla zahŕňať aj povinne vznikajúce náklady na prevoz vozidla od výrobcu k obchodníkovi?"

O prejudiciálnych otázkach

25 Svojimi otázkami, ktoré treba skúmať spoločne, sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či sa článok 1 a článok 3 ods. 1 smernice 98/6, ako aj článok 7 ods. 4 písm. c) smernice 2005/29 majú vykladať v tom zmysle, že náklady na prevoz automobilu od výrobcu k predajcovi, ktoré znáša spotrebiteľ, majú byť zahrnuté v predajnej cene tohto vozidla uvedenej v reklame šírenej obchodníkom.

26 Na úvod treba poznamenať, že podľa svojho článku 1, smernica 98/6 má za cieľ upraviť uvádzanie predajnej ceny a ceny za mernú jednotku na výrobkoch, ktoré ponúkajú obchodníci spotrebiteľom na účel zlepšenia informovania spotrebiteľov a zjednodušenia porovnávania cien.

27 V tejto súvislosti, ako uvádza odôvodnenie 12 tejto smernice, účelom tejto smernice je zabezpečiť jednotné, jasné informácie, ktoré sú prospešné pre všetkých spotrebiteľov na vnútornom trhu.

28 S cieľom zabezpečiť túto jednotnosť a túto jasnosť informácií o cenách článok 3 ods. 1 uvedenej smernice vyžaduje uviesť predajnú cenu pre všetky výrobky, ktoré obchodníci ponúkajú spotrebiteľom, pričom túto predajnú cenu článok 2 písm. a) tej istej smernice definuje ako konečnú cenu za jednotku výrobku alebo za stanovené množstvo výrobku vrátane DPH a všetkých ostatných daní.

29 Uplatniteľnosť smernice 98/6 vo vzťahu k určitým aspektom reklamy uvádzajúcej predajnú cenu výrobkov vyplýva z článku 3 ods. 4 tejto smernice.

30 V tejto súvislosti treba poznamenať, že hoci toto posledné uvedené ustanovenie nestanovuje všeobecnú povinnosť uvádzať predajnú cenu, napriek tomu reklamu, ako je reklama v konaní vo veci samej, ktorá uvádza špecifikácie ponúkaného výrobku, ako aj cenu, ktorá sa vo vnímaní priemerne informovaného a primerane obozretného spotrebiteľa stotožňuje s predajnou cenou tohto výrobku, ako aj dátum, do ktorého zostáva „ponuka" formulovaná vo vzťahu k súkromným osobám platná, môže takýto spotrebiteľ považovať za predstavujúcu ponuku obchodníka predať uvedený výrobok za podmienok uvedených v tejto reklame. V takom prípade uvedená cena musí rešpektovať požiadavky smernice 98/6.

31 Táto cena konkrétne musí byť predajnou cenou dotknutého výrobku, teda jeho konečnou cenou v zmysle článku 2 písm. a) smernice 98/6. Konečná cena umožňuje spotrebiteľovi posúdiť a porovnať cenu uvedenú v reklame s cenou iných podobných výrobkov, a teda uskutočniť informovaný výber na základe jednoduchých porovnaní v súlade s odôvodnením 6 tejto smernice.

32 Vnútroštátnemu súdu prislúcha, aby overil, či sú splnené všetky výkladové prvky, ktoré uvádza bod 30 tohto rozsudku.

33 Je pravda, že v rozsudku z 10. júla 2014, Komisia/Belgicko (C-421/12, EU:C:2014:2064, bod 59), Súdny dvor pripomenul, že predmetom smernice 98/6 nie je ochrana spotrebiteľov pri označovaní cien vo všeobecnosti, alebo pokiaľ ide o pravdivosť oznámení o cenových zľavách z ekonomického hľadiska, ale v oblasti označovania cien výrobkov na základe rôznych merných jednotiek.

34 Súdny dvor však pristúpil k takému pripomenutiu iba v reakcii na tvrdenie Belgického kráľovstva, ktoré smerovalo k preukázaniu, že do pôsobnosti smernice 98/6 patrí belgická právna úprava, podľa ktorej oznámenia o znížení ceny musia rešpektovať určité časové požiadavky.

35 Takáto otázka sa zjavne odlišuje od otázky, ktorá je predmetom tejto veci, ktorá sa týka určenia prvkov, ktoré sa majú zahrnúť do uvedenia predajnej ceny v zmysle článku 2 písm. a) smernice 98/6.

36 Pokiaľ ide o tieto údaje, treba poznamenať, že okrem skutočnosti, že táto predajná cena má zahŕňať DPH a všetky dodatočné dane, vo všeobecnosti má predstavovať konečnú cenu platnú za jednotku výrobku alebo za stanovené množstvo výrobku.

37 Ako konečná cena musí predajná cena nevyhnutne zahŕňať nevyhnutné a predpokladané prvky ceny, ktoré sú prvkami, ktoré povinne znáša spotrebiteľ a ktoré predstavujú peňažnú protiváhu nadobudnutia predmetného výrobku (pozri analogicky rozsudok z 18. septembra 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, bod 36).

38 V dôsledku toho v prípade, keď obchodník, ktorý predáva výrobok, požaduje, aby spotrebiteľ znášal náklady prevozu tohto výrobku od výrobcu k tomuto obchodníkovi – predajcovi s tým dôsledkom, že tieto náklady, ktoré sú navyše nemenné, povinne znáša spotrebiteľ, uvedené náklady predstavujú prvok predajnej ceny v zmysle článku 2 písm. a) smernice 98/6.

39 Taký je najmä prípad, keď sa spotrebiteľ dostaví do prevádzkarne obchodníka, aby prebral vozidlo zakúpené u tohto obchodníka a vyrobené v inej prevádzkarni, do držby. V takej situácii náklady na prevoz tohto vozidla od výrobcu k obchodníkovi – predajcovi obvykle znáša tento spotrebiteľ.

40 Tieto spotrebiteľovi povinne vznikajúce náklady na prevoz treba odlišovať od dodatočných nákladov na dopravu alebo dodanie kúpeného výrobku na miesto určené spotrebiteľom, keďže tieto dodatočné náklady nemožno kvalifikovať ako nevyhnutné a predpokladané čiastky ceny.

41 Preto ak sa preukáže situácia uvedená v bode 30 tohto rozsudku, cena výrobku, ktorý obchodník ponúka na predaj spotrebiteľom, musí v reklame týkajúcej sa tohto výrobku zahŕňať náklady prevozu tohto výrobku od výrobcu k tomuto obchodníkovi, pokiaľ tieto náklady povinne znáša spotrebiteľ.

42 Pokiaľ ide o uplatniteľnosť smernice 2005/29, treba pripomenúť, že podľa znenia článku 3 ods. 4 tejto smernice v prípadoch rozporu medzi ustanoveniami tejto smernice a inými právnymi predpismi Únie upravujúcimi osobitné aspekty nekalých obchodných praktík majú prednosť a na tieto osobitné aspekty sa použijú tieto iné právne predpisy.

43 Je pravda, že smernica 2005/29 sa podľa jej článku 3 ods. 1 uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu. Článok 2 písm. d) uvedenej smernice definuje obchodné praktiky ako „akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom“ (pozri rozsudok zo 16. júla 2015, Abcur, C-544/13 a C-545/13, EU:C:2015:481, bod 73).

44 Napriek tomu treba poznamenať, že smernica 98/6 v zmysle článku 3 ods. 4 smernice 2005/29 upravuje špecifické aspekty obchodných praktík, ktoré by bolo možné kvalifikovať ako nekalé, vo vzťahoch medzi obchodníkmi a spotrebiteľmi, a to najmä tie, ktoré sú spojené s uvedením predajnej ceny výrobkov v predajných ponukách a v reklame.

45 Za týchto okolností keďže aspekt týkajúci sa predajnej ceny uvedenej v reklame, ako je predmetná reklama vo veci samej, je upravený smernicou 98/6, smernica 2005/29 sa, pokiaľ ide o tento aspekt, nemôže uplatňovať.

46 Preto nie je potrebné vykladať článok 7 ods. 4 písm. c) smernice 2005/29.

47 Vzhľadom na všetky vyššie uvedené úvahy treba na otázky odpovedať, že článok 3 smernice 98/6 v spojení s jej článkom 1 a článkom 2 písm. a) sa majú vykladať v tom zmysle, že náklady na prevoz automobilu od výrobcu k predajcovi, ktoré znáša spotrebiteľ, majú byť zahrnuté v predajnej cene tohto vozidla uvedenej v reklame šírenej obchodníkom, pokiaľ vzhľadom na všetky charakteristiky tejto reklamy sa táto reklama spotrebiteľovi zdá byť ponukou týkajúcou sa uvedeného vozidla. Vnútroštátnemu súdu prináleží preskúmať, či sú všetky tieto podmienky splnené.

O trovách

48 Vzhľadom na to, že konanie pred Súdnym dvorom má vo vzťahu k účastníkom konania vo veci samej incidenčný charakter a bolo začaté v súvislosti s prekážkou postupu v konaní pred vnútroštátnym súdom, o trovách konania rozhodne tento vnútroštátny súd. Iné trovy konania, ktoré vznikli v súvislosti s predložením pripomienok Súdnemu dvoru a nie sú trovami uvedených účastníkov konania, nemôžu byť nahradené.

Z týchto dôvodov Súdny dvor (štvrtá komora) rozhodol takto:

Článok 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi v spojení s jej článkom 1 a článkom 2 písm. a) sa majú vykladať v tom zmysle, že náklady na prevoz automobilu od výrobcu k predajcovi, ktoré znáša spotrebiteľ, majú byť zahrnuté v predajnej cene tohto vozidla uvedenej v reklame šírenej obchodníkom, pokiaľ vzhľadom na všetky charakteristiky tejto reklamy sa táto reklama spotrebiteľovi zdá byť ponukou týkajúcou sa uvedeného vozidla. Vnútroštátnemu súdu prináleží preskúmať, či sú všetky tieto podmienky splnené.

Podpisy