Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (četrti senat)

z dne 7. julija 2016*

„Predhodno odločanje — Direktivi 98/6/ES in 2005/29/ES — Varstvo potrošnikov — Oglas z navedbo cene — Pojma ‚ponudba‘ in ‚cena, vključno z davki‘ — Obveznost, da so v ceni avtomobila vključeni obvezni dodatni stroški v zvezi s prevozom vozila“

V zadevi C-476/14,

katere predmet je predlog za sprejetje predhodne odločbe na podlagi člena 267 PDEU, ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija) z odločbo z dne 18. septembra 2014, ki je prispela na Sodišče 27. oktobra 2014, v postopku

Citroën Commerce GmbH

proti

Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW)

SODIŠČE (četrti senat),

v sestavi L. Bay Larsen, predsednik tretjega senata v funkciji predsednika četrtega senata, J. Malenovský, M. Safjan (poročevalec), sodnika, A. Prechal in K. Jürimäe, sodnici,

generalni pravobranilec: P. Mengozzi,

sodni tajnik: V. Tourrès, administrator,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 30. septembra 2015,

ob upoštevanju stališč, ki so jih predložili:

— za Citroën Commerce GmbH L. Pechan in J. Croll, odvetnika,

— za Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) B. Ackermann, odvetnica,

— za madžarsko vlado M. Fehér, G. Szima in M. Bóra, agenti,

— za avstrijsko vlado G. Eberhard, agent,

— za Evropsko komisijo M. van Beek in M. Kellerbauer, agenta,

* Jezik postopka: nemščina.

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 16. decembra 2015

izreka naslednjo

Sodbo

1 Ta predlog za sprejetje predhodne odločbe se nanaša na razlago členov 1 in 3(1) Direktive 98/6/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 4, str. 32) ter člena 7(4)(c) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) (UL 2005, L 149, str. 22).

2 Ta predlog je bil vložen v okviru spora med družbo Citroën Commerce GmbH in Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (osrednje združenje za zaščito lojalne konkurence v avtomobilskem sektorju) zaradi avtomobilskega oglasa družbe Citroën Commerce.

Pravni okvir

Pravo Unije

Direktiva 98/6

3 V skladu z uvodnima izjavama 6 in 12 Direktive 98/6:

„(6) […] obveznost označevanja prodajne cene […] bistveno prispeva k boljšemu obveščanju potrošnikov, ker je to najenostavnejši način, da potrošniki optimalno ovrednotijo in primerjajo cene proizvodov ter se tako odločijo na podlagi enostavne primerjave;

[…]

(12) […] lahko ureditev na ravni Skupnosti omogoči enotno in pregledno obveščanje v korist vseh potrošnikov v okviru notranjega trga […]“.

4 Člen 1 te direktive določa:

„Namen te direktive je urediti označevanje prodajnih cen in cen na mersko enoto proizvodov, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom, da bi se izboljšalo obveščanje potrošnikov in olajšala primerjava cen.“

5 Člen 2 navedene direktive določa:

„V tej direktivi:

(a) *prodajna cena* pomeni končno ceno za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda, vključno z [davkom na dodano vrednost] in vsemi drugimi dajatvami;

(b) *cena na enoto* pomeni končno ceno, vključno z [davkom na dodano vrednost] in vsemi drugimi dajatvami, za en kilogram, en liter, en meter, en kvadratni meter ali en kubični meter proizvoda ali za drugačno posamično količinsko enoto, ki se v zadevni državi članici splošno in običajno uporablja pri prodaji posebnih izdelkov;

[…]

(d) *trgovec* pomeni vsako fizično ali pravno osebo, ki prodaja ali ponuja za prodajo proizvode, ki sodijo v njegovo trgovsko ali poklicno dejavnost;

(e) *potrošnik* pomeni vsako fizično osebo, ki kupi proizvod za namene, ki ne sodijo v okvir njegove trgovske ali poklicne dejavnosti.“

6 Člen 3 te direktive določa:

„1. Prodajna cena in cena na enoto sta označeni na vseh proizvodih iz člena 1, pri čemer za označevanje cene na enoto veljajo določbe člena 5. Cene na enoto ni treba označiti, če je enaka prodajni ceni.

[…]

4. V vsakem oglasu, ki navaja prodajno ceno proizvodov iz člena 1, mora biti s pridržkom člena 5 označena tudi cena na enoto.“

7 Člen 4(1) Direktive 98/6 določa:

„Prodajna cena in cena na enoto morata biti nedvoumni, lahko prepoznavni in čitljivi. […]“

8 Člen 5(1) te direktive določa:

„Države članice lahko proizvode, za katere takšno označevanje ne bi bilo koristno zaradi narave ali namena proizvodov ali bi lahko povzročilo zmedo, izvzamejo iz obveznosti označevanja cen na enoto.“

9 Člen 10 navedene direktive določa:

„Ta direktiva državam članicam ne preprečuje sprejetja ali ohranitve ugodnejših določb glede obveščanja potrošnikov in primerjave cen, brez poseganja v njihove obveznosti po Pogodbi.“

Direktiva 2005/29

10 V uvodnih izjavah 6 in 10 Direktive 2005/29 je navedeno:

„(6) Ta direktiva […] približuje zakonodaje držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, vključno z nepoštenim oglaševanjem, ki neposredno škodujejo ekonomskim interesom potrošnikov in na ta način posredno ekonomskim interesom zakonitih konkurentov. […]

[…]

(10) […] se ta direktiva uporablja samo, kolikor ne obstajajo posebne določbe Skupnosti, ki urejajo posebne vidike nepoštenih poslovnih praks, na primer zahteve po informacijah in pravila o načinu predstavitve informacij potrošniku. Zagotavlja varstvo potrošnikov, v kolikor ni na voljo posebne sektorske zakonodaje na ravni Skupnosti, in prepoveduje trgovcem, da ustvarijo lažen vtis o naravi izdelkov. […]“

11 Člen 2 te direktive določa:

„V tej direktivi:

(a) ‚potrošnik' pomeni vsako fizično osebo, ki v s to direktivo zajetih poslovnih praksah deluje za namene izven svoje trgovske, poslovne, obrtne dejavnosti ali svobodne poklicne dejavnosti;

(b) ‚trgovec' pomeni vsako fizično ali pravno osebo, ki v s to direktivo zajetih poslovnih praksah deluje za namene v zvezi s svojo trgovsko, poslovno, obrtno dejavnostjo ali svobodno poklicno dejavnostjo, in kogar koli, ki deluje v imenu ali na račun trgovca;

[…]

(d) ‚poslovne prakse podjet[ij] v razmerju do potrošnikov' (v nadaljevanju: tudi ‚poslovne prakse') pomenijo vsako dejanje, opustitev, ravnanje, razlag[o] ali tržne komunikacije, vključno z oglaševanjem in trženjem, s strani trgovca, neposredno povezano s promocijo, prodajo ali dobavo izdelka potrošnikom;

(e) ‚bistveno izkrivljati ekonomsko obnašanje potrošnikov' pomeni uporabiti poslovno prakso z namenom znatno zmanjšati potrošnikovo sposobnost sprejeti odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev in tako povzročiti, da potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel;

[…]

(i) ‚vabilo k nakupu' pomeni tržno komunikacijo, ki navaja značilnosti izdelka in ceno na način, ki ustreza sredstvu uporabljene tržne komunikacije, in tako omogoči potrošniku nakup;

[…]

(k) ‚odločitev o poslu' pomeni vsako odločitev, ne glede na to ali se potrošnik odloči za dejanje ali opustitev dejanja, ki jo sprejme potrošnik v zvezi s tem, ali izdelek kupiti ali ne, kako in pod kakšnimi pogoji, ali zanj plačati v celoti ali deloma, ga obdržati ali z njim nadalje razpolagati, ali v zvezi z izdelkom uveljavljati katero izmed pogodbenih pravic;

[…]"

12 Člen 3 navedene direktive določa:

„1. Ta direktiva se uporablja za nepoštene poslovne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov, kakor je določeno v členu 5, pred, med in po poslovni transakciji v zvezi z nekim izdelkom.

[…]

4. V primeru nasprotja med določbami te direktive in drugimi pravili Skupnosti, ki urejajo posebne vidike nepoštenih poslovnih praks, prevladajo slednja in se uporabljajo za te posebne vidike.

[…]"

13 Člen 5 Direktive, naslovljen „Prepoved nepoštenih poslovnih praks", določa:

„1. Nepoštene poslovne prakse so prepovedane.

2. Poslovna praksa je nepoštena, če:

(a) nasprotuje zahtevam poklicne skrbnosti

in

(b) v zvezi z izdelkom bistveno izkrivlja ali bi lahko izkrivljala ekonomsko obnašanje povprečnega potrošnika, ki ga izdelek doseže ali je nanj usmerjen, ali obnašanje povprečnega člana skupine, če je poslovna praksa usmerjena na določeno skupino potrošnikov.

[…]

4. Zlasti so nepoštene tiste poslovne prakse, ki so:

(a) zavajajoče, kakor je določeno v členih 6 in 7,

[…]“

14 Člen 7 Direktive 2005/29 določa:

„1. Poslovna praksa se šteje za zavajajočo, če v konkretnem primeru ob upoštevanju vseh značilnosti in okoliščin ter omejitev sredstva komunikacije izpusti bistvene informacije, ki jih glede na kontekst povprečni potrošnik potrebuje za sprejetje odločitve ob poznavanju vseh pomembnih dejstev, in s tem povzroči ali bi utegnila povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.

[…]

4. V primeru vabila k nakupu se štejejo za bistvene naslednje informacije, v kolikor niso razvidne že iz konteksta:

[…]

(c) cena, vključno z davki, ali če je zaradi narave izdelka ceno nemogoče razumno izračunati vnaprej, način, na katerega se cena izračuna, ter po potrebi vključno z dodatnimi prevoznimi, dostavnimi ali poštnimi stroški, ali, če teh stroškov ni mogoče razumno izračunati vnaprej, dejstvo, da bo take dodatne stroške treba plačati;

[…]“

Nemško pravo

15 Direktiva 2005/29 je bila v nemško pravo prenesena z Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (zakon o preprečevanju nelojalne konkurence) z dne 3. julija 2004 (BGBl. 2004 I, str. 1414, v nadaljevanju: UWG).

16 V skladu z drugim primerom iz člena 1(1), prvi stavek, Preisangabenverordnung (uredba o označevanju cen, BGBl. 1985 I, str. 580, v nadaljevanju: PAngV) mora tisti, ki kot ponudnik blaga v oglasih, namenjenih končnemu potrošniku, navaja cene, navesti končne cene, ki vključujejo davek na dodano vrednost (DDV) in druge sestavine cene.

Spor o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

17 Družba Citroën Commerce je v izdaji časopisa *Nürnberger Nachrichten* 30. marca 2011 objavila oglas za avtomobil znamke Citroën, v katerem je bilo navedeno: „na primer Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21.800 [EUR][1]“ in „maksimalno znižanje cene 6170 [EUR] [1]“. Nadpisana številka „1“ se je nanašala na besedilo na dnu tega oglasa: „cena plus 790 [EUR] stroškov prevoza“. Ponudba za fizične osebe, ki velja za vsak Citroën C 4 […], naročen do 10. aprila 2011 […]“. Skupna cena – vključno s temi stroški prevoza avtomobila od proizvajalca do prodajalca (*Überführungskosten*) – ki jo je kupec moral plačati, da bi pridobil vozilo, v navedenem oglasu ni bila navedena.

18 ZLW je pri Landgericht Köln (deželno sodišče v Kölnu, Nemčija) vložilo tožbo, s katero je zahtevalo, naj družba Citroën Commerce navedeni oglas umakne, ker ta ne vsebuje končne cene, ki vključuje stroške prevoza.

19 Landgericht Köln (deželno sodišče v Kölnu) je 11. januarja 2012 tej tožbi ugodilo.

20 Družba Citroën Commerce je zoper to sodbo vložila pritožbo pri Oberlandesgericht Köln (višje deželno sodišče v Kölnu, Nemčija). To sodišče je s sodbo z dne 21. septembra 2012 pritožbo zavrnilo.

21 Tako Landgericht Köln (deželno sodišče v Kölnu) kot Oberlandesgericht Köln (višje deželno sodišče v Kölnu) sta menili, da je bil zadevni oglas v nasprotju z določbami UWG in PAngV, ker v njem ni bila navedena končna cena.

22 Družba Citroën Commerce je zoper sodbo Oberlandesgericht Köln (višje deželno sodišče v Kölnu) vložila revizijo pri Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija).

23 Predložitveno sodišče poudarja, da javnost stroškov prevoza od proizvajalca do prodajalca ne zaznava kot dodatne prevozne stroške, ampak kot stroške, ki so sestavni del končne cene vozila. Ločena navedba teh stroškov bi bila upravičena zgolj, če bi imela stranka možnost vozilo prevzeti pri proizvajalcu ali ga prepeljati k prodajalcu ali če določitev zadevnih stroškov ne bi bila mogoča, ker so lahko ti v posamičnih primerih različni. Vendar ti pogoji v zadevi v glavni stvari niso izpolnjeni.

24 V teh okoliščinah je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

„1. Ali je oglas za proizvod z navedbo cene, ki jo je treba zanj plačati, ponudba v smislu člena 1 Direktive 98/6[…]?

Če je odgovor na prvo vprašanje pritrdilen:

2. Ali mora prodajna cena, navedena v ponudbi v smislu člena 1 Direktive 98/6[…] v skladu s členoma 1 in 3(1), prvi stavek, vključevati obvezne stroške prevoza motornega vozila od proizvajalca do prodajalca?

Če je odgovor na prvo ali drugo vprašanje nikalen:

3. Ali mora ‚cena, vključno z davki‘, navedena v vabilu k nakupu v smislu člena 2(i) Direktive 2005/29 v skladu s členom 7(4)(c), prvi stavek, te direktive pri motornem vozilu vključevati obvezne stroške prevoza motornega vozila od proizvajalca do prodajalca?“

Vprašanja za predhodno odločanje

25 Predložitveno sodišče z vprašanji, ki jih je treba obravnavati skupaj, Sodišče v bistvu sprašuje, ali je treba člena 1 in 3(1) Direktive 98/6 ter člen 7(4)(c) Direktive 2005/29 razlagati tako, da morajo biti stroški prevoza avtomobila od proizvajalca do prodajalca, ki bremenijo potrošnika, vključeni v prodajno ceno tega avtomobila, ki je navedena v oglasu trgovca.

26 Najprej je treba poudariti, da je namen Direktive 98/6 v skladu z njenim členom 1 urediti označevanje prodajnih cen in cen na mersko enoto proizvodov, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom, da bi se izboljšalo obveščanje potrošnikov in olajšala primerjava cen.

27 V zvezi s tem je namen te direktive, kot je navedeno v njeni uvodni izjavi 12, zagotoviti enotno in pregledno obveščanje v korist vseh potrošnikov v okviru notranjega trga.

28 Za zagotovitev te enotnosti in preglednosti informacij o cenah člen 3(1) navedene direktive zahteva navedbo prodajne cene za vse proizvode, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom, pri čemer je ta cena v skladu s členom 2(a) te direktive opredeljena kot končna cena za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda, ki torej vključuje DDV in vse druge dajatve.

29 Uporaba Direktive 98/6 v zvezi z nekaterimi vidiki oglasov, ki navajajo prodajno ceno proizvodov, je razvidna iz člena 3(4) te direktive.

30 V zvezi s tem je treba poudariti, da čeprav zadnjenavedena določba ne določa splošne obveznosti navedbe prodajne cene, lahko potrošnik, ki je običajno obveščen ter razumno pozoren in preudaren, oglas, kot je ta v postopku v glavni stvari, v katerem so navedene tako lastnosti proizvoda, ki se oglašuje, kot cena, ki jo tak potrošnik razume kot prodajno ceno tega proizvoda, in datum, do katerega je „ponudba“, namenjena potrošnikom, veljavna, šteje za ponudbo trgovca za prodajo navedenega proizvoda pod pogoji, navedenimi v tem oglasu. V takem primeru mora tako navedena cena izpolnjevati zahteve iz Direktive 98/6.

31 Natančneje, ta cena mora biti prodajna cena zadevnega proizvoda, torej njegova končna cena v smislu člena 2(a) Direktive 98/6. Končna cena potrošniku omogoča, da ceno, navedeno v oglasu, oceni in primerja s ceno drugih podobnih proizvodov in se torej v skladu z uvodno izjavo 6 te direktive informirano odloči na podlagi enostavne primerjave.

32 Predložitveno sodišče mora preveriti, ali so vsi pogoji, navedeni v točki 30 te sodbe, izpolnjeni.

33 Sodišče je v sodbi z dne 10. julija 2014, Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2014:2064, točka 59), res poudarilo, da namen Direktive 98/6 ni varstvo potrošnikov v zvezi z označevanjem cen na splošno ali glede ekonomske stvarnosti oglaševanj znižanj cen, ampak njihovo bolj specifično varstvo glede označevanja cen izdelkov s sklicevanjem na različne količinske enote.

34 Vendar je bil tak poudarek Sodišča zgolj odgovor na trditev Kraljevine Belgije, da belgijska zakonodaja, v skladu s katero mora oglaševanje znižanja cen spoštovati nekatere začasne zahteve, spada na področje uporabe Direktive 98/6.

35 Tako vprašanje pa je očitno drugačno od vprašanja, ki je predmet obravnavane zadeve in ki se nanaša na določitev elementov, ki morajo biti vključeni v navedbo prodajne cene v smislu člena 2(a) Direktive 98/6.

36 Glede teh elementov je treba poudariti, da mora ta prodajna cena poleg tega, da mora vključevati DDV in vse druge dajatve, pomeniti končno ceno, ki velja za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda.

37 Prodajna cena mora kot končna cena vključevati neizogibne in predvidljive elemente cene, ki nujno bremenijo potrošnika in ki pomenijo denarno nadomestilo za nakup zadevnega proizvoda (glej po analogiji sodbo z dne 18. septembra 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, točka 36).

38 Zato, če trgovec, ki prodaja proizvod, zahteva, da potrošnik nosi stroške prevoza tega proizvoda od proizvajalca do trgovca prodajalca, tako da ti stroški, ki so v osnovi nespremenljivi, nujno bremenijo potrošnika, navedeni stroški pomenijo sestavino prodajne cene v smislu člena 2(a) Direktive 98/6.

39 To je med drugim tako, kadar potrošnik pride v poslovni prostor trgovca, da bi prevzel avtomobil, ki ga je kupil pri tem trgovcu in ki je bil izdelan v drugem objektu. V takih okoliščinah stroški prevoza vozila od proizvajalca do trgovca prodajalca navadno bremenijo tega kupca.

40 Te prevozne stroške, ki so za potrošnika obvezni, je treba razlikovati od dodatnih stroškov prevoza ali dostave kupljenega proizvoda na mesto, ki ga izbere potrošnik, saj teh dodatnih stroškov ni mogoče opredeliti za neizogibno in predvidljivo sestavino cene.

41 Če so ugotovljene okoliščine iz točke 30 te sodbe, mora torej cena proizvoda, ki ga trgovec potrošniku ponudi naprodaj, v oglasu, ki se nanaša na ta proizvod, vključevati prevozne stroške tega proizvoda od proizvajalca do tega trgovca, če ti obvezno bremenijo potrošnika.

42 Glede uporabe Direktive 2005/29 je treba opozoriti, da v skladu z njenim členom 3(4) v primeru nasprotja med določbami te direktive in drugimi pravili Unije, ki urejajo posebne vidike nepoštenih poslovnih praks, prevladajo slednja in se uporabljajo za te posebne vidike.

43 Direktiva 2005/29 se v skladu s členom 3(1) sicer res uporablja za nepoštene poslovne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov, kakor so določene v njenem členu 5, pred, med in po poslovni transakciji v zvezi z nekim izdelkom. V členu 2(d) navedene direktive so poslovne prakse opredeljene kot „vsako dejanje, opustitev, ravnanje, razlaga ali tržne komunikacije, vključno z oglaševanjem in trženjem, s strani trgovca, neposredno povezano s promocijo, prodajo ali dobavo izdelka potrošnikom“ (glej sodbo z dne 16. julija 2015, Abcur, C-544/13 in C-545/13, EU:C:2015:481, točka 73).

44 Vendar je treba poudariti, da Direktiva 98/6 ureja posebne vidike nepoštenih poslovnih praks v smislu člena 3(4) Direktive 2005/29, ki jih je mogoče opredeliti za nelojalne v odnosu med trgovci in potrošniki, in sicer med drugim tiste, ki se navezujejo na označevanje prodajnih cen proizvodov v prodajnih ponudbah in oglasih.

45 Ker vidik, ki se nanaša na prodajno ceno, navedeno v oglasu, kot je ta iz postopka v glavni stvari, ureja Direktiva 98/6, Direktive 2005/29 v zvezi s tem vidikom ni mogoče uporabiti.

46 Razlaga člena 7(4)(c) Direktive 2005/29 zato ni potrebna.

47 Ob upoštevanju vseh navedenih preudarkov je treba na vprašanja odgovoriti, da je treba člen 3 Direktive 98/6 v povezavi z njenima členoma 1 in 2(a) razlagati tako, da morajo biti stroški prevoza avtomobila od proizvajalca do prodajalca, ki bremenijo potrošnika, vključeni v prodajno ceno tega vozila, ki je navedena v oglasu trgovca, kadar potrošnik ta oglas ob upoštevanju vseh njegovih lastnosti razume kot ponudbo, ki se nanaša na navedeno vozilo. Predložitveno sodišče mora preveriti, ali so vsi ti elementi izpolnjeni.

Stroški

48 Ker je ta postopek za stranki v postopku v glavni stvari ena od stopenj v postopku pred predložitvenim sodiščem, to odloči o stroških. Stroški za predložitev stališč Sodišču, ki niso stroški omenjenih strank, se ne povrnejo.

Iz teh razlogov je Sodišče (četrti senat) razsodilo:

Člen 3 Direktive 98/6/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov v povezavi z njenima členoma 1 in 2(a) je treba razlagati tako, da morajo biti stroški prevoza avtomobila od proizvajalca do prodajalca, ki bremenijo potrošnika, vključeni v prodajno ceno tega vozila, ki je navedena v oglasu trgovca, kadar potrošnik ta oglas ob upoštevanju vseh njegovih lastnosti razume kot ponudbo, ki se nanaša na navedeno vozilo. Predložitveno sodišče mora preveriti, ali so vsi ti elementi izpolnjeni.

Podpisi