Recopilación de la Jurisprudencia

CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL
SR. PAOLO MENGOZZI
presentadas el 16 de diciembre de 2015 [1]

Asunto C-476/14

Citroën Commerce GmbH
contra
Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW)

[Petición de decisión prejudicial planteada por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Federal, Alemania)]

«Procedimiento prejudicial — Protección de los consumidores — Anuncio publicitario con una indicación del precio — Indicación separada de los gastos de traslado — Conceptos de "oferta" y de precio "incluidos los impuestos" — Obligación de Derecho nacional de incluir, en el precio indicado en un anuncio, los gastos suplementarios obligatorios vinculados al traslado del vehículo — Compatibilidad con el Derecho de la Unión — Práctica comercial desleal — Invitación a comprar — Información sustancial relativa al precio»

1. ¿Contiene el Derecho de la Unión prescripciones tan precisas en materia de etiquetado e indicación del precio que un anuncio de un vehículo que menciona de forma separada el precio del producto, por un lado, y el importe de los gastos obligatorios de traslado del fabricante al comprador, por otro, debe estar sistemáticamente prohibido? Ese es, en esencia, el objeto de la presente remisión prejudicial.

I. **Marco jurídico**

A. *Derecho de la Unión*

1. Directiva 98/6/CE

2. Del considerando 1 de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, [2] se desprende que «un funcionamiento del mercado transparente y una información correcta favorecen la protección del consumidor y una competencia sana entre las empresas y los productos».

3. El considerando 2 de la Directiva 98/6 recuerda «que es preciso garantizar a los consumidores un nivel elevado de protección».

1 — Lengua original: francés.

2 — DO L 80, p. 27.

4. El considerando 6 de la Directiva 98/6 establece que «la obligación de indicar el precio de venta y el precio por unidad de medida contribuye de manera notable a la mejora de la información de los consumidores, ya que es la manera más sencilla de dar a los consumidores óptimas posibilidades para evaluar y comparar el precio de los productos y de permitirles por tanto, elegir con mayor conocimiento de causa sobre la base de comparaciones simples».

5. El considerando 7 de la Directiva 98/6 prosigue señalando «por tanto, [...] debería existir una obligación general de indicar a la vez el precio de venta y el precio por unidad de medida para todos los productos».

6. Según el considerando 12 «una regulación adoptada a nivel comunitario permite garantizar una información homogénea y transparente que beneficie al conjunto de los consumidores en el marco del mercado interior».

7. El artículo 1 de la Directiva 98/6 dispone que dicha Directiva «tiene por objeto disponer la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y de facilitar la comparación de los precios».

8. El artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6 define el precio de venta como «el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el [impuesto sobre el valor añadido; en lo sucesivo, "IVA"] y todos los demás impuestos».

9. El artículo 3, apartado 4, de la Directiva 98/6 prevé que «en todas las formas de publicidad que mencionen el precio de venta de los productos a que se refiere el artículo 1 se indicará también el precio por unidad de medida, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5».

10. El artículo 4, apartado 1, de la Directiva 98/6 dispone, en particular, que «el precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles».

11. El artículo 5, apartado 1, de la Directiva 98/6 prevé que «los Estados miembros podrán eximir de la obligación de indicar el precio por unidad de medida respecto de los productos para los cuales esta indicación no sea útil a causa de su naturaleza o destino, o pueda suscitar confusión».

2. Directiva 2005/29/CE

12. De los considerandos 3 y 4 de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales»),[3] se desprende que «las leyes de los Estados miembros relativas a las prácticas comerciales desleales muestran marcadas diferencias que pueden generar distorsiones apreciables de la competencia y obstaculizar el buen funcionamiento del mercado interior. [...] Estas disparidades provocan incertidumbre en cuanto a cuáles son las normas nacionales aplicables a las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores y crean numerosas barreras que afectan a las empresas y a los consumidores. [...] Dichos obstáculos también crean incertidumbre a los consumidores sobre sus derechos, y merman su confianza en el mercado interior».

3 — DO L 149, p. 22.

13. El considerando 6 de la Directiva 2005/29 precisa que ésta «[...] aproxima las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal, que son directamente perjudiciales para los intereses económicos de los consumidores y, por ende, indirectamente perjudiciales para los de los competidores legítimos. Conforme al principio de proporcionalidad, la Directiva protege a los consumidores de las consecuencias de dichas prácticas comerciales desleales cuando éstas son sustanciales, si bien reconoce que, en determinados casos, la incidencia para el consumidor puede ser insignificante».

14. El considerando 10 de la Directiva 2005/29 afirma que «es preciso garantizar una relación coherente entre la presente Directiva y el Derecho comunitario existente, especialmente por lo que respecta a las disposiciones detalladas sobre prácticas comerciales desleales aplicables a sectores concretos. [...] La presente Directiva resulta por tanto aplicable sólo en la medida en que no haya disposiciones específicas del Derecho comunitario que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, como requisitos relativos a la información y normas sobre la manera en que ha de presentarse la información al consumidor. Establece una protección para los consumidores allí donde no existe legislación sectorial específica a nivel comunitario [...]. La presente Directiva complementa, pues, el acervo comunitario aplicable a las prácticas comerciales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores».

15. El artículo 1 de la Directiva 2005/29 dispone que «la presente Directiva tiene por objeto contribuir al buen funcionamiento del mercado interior y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores».

16. El artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29 define la invitación a comprar como «una comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra».

17. El artículo 3, apartados 1 y 4 a 6, de la Directiva 2005/29 tiene el tenor siguiente:

«1. La presente Directiva será aplicable a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el artículo 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto.

[...]

4. En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente Directiva y otras normas comunitarias que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

5. Durante un período de seis años a partir del 12 de junio de 2007, los Estados miembros podrán seguir aplicando, dentro del ámbito objeto de la aproximación que realiza la Directiva, disposiciones nacionales más exigentes o más restrictivas que las que ésta contiene y que tengan por objeto la aplicación de las Directivas que contienen cláusulas mínimas de armonización. [...]

6. Los Estados miembros notificarán sin demora a la Comisión cualesquiera disposiciones nacionales que apliquen al amparo de lo dispuesto en el apartado 5.»

18. El artículo 5, apartados 1 y 2, de la Directiva 2005/29 tiene el tenor siguiente:

«1. Se prohibirán las prácticas comerciales desleales.

2. Una práctica comercial será desleal si:

a) es contraria a los requisitos de la diligencia profesional,

y

b) distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica [...]»

19. El artículo 7 de la Directiva 2005/29 está redactado en los términos siguientes:

«1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

2. Se considerará también que hay omisión engañosa cuando un comerciante oculte la información sustancial contemplada en el apartado 1, teniendo en cuenta las cuestiones contempladas en dicho apartado, o la ofrezca de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado, o no dé a conocer el propósito comercial de la práctica comercial en cuestión en caso de que no resulte evidente por el contexto, siempre que, en cualquiera de estos casos, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

[...]

4. En los casos en que haya una invitación a comprar se considerará sustancial la información que figura a continuación, si no se desprende ya claramente del contexto:

[...]

c) el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales;

[...]

5. Se considerarán sustanciales los requisitos establecidos por el Derecho comunitario en materia de información relacionados con las comunicaciones comerciales, con inclusión de la publicidad o la comercialización, de los que el anexo II contiene una lista no exhaustiva.»

20. El anexo II de la Directiva 2005/29 contiene la lista de disposiciones del Derecho comunitario que establece normas relativas a la publicidad y a las comunicaciones comerciales. En esta lista figura el artículo 3, apartado 4, de la Directiva 98/6.

B. *Derecho alemán*

21. De conformidad con la Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Ley contra la competencia desleal; en lo sucesivo, «UWG»),[4] estarán prohibidas las prácticas comerciales desleales si pueden afectar sensiblemente a los intereses de los consumidores, los competidores o de otros operadores del mercado.[5] Cometerá un acto de competencia desleal quien vulnere una disposición legal destinada a regular, en interés de los agentes del mercado, el comportamiento en el mercado.[6]

22. El artículo 1 del Preisangabenverordnung (Reglamento relativo a las indicaciones de precios; en lo sucesivo, «PAngV»)[7] ha traspuesto en el ordenamiento jurídico alemán el artículo 4, apartado 1, de la Directiva 98/6. Prevé que quien ofrezca con carácter comercial o profesional o bien ofrezca regularmente de otro modo bienes a consumidores finales o, en su condición de vendedor, anuncie productos dirigidos al consumidor final indicando sus precios deberá indicarlos con inclusión del impuesto sobre el valor añadido y demás partes integrantes del precio final que se hayan de pagar.

II. **Litigio principal, cuestiones prejudiciales y procedimiento ante el Tribunal de Justicia**

23. La demandante en el litigio principal, Citroën Commerce GmbH (en lo sucesivo, «Citroën Commerce»), es una sociedad de distribución de vehículos en Alemania. El 30 de marzo de 2011, publicó un anuncio en un periódico alemán sobre vehículos ofrecidos por su sucursal del Land de Baviera. En el anuncio figuraba el ejemplo de un modelo descrito en los términos siguientes: «Por ejemplo, oferta exclusiva para Citroën C4 VTI 120: 21 800 € [1]», «todos las opciones incluidas», «Ahorro máximo: 6 170 € [1]». La nota «[1]» remitía al texto siguiente, redactado con caracteres más pequeños en la parte inferior del anuncio: «Más 790 € de gastos de traslado [...]».

24. La Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (Asociación para la defensa de la competencia leal en el sector automovilístico; en lo sucesivo, «ZLW») interpuso una demanda de cesación contra la demandante en el litigio principal basada en disposiciones de la UWG, en relación con el artículo 1 del PAngV, por la que solicitaba que se condenase a ésta a poner fin a la publicidad sin indicar el precio definitivo efectivo del vehículo, es decir, el precio con inclusión de los gastos de traslado obligatorios.

25. El órgano jurisdiccional de primera instancia estimó la demanda de ZLW. Citroën Commerce interpuso recurso de apelación. El tribunal de apelación desestimó el recurso. A continuación, Citroën Commerce interpuso un recurso de «Revision» (casación) ante el órgano jurisdiccional remitente.

26. El órgano jurisdiccional remitente señala que, según su reiterada jurisprudencia relativa a la interpretación del artículo 1 del PAngV, lo que debe indicarse, en principio, en los anuncios es el precio definitivo del vehículo, es decir, el precio incluidos los gastos de traslado, pues el público no percibe estos gastos accesorios como un gasto adicional, sino, al contrario, como parte integrante del precio. Sólo es posible indicar separadamente el precio si el consumidor puede elegir entre dos opciones, a saber, recoger el vehículo en la planta del fabricante o bien ordenar que se entregue el vehículo en el concesionario en el que se ha celebrado la venta, o bien cuando no es posible calcular de antemano el importe de dichos gastos. En el caso del anuncio en cuestión en el marco del litigio principal, no se cumple ninguna de estas dos condiciones. El órgano jurisdiccional remitente se pregunta si esta línea jurisprudencial nacional es compatible con el Derecho de la Unión.

4 — Modificada por BGBl. 2010 I, p. 254.

5 — Artículo 3, apartado 1, de la UWG.

6 — Artículo 4, apartado 11, de la UWG.

7 — Modificada por BGBl. 2002 I, p. 4197.

27. A este respecto, señala que el Derecho nacional así interpretado puede constituir una medida «más exigente o más restrictiva», en el sentido del artículo 3, apartado 5, de la Directiva 2005/29, que las que los Estados miembros podían mantener en sus ordenamientos jurídicos hasta el 12 de junio de 2013.[8] Una vez expirado este plazo, se considera que la Directiva 2005/29 ha realizado una armonización completa en la materia. Así pues, la concepción en el Derecho nacional de los requisitos de presentación del precio sólo puede mantenerse en cuanto refleje el estado del Derecho de la Unión.

28. El órgano jurisdiccional remitente se pregunta si el anuncio publicado por Citroën Commerce está comprendido en el ámbito de aplicación de la Directiva 98/6 y si constituye una «oferta de producto» en el sentido de esta última. En ese caso, se pregunta si el precio de venta que debe indicarse de conformidad con la Directiva 98/6 debe entenderse en el sentido de que incluye los gastos de traslado obligatorios del vehículo.

29. Ahora bien, el Juez *a quo* se pregunta también sobre la aplicabilidad de la Directiva 2005/29 y no excluye que la presente petición de decisión prejudicial deba resolverse sobre la base de esta última. En este caso, se pregunta si el precio que debe indicarse en una «invitación a comprar», en el sentido del artículo 7, apartado 4, letra c), de dicha Directiva, deber ser un precio global, es decir, un precio que incluya dichos gastos.

30. Al enfrentarse a una dificultad vinculada a la interpretación del Derecho de la Unión, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Federal) decidió suspender el procedimiento y, mediante resolución recibida en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 27 de octubre de 2014, plantear a este último, al amparo del artículo 267 TFUE, las tres cuestiones prejudiciales siguientes:

«1) ¿Constituye la publicidad de un producto en que se indica el precio que se ha de pagar por él una oferta a los efectos del artículo 1 de la Directiva 98/6/CE?

En el supuesto de que se responda afirmativamente a la primera cuestión:

2) En caso de que concurra una oferta a los efectos del artículo 1 de la Directiva 98/6/CE, ¿el precio de venta que se debe indicar con arreglo a los artículos 1 y 3, apartado 1, primera frase, debe incluir los gastos obligatorios de traslado de un vehículo desde el fabricante hasta el concesionario?

En el supuesto de que se responda negativamente a la primera o a la segunda cuestión:

3) En caso de que concurra una invitación a comprar a los efectos del artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29/CE, ¿el "precio, incluidos los impuestos", que se debe indicar con arreglo al artículo 7, apartado 4, letra c), primera alternativa, de la misma norma debe incluir, cuando se trate de un vehículo, los gastos obligatorios de traslado del vehículo desde el fabricante hasta el concesionario?»

31. La demandante en el litigio principal, la ZLW, los Gobiernos austriaco y húngaro y la Comisión Europea han presentado observaciones escritas ante el Tribunal de Justicia.

32. En la vista, que se celebró ante el Tribunal de Justicia el 30 de setiembre de 2015, formularon observaciones orales la demandante en el litigio principal y la Comisión.

8 — Ahora bien, sobre este aspecto ha de señalarse que los Estados miembros únicamente tenían esa posibilidad si habían notificado tales medidas a la Comisión (véase el artículo 3, apartados 5 y 6, de la Directiva 2005/29). Pues bien, no se desprende de los autos que la República Federal de Alemania haya realizado tal notificación de su Derecho nacional pertinente para la resolución del litigio principal.

III. **Análisis jurídico**

33. Antes de nada, es necesario delimitar el alcance de las cuestiones prejudiciales planteadas al Tribunal de Justicia. Como recordó el representante de la demandante en el litigio principal en la vista celebrada ante el Tribunal de Justicia, el órgano jurisdiccional remitente no pretende que se determine si la publicidad en cuestión en el marco del litigio principal es contraria a la Directiva 98/6 y/o si constituye una práctica comercial desleal prohibida por la Directiva 2005/29. Pretende conocer el estado del Derecho de la Unión aplicable al objeto de comprobar si la interpretación que realiza de su Derecho nacional es compatible con el Derecho de la Unión. [9]

34. Según afirma el órgano jurisdiccional remitente, el anuncio publicado en la prensa por la demandante en el litigio principal vulnera el Derecho alemán, el cual exige que figure en los anuncios el precio global de los productos, es decir, en cuanto a atañe a las circunstancias del caso de autos, el precio incluidos los gastos de traslado del vehículo hasta las instalaciones del concesionario en virtud de su carácter obligatorio.

35. Al objeto de apreciar la compatibilidad del Derecho nacional con el Derecho de la Unión, debe responderse en esencia a dos series de cuestiones. Así, en un primer momento, habrá de determinarse qué directiva regula las condiciones en las que el precio debe indicarse en los anuncios y definir cuál es el nivel de exigencia, el estándar comunitario a este respecto. A tal fin, y habida cuenta de la norma de prioridad establecida en el artículo 3, apartado 4, de la Directiva 2005/29, se examinará en primer lugar la Directiva 98/6. A continuación, en el supuesto de que resulte que el Derecho alemán protege más a los consumidores que el Derecho de la Unión, procederá verificar, en una segunda fase, si este último autoriza a los Estados miembros a mantener o a establecer medidas más restrictivas que las que el prescribe.

A. *Observación preliminar sobre la exclusión de la Directiva 2006/114/CE*

36. Antes de nada, ha de señalarse que el litigio principal no está comprendido en el ámbito de aplicación de la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa. [10] El hecho de que la demanda no haya sido interpuesta por una asociación de protección de los consumidores, sino por una agrupación que representa los intereses de los competidores del sector automovilístico podría inducir a pensar que la Directiva 2006/114 es aplicable, pues ésta tiene por objeto, en concreto, «proteger a los comerciantes contra la publicidad engañosa y sus consecuencias injustas». [11] No obstante, en cuanto al fondo, la Directiva 2006/114 no contiene ninguna disposición que establezca las condiciones en las que el precio debe indicarse en los anuncios. [12]

B. *Sobre la primera cuestión prejudicial, relativa al ámbito de aplicación de la Directiva 98/6*

37. Mediante su primera cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente solicita que se dilucide si la publicidad objeto del litigio principal puede estar comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva 98/6, de la cual el artículo 1 del PAngV constituye una medida de trasposición. Para ello bastaría, según el órgano jurisdiccional remitente, con que dicha publicidad constituya una «oferta de productos» en el sentido del artículo 1 de dicha Directiva.

9 — Recordada en el punto 26 de las presentes conclusiones.

10 — DO L 376, p. 21.

11 — Artículo 1 de la Directiva 2006/114. Véase también la sentencia Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150), apartado 22.

12 — El artículo 3, letra b), de la Directiva 2006/114 se limita a indicar que para determinar si una publicidad es engañosa, se tendrán en cuenta principalmente las indicaciones relativas al precio o a su modo de fijación y a las condiciones de suministro de bienes.

38. Es posible que el anuncio publicado por la demandante en el litigio principal constituya una oferta de productos en el sentido amplio y común del término. No obstante, en el contexto de la Directiva 98/6, el concepto de «productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores» formulado en el artículo 1 de la Directiva 98/6 debe interpretarse dentro de los límites propios al objeto de esta última.

39. Así, teniendo en cuenta que el órgano jurisdiccional remitente desea que se determine cuáles son las exigencias del Derecho de la Unión en materia de indicación de precios mencionados en los anuncios, ha de hacerse constar que el objetivo primero de la Directiva 98/6 no es ése. A decir verdad, toda una serie de elementos me induce a dudar de la pertinencia *ratione materiae* de esta Directiva para la resolución del litigio principal.

40. Ciertamente, del título de la Directiva 98/6 se desprende que ésta tiene por objeto la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a estos últimos. No obstante, tal objetivo se precisa en el artículo 1 de la Directiva 98/6 que impone «la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos […] a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y de facilitar la comparación de los precios».

41. Al actuar así, sin duda el legislador de la Unión estableció una obligación general —la de indicar a la vez el precio de venta y el precio por unidad de medida— [13] pero circunscrita a los casos en los que esa doble indicación sea pertinente o, cuando menos, permita alcanzar de manera más eficaz el objetivo de facilitar la comparación.

42. Si bien esta obligación no se establece explícitamente y se formula *prima facie* respecto a «todos los productos ofrecidos», el análisis del ámbito léxico de la Directiva 98/6 me lleva a concluir que se concibió esencialmente, no obstante, para los productos denominados de consumo corriente, bien entendido que puede tratarse tanto de productos alimenticios como no alimenticios. [14] Así es, en cualquier caso, como entiendo las diferentes referencias formuladas en la Directiva 98/6 a los productos a granel, [15] al embalaje o al embalaje previo de productos, [16] al peso neto y al peso neto escurrido de los productos [17] o incluso a los pequeños comercios minoristas. [18]

43. El hecho de que la Directiva 98/6 no se haya concebido como una suerte de directiva marco sobre la indicación de precios o sobre la publicidad en general, sino más bien como un texto que regula las condiciones en las que el precio de los productos debe ser objeto, en principio, de una doble indicación cuando son expuestos u ofrecidos para su consumo en un punto de venta, queda confirmado además por los trabajos preparatorios.

13 — Véase el considerando 7 de la Directiva 98/6.

14 — La Directiva 98/6 sustituyó a la Directiva 79/581/CEE del Consejo, de 19 de junio de 1979, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos alimenticios (DO L 158, p. 19; EE 15/02, p. 142), y a la Directiva 88/314/CEE del Consejo, de 7 de junio de 1988, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos no alimenticios (DO L 142, p. 19).

15 — Véase el considerando 7 y los artículos 2, letra c), y 3, apartado 3, de la Directiva 98/6.

16 — Véanse los considerandos 5 y 10 y el artículo 4 de la Directiva 98/6.

17 — Véase el artículo 4, apartado 2, párrafo segundo, de la Directiva 98/6.

18 — Véanse los considerandos 9 y 14 y el artículo 6 de la Directiva 98/6.

44. En efecto, la exposición de motivos de la Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores [19] pone de manifiesto un cierto número de preocupaciones relativas a las prácticas de la mediana y gran distribución [20] en cuanto atañe al etiquetado de productos [21] o incluso al avance consistente en la lectura del precio a través de un código de barras. [22]

45. Resulta igualmente interesante señalar que, si bien el artículo 1 de la Propuesta de Directiva se redactó en el sentido de que debía preverse la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de «los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores finales», la Comisión añadió que tal así debería hacerse cuando dicha doble indicación fuera pertinente. Reconocía así que «exist[ía] un cierto número de situaciones en las que la comparación de precios no aporta una información determinante para el consumidor, sobre todo cuando los productos tienen características muy diferentes o responden a necesidades diferenciadas de los consumidores. Así ocurre, por ejemplo, con los productos personalizados, los artículos de vestir, los *automóviles*, el mobiliario y todos los productos para los que una indicación de medida [...] no aporta una información útil para comparar los precios». [23]

46. Así, habida cuenta de sus variadas características individuales propias, los vehículos no son productos para los que una comparación de precios mediante el etiquetado regulado en la Directiva 98/6 resulte inmediatamente pertinente para el consumidor. Para ser más claros, del mismo modo que la Directiva 98/6 tiene vocación de facilitar la comparación, para el consumidor, del precio del kilogramo de tomates —ya que los tomates son un producto fácilmente comparable y, en cualquier caso, son por completo equivalentes a los tomates vendidos en otra tienda—, para productos como los automóviles, la indicación del precio en las condiciones descritas en la Directiva 98/6 no puede servir a tal objetivo, habida cuenta del grado de especificidad de cada vehículo. [24]

47. Por consiguiente, la obligación de indicar el precio de venta y el precio por unidad de medida impuesta por la Directiva 98/6 debe reubicarse en el contexto del objetivo perseguido por el legislador, que consiste en garantizar una información homogénea y transparente respecto, en particular, de la cuantificación de los productos por relación a un sistema uniforme de medidas como base para la determinación de su precio [25] para facilitar la comparación. El Tribunal de Justicia no se pronunció en sentido distinto cuando afirmó, en el asunto Comisión/Bélgica, que «la Directiva 98/6 no tiene por objeto la protección de los consumidores en relación con la indicación de precios en general o en cuanto a la realidad económica de los anuncios de reducción de precios, sino en materia de indicación de los precios de los productos por referencia a distintas magnitudes de medida». [26]

48. Me decanto, pues, por considerar, de acuerdo con la Comisión, que el objetivo primero de la Directiva 98/6 no es garantizar la protección de los consumidores en lo que respecta a las indicaciones de precios en general, sino más bien permitir una información suficiente de los consumidores, haciendo posible en concreto la comparación de precios cuando el precio de los productos se indica por referencia a unidades de medidas diferentes. Se exige tal información suficiente cuando un mismo producto se vende en cantidades y en embalajes variables y los consumidores tienen interés en comprar el precio del producto en cuestión sobre la base de una misma unidad de medida.

19 — COM(95) 276 final, de 12 de julio de 1995.

20 — El punto 20 de la exposición de motivos hace referencia en particular a los «expositores».

21 — Véase el punto 17 de la exposición de motivos de la Propuesta de Directiva.

22 — Véase el punto 20 de la exposición de motivos de la Propuesta de Directiva.

23 — Apartado 27 de la exposición de motivos de la Propuesta de Directiva. El subrayado es mío.

24 — Sobre todo en la medida en que los automóviles vienen equipados con un cierto número de opciones.

25 — Véase el punto 60 de las conclusiones del Abogado General Cruz Villalón en el asunto Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769).

26 — Sentencia Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064), apartado 59. Véanse también los puntos 58 y ss. de las conclusiones del Abogado General Cruz Villalón en el asunto Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769) a los que remite, además, el Tribunal de Justicia.

49. La Directiva 98/6 no constituye, pues, la norma de referencia, en Derecho de la Unión, en materia de indicación de precios en general para toda oferta de productos. Tampoco está destinada a regular con carácter general las condiciones en las que los precios deben aparecer indicados en los anuncios. [27] Por tanto, este no es el criterio de referencia conforme al cual ha de apreciarse compatibilidad de la legislación nacional.

50. De cuanto precede se desprende que, puesto que la Directiva 98/6 tiene por objeto la protección de los consumidores, no ya en materia de indicación de precios en general, sino en materia de indicación de precios de productos ofrecidos por referencia a diferentes tipos de unidades de medida, una disposición nacional interpretada en el sentido de que queda prohibida, en cualquier circunstancia, la práctica de un comerciante consistente en indicar de forma separada, en un anuncio, el precio de un vehículo, por un lado, y el importe de los gastos obligatorios de traslado de dicho vehículo hasta el consumidor, por otro, no está comprendida en el ámbito de aplicación de dicha Directiva.

51. Precisamente porque la disposición alemana, tal como la interpreta el órgano jurisdiccional remitente, no queda comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva 98/6, tampoco puede considerarse una «disposición más favorable» que los Estados miembros pudieran mantener o adoptar en el sentido del artículo 10 de la Directiva 98/6, pues esta última no ha realizado una armonización completa de la materia.

52. A este respecto, comparto plenamente una vez más el análisis del Abogado General Cruz Villalón formulado en sus conclusiones presentadas en el asunto Comisión/Bélgica, según las cuales consideró que «esas disposiciones más favorables, lógicamente, sólo pueden entenderse referidas a la materia que es objeto de la Directiva 98/6, esto es, la información de los consumidores respecto de los patrones utilizados como referencia para la fijación de los precios de los productos, facilitando la comparación de precios [...] por relación a diferentes sistemas de medida». [28] En estas circunstancias, el artículo 10 de la Directiva 98/6 no puede justificar el mantenimiento de la disposición nacional tal como la interpreta el órgano jurisdiccional remitente, pues esa disposición no hace referencia a la materia que constituye el objeto de la Directiva 98/6. [29]

C. *Sobre la segunda cuestión prejudicial, relativa al concepto de precio en el sentido de la Directiva 98/6*

53. A la vista de la respuesta que propongo que el Tribunal de Justicia dé a la primera cuestión prejudicial planteada por el órgano jurisdiccional remitente, no quiero dedicar más que unas breves observaciones con carácter subsidiario a esta cuestión.

54. El órgano jurisdiccional remitente pregunta al Tribunal de Justicia si el precio al que hacen referencia los artículos 1 y 3, apartado 1, de la Directiva 98/6 debe comprender los gastos obligatorios de traslado del vehículo. Estas disposiciones deben interpretarse a la luz del artículo 2, letra a), de dicha Directiva, que define el precio como «el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el IVA y todos los demás impuestos». De esta disposición se desprende que el precio está compuesto por el precio del producto, el IVA y todos los demás impuestos.

55. En mi opinión, los gastos de traslado de que se trata en el litigio principal son por completo ajenos a la Directiva 98/6 por diversos motivos.

27 — En efecto, me parece que si se interpretase el artículo 1 de la Directiva 98/6 en el sentido de que se ofrecen productos desde el momento en que existe publicidad, la precisión contenida en el artículo 3, apartado 4, de esta misma Directiva resultaría por completo redundante.

28 — Conclusiones del Abogado General Cruz Villalón en el asunto Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769), punto 63.

29 — Véase, por analogía, el punto 64 de las conclusiones del Abogado General Cruz Villalón en el asunto Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769).

56. En primer lugar, ha de responderse al órgano jurisdiccional remitente, el cual señala que habría que considerar que los gastos de traslado deben estar incluidos en el «precio de venta» del producto, en el sentido de la Directiva 98/6, habida cuenta de su carácter obligatorio, que el análisis de la génesis del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6 lleva a concluir que esa no ha sido la opción escogida por el legislador, pese a haber tenido no obstante la ocasión de indicarlo en el texto de dicha Directiva.

57. En efecto, inicialmente la Propuesta de Directiva [30] se limitaba a definir el precio de venta como «el precio válido para una cantidad determinada del producto». [31]

58. En su Propuesta Modificada, [32] la Comisión proponía enriquecer sensiblemente esta definición precisando que el precio definitivo comprendía «el IVA, todos los demás impuestos y los costes de los servicios que el consumidor está obligado a abonar». [33] No obstante, en la Posición Común (CE) nº 60/96 aprobada por el Consejo de la Unión Europea el 27 de septiembre de 1996 con vistas a la adopción de la Directiva relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, [34] el Consejo no tuvo en cuenta esta formulación y se limitó a proponer que el precio de venta constituyera «el precio válido para una unidad de producto o una cantidad determinada del producto», [35] precisando, en una parte posterior de la Propuesta de Directiva, que «el precio de venta y el precio por unidad de medida se referirán al precio final del producto *en las condiciones definidas por los Estados miembros*». [36]

59. Posteriormente, el Parlamento Europeo adoptó una enmienda al objeto de que se reintrodujera la referencia contenida en la Propuesta Modificada a los «costes de todos los servicios que el consumidor está obligado a abonar». [37] Pues bien, la versión final del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6 sigue sin contener tal referencia. En mi opinión, ello da fe de la dificultad de encontrar un acuerdo sobre una eventual definición legislativa más precisa del concepto de precio y de sus diferentes componentes.

60. En segundo lugar, ha de observarse que el legislador hizo mención, en el momento de precisar el concepto de «precio» en el sentido de la Directiva 98/6, a los impuestos y no a los gastos. Pues bien, una vez más, esa elección no es neutra. En efecto, un rápido examen de una muestra de las diferentes versiones lingüísticas tiende a confirmar el carácter «público» de estos impuestos. La versión española hace referencia a «todos los demás impuestos», la versión italiana a «ogni oltra imposta», la versión inglesa a «all other taxes» y la versión alemana a «alle sonstigen Steuern einschließt». Ahora bien, según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, un impuesto es una carga pecuniaria, por mínima que sea, impuesta unilateralmente, cualesquiera que sean su denominación y su técnica, [38] percibida por el Estado o por un organismo público. Dado que los gastos de traslado son percibidos por el fabricante de automóviles, no podrían ser calificados ni asimilados a un «impuesto» en el sentido del artículo 2, letra a), de la Directiva 98/6.

30 — Véase la nota 19 de las presentes conclusiones.

31 — Artículo 2 de la Propuesta de Directiva. Los gastos de traslado obligatorios del vehículo podrían quedar indudablemente comprendidos en esta categoría.

32 — Propuesta Modificada de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, COM(96) 264 final, de 24 de junio de 1996.

33 — Véase el artículo 2, letras a) y b), de la Propuesta Modificada.

34 — DO C 333, p. 7.

35 — Véase el artículo 2, letra a), de la Posición Común nº 60/96.

36 — Véase el artículo 4, apartado 2, de la Posición Común nº 60/96. El subrayado es mío.

37 — Véase la enmienda 11 de la Decisión relativa a la posición común aprobada por el Consejo con vistas a la adopción de la directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, doc. A4-0015/97 (DO C 85, p. 26).

38 — Véanse en particular, en cuanto atañe al concepto de exacción de efecto equivalente a un derecho de aduana, las sentencias Bakker Hillegom (C-111/89, EU:C:1990:177), apartado 9, y Kernkraftwerke Lippe-Ems (C-5/14, EU:C:2015:354), apartado 88 y jurisprudencia citada.

61. En cualquier caso, y habida cuenta del objeto de la Directiva 98/6 que he recordado *supra*, sigo convencido de que estos gastos de traslado son, en última instancia, ajenos a dicha Directiva 98/6. Por otro lado, esta afirmación parece de todo punto coherente si se considera, como sostengo, que dicha Directiva está destinada a ser aplicada esencialmente en un contexto de puesta a disposición inmediata de productos ofrecidos, denominados de consumo corriente, como ocurre en los comercios minoristas o en la mediana y gran distribución. [39]

62. Dado que, con arreglo a mi análisis, la Directiva 98/6 no es pertinente para la resolución del litigio principal, ha de procederse ahora a examinar la Directiva 2005/29.

D. *Sobre la tercera cuestión prejudicial, relativa al concepto de precio en el sentido del artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29*

63. La Directiva 2005/29 versa sobre las prácticas comerciales desleales. Contiene varias indicaciones sobre las condiciones en las que los comerciantes pueden comunicarse con los consumidores, indicando en su caso el precio del producto. En particular, el artículo 7, apartado 4, de dicha Directiva elabora una lista de la información considerada sustancial que no se puede omitir, ocultar o presentar de forma que induzca a error al consumidor en el momento en que se adopta una «decisión comercial», en el sentido de la Directiva 2005/29.

64. El precio «incluidos los impuestos» forma parte de esta información sustancial, y el órgano jurisdiccional remitente pregunta al Tribunal de Justicia si este concepto, definido en el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29, debe interpretarse en el sentido de que incluye los gastos obligatorios de traslado de un automóvil desde el fabricante al consumidor. No obstante, antes de analizar dicha disposición, comenzaré mi análisis con dos observaciones preliminares.

1. Precisiones preliminares

65. Por una parte, deseo subrayar que la Directiva 2005/29 tiene por objeto aproximar las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal, que son directamente perjudiciales para los intereses económicos de los consumidores y, por ende, indirectamente perjudiciales para los de los competidores legítimos. [40] Ha llevado a cabo una armonización completa en la materia, [41] de suerte que los Estados miembros no pueden, en principio, [42] introducir en su ordenamiento jurídico medidas más estrictas que las definidas en la Directiva 2005/29, ni siquiera con el objeto de garantizar un grado más elevado de protección de los consumidores. [43]

66. Por otro lado, ha de recordarse que, a tenor de la Directiva 2005/29, las prácticas comerciales desleales pueden adoptar dos formas. Así, puede tratarse ya de una acción engañosa (artículo 6), ya de una omisión engañosa (artículo 7). Dado que el órgano jurisdiccional remitente se refiere expresamente al concepto de invitación a comprar, que sólo está expresamente recogido en el artículo 7 de la

39 — En aras de la claridad, no procede deducir de mi análisis que, a raíz de las lagunas que la Directiva 98/6 relativas a la definición del «precio definitivo», sea posible indicar por separado el precio de una botella de un litro de leche y el importe de los gastos repercutidos sobre el consumidor por el distribuidor por haber transportado la botella hasta la tienda. Los gastos de que se trata en el marco del litigio principal son de una naturaleza totalmente distinta, y se asemejan más a los gastos de entrega de un producto que no cabe calificar como de consumo corriente. En cualquier caso, la Directiva 98/6 no detalla las condiciones en las que debe indicarse el precio final.

40 — Sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartado 21.

41 — Véanse las sentencias VTB-VAB y Galatea (C-261/07 y C-299/07, EU:C:2009:244), apartado 52; Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12), apartado 41; Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660), apartado 27; Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498), apartado 20; RLvS (C-391/12, EU:C:2013:669), apartado 33, y Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064), apartados 55, 61 y 64, y el auto Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560), apartado 34.

42 — Salvo autorización expresa concedida por la propia Directiva 2005/29: véanse el artículo 3, apartado 9, de la Directiva 2005/29 y la sentencia Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498), apartados 21 a 24.

43 — Véase el auto Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560), apartado 34 y jurisprudencia citada.

Directiva 2005/29, parece presuponer que la práctica comercial de la demandante en el litigio principal queda comprendida en la categoría de omisiones engañosas. Pues bien, puesto que, por otro lado, dicho órgano jurisdiccional no pretende, en esta fase, calificar *in concreto* el comportamiento de Citroën Commerce respecto de la Directiva 2005/29, no procede analizar dicho postulado en las presentes conclusiones.

2. Sobre la información sustancial relativa al precio en el contexto de una invitación a comprar

67. Una práctica comercial constituye una omisión engañosa si, «en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado». [44]

68. Una invitación a comprar es una forma específica de publicidad que conlleva una obligación de mayor información, establecida en el artículo 7, apartado 4, de la Directiva 2005/29. [45] Dicha invitación se define en el artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29 como «comunicación comercial que indica las características del producto y su precio *de una manera adecuada* al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra». [46] El Tribunal de Justicia ha deducido de ello que esta disposición «no exige que se indique un precio final». [47]

69. No obstante, se considera que en una invitación a comprar, «el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales» [48] constituye una información sustancial.

70. Conforme al tenor estricto de la cuestión planteada, el órgano jurisdiccional remitente únicamente solicita que se interprete el concepto de «precio, incluidos los impuestos». Pues bien, la misma conclusión a la que se ha llegado en la interpretación del concepto de «impuestos accesorios» en el contexto de la Directiva 98/6 se impone *mutatis mutandis* aquí, puesto que, de nuevo, un análisis rápido de las versiones lingüísticas parece confirmar el carácter público de la referencia a los «impuestos». La versión española hace referencia a «el precio, incluidos los impuestos», la versión italiana a «il prezzo comprensivo delle imposte», la versión inglesa a «the price inclusive of taxes», la versión alemana a «der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben» e incluso la versión portuguesa a «[o] preço, incluindo impostos e taxas».

71. Así pues, no creo que quepa considerar que los gastos obligatorios de traslado del vehículo deben quedar integrados en un precio, «incluidos los impuestos» en el sentido del artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29.

44 — Artículo 7, apartado 1, de la Directiva 2005/29. El artículo 7, apartado 2, de esta misma Directiva define otra forma de omisión engañosa que consiste en que el comerciante oculte una información sustancial mencionada en el artículo 7, apartado 1, o la facilite de manera «poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado» y que hace o puede hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado. La publicidad de que se trata en el litigio principal queda más bien comprendida en esta segunda categoría de omisión engañosa, si se considera que la indicación separada del precio del vehículo y del importe de los gastos obligatorios de traslado en una nota a pie de página supone proporcionar de manera poco clara una información sustancial. Ahora bien, una vez más ese no es el asunto que nos ocupa.

45 — Véase el punto 22 de mis conclusiones presentadas en el asunto Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:47).

46 — El subrayado es mío.

47 — Sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartado 36.

48 — Artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29.

72. En cualquier caso, ha de ampliarse el ámbito de la cuestión planteada y no centrarse en la expresión «precio, incluidos los impuestos», sino, al contrario, intentar delimitar la sistemática del artículo 7 de la Directiva 2005/29 al objeto de definir mejor la intensidad de las obligaciones derivadas del mismo en materia de indicación del precio.

73. Al proceder así, se observará, en primer lugar, que el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29 no se limita a mencionar el precio, incluidos los impuestos, sino que también alude a «la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales». De la estructura de esta disposición se desprende que el precio está comprendido en la misma en todos sus componentes y que el texto del artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29, leído en su integridad, parece abordar claramente de forma distinta el precio o la forma en que éste se determina, por un lado, y los demás componentes del precio tales como los gastos de transporte, por otro. En cualquier caso, nada apunta, a la vista de la interpretación del citado artículo 7, apartado 4, letra c), que el precio debe incluir los gastos de transporte y ser objeto de una indicación definitiva global.

74. En segundo lugar, también ha de hacerse constar que la omisión de una información sustancial, como el precio tal como se define en el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29, no constituye, en cualquier caso, en sí una práctica comercial desleal, puesto que habrá de analizarse siempre, caso por caso,[49] la incidencia de esta omisión en el comportamiento del consumidor y en la adopción de su decisión sobre una transacción. De los términos de la Directiva 2005/29 se desprende que este análisis también debe tener en cuenta el contexto[50] propio de la práctica comercial en cuestión, al igual que las limitaciones inherentes de espacio o tiempo del medio de comunicación utilizado.[51]

75. Así, el Tribunal de Justicia ya ha declarado que «el alcance de la información relativa al precio se determinará en función de la naturaleza y de las características del producto, pero también en función del medio de comunicación utilizado para la invitación a comprar, y habida cuenta de los complementos de información que en su caso proporcione el comerciante. En consecuencia, la mera indicación de un precio de partida en una invitación a comprar no puede considerarse *per se* constitutiva de una omisión engañosa».[52] En ese sentido, el Tribunal de Justicia dejó en manos del órgano jurisdiccional remitente la tarea de comprobar si la omisión de las modalidades de cálculo del «precio final» no impidió o no podía impedir al consumidor tomar una decisión sobre una transacción con conocimiento de causa.[53]

76. Por tanto, aun cuando el Tribunal de Justicia consideró que gastos de traslado como los controvertidos en el litigio principal debían quedar incluidos en el «precio, incluidos los impuestos» establecido en el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29, no era menos cierto que una disposición nacional interpretada en el sentido de que prohíbe con carácter absoluto las invitaciones a comprar que indican por separado el precio de los productos y el importe de los gastos de traslado obligatorios iría más allá del nivel de protección ofrecido por la Directiva 2005/29 porque dicha disposición tendría por efecto sancionar con carácter general la omisión de información sustancial en cuestión —a saber, el precio, incluidos los gastos obligatorios—, mientras que la Directiva exige que se aprecien caso por caso las consecuencias concretas de tal omisión en el comportamiento comercial de tal consumidor antes de poder calificar la práctica comercial en cuestión como «desleal».[54]

49 — Véanse, con carácter general, las sentencias Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartados 51, 58, 59 y 73, y Comisión/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064), apartado 56, y el auto Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560), apartados 38 y 39.

50 — Artículo 7, apartados 1, 2 y 4, de la Directiva 2005/29. Véase también la sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartados 55, 58 y 73.

51 — Artículo 7, apartado 3, de la Directiva 2005/29. Véase también la sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartado 66.

52 — Sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartados 68 y 69.

53 — Sentencia Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299), apartado 71.

54 — Véanse, por analogía, los apartados 39 a 41 del auto Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

77. En estas circunstancias, la disposición alemana, tal como la interpreta el órgano jurisdiccional remitente, supone, de hecho, consagrar, en cualquier situación, una práctica comercial considerada desleal; pues bien, estas prácticas están enumeradas con carácter exhaustivo en el anexo I de la Directiva 2005/29, cuyo artículo 5, apartado 5, prevé expresamente que dicho anexo «sólo podrá modificarse mediante una revisión de [dicha] Directiva». [55]

78. Del conjunto de las consideraciones que preceden se desprende que el artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que la información sustancial relativa al precio, en el contexto de una invitación a comprar y cualesquiera que sean las circunstancias, no debe adoptar la forma de un precio definitivo global que incluya no solamente el precio del producto sino también todos los demás componentes del precio final que el consumidor deberá soportar. En cualquier caso, el carácter desleal de una práctica comercial en materia de indicación del precio en una invitación a comprar, definido en el citado artículo 7, apartado 4, letra c), debe apreciarse caso por caso. La Directiva 2005/29 se opone, pues, a una disposición nacional interpretada en el sentido de que prevé una prohibición general, sin un examen casuístico que permita determinar su carácter desleal, de la mención separada, en un anuncio, del precio del vehículo, por un lado, y del importe de los gastos de traslado obligatorios de dicho vehículo, por otro.

IV. **Conclusión**

79. A la vista del conjunto de las consideraciones que preceden, propongo al Tribunal de Justicia que responda a las cuestiones planteadas por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo Federal) del modo siguiente:

«1) Una disposición nacional interpretada en el sentido de que queda prohibida, en cualquier circunstancia, la práctica de un comerciante consistente en indicar de forma separada, en un anuncio, el precio de un vehículo, por un lado, y el importe de los gastos obligatorios de traslado de dicho vehículo hasta el consumidor, por otro, no está comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, la cual tiene por objeto la protección de los consumidores, no en materia de indicación de los precios en general, sino en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos por referencia a diferentes tipos de unidades de medida.

2) El artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales»), debe interpretarse en el sentido de que la información sustancial relativa al precio, en el contexto de una invitación a comprar y cualesquiera que sean las circunstancias, no debe adoptar la forma de un precio definitivo global que incluya no solamente el precio del producto sino también todos los demás componentes del precio final que el consumidor deberá soportar. En cualquier caso, el carácter desleal de una práctica comercial en materia de indicación del precio en una invitación a comprar, definido en el citado artículo 7, apartado 4, letra c), debe ser objeto de un examen caso por caso. La Directiva 2005/29 se opone, pues, a una disposición nacional interpretada en el sentido de que prevé una prohibición general, sin un examen casuístico que permita determinar su carácter desleal, de la mención separada, en un anuncio, del precio del vehículo, por un lado, y del importe de los gastos de traslado obligatorios de dicho vehículo, por otro.»

55 — Véanse por analogía los apartados 38 y 39 del auto Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).