Teismo praktikos rinkinys

GENERALINIO ADVOKATO
PAOLO MENGOZZI IŠVADA,
pateikta 2015 m. gruodžio 16 d.[1]

Byla C-476/14

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

(Bundesgerichtshof (Aukščiausiasis federalinis teismas, Vokietija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Prašymas priimti prejudicinį sprendimą — Vartotojų apsauga — Reklamos skelbimas nurodant kainą — Atskiras gabenimo išlaidų nurodymas — Sąvokos „siūlymas“ ir kaina, „į kurią įskaičiuoti mokesčiai“ — Nacionalinėje teisėje nustatytas įpareigojimas įtraukti į reklamoje nurodytą kainą papildomas privalomas išlaidas, susijusias su automobilio gabenimu — Suderinamumas su Sąjungos teise — Nesąžininga komercinė veikla — Kvietimas pirkti — Esminė informacija, susijusi su kaina“

1. Ar Sąjungos teisėje yra nustatyti tokie tikslūs reikalavimai, susiję su kainos skelbimu ir žymėjimu, kad turi būti sistemingai draudžiama automobilio reklama, kurioje atskirai paminėta, pirma, gaminio kaina ir, antra, privalomų automobilio gabenimo iš gamintojo pirkėjui išlaidų suma? Toks yra šio prašymo priimti prejudicinį sprendimą dalykas.

I – **Teisinis pagrindas**

A – *Sąjungos teisė*

1. Direktyva 98/6/EB

2. Iš 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas[2] 1 konstatuojamosios dalies matyti, kad „skaidrus rinkos veikimas ir teisinga informacija yra naudinga vartotojų apsaugos politikai ir sąžiningai prekių bei įmonių konkurencijai“.

3. Direktyvos 98/6 2 konstatuojamojoje dalyje primenama, kad „vartotojams turi būti garantuojama aukšto lygio apsauga“.

1 — Originalo kalba: prancūzų.

2 — OL L 80, p. 27; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 15 sk., 4 t., p. 32.

4. Direktyvos 98/6 6 konstatuojamojoje dalyje patvirtinama: „kadangi įsipareigojimas žymėti prekių pardavimo ir vieneto kainas ženkliai pagerina vartotojams teikiamos informacijos kokybę, nes vartotojams sudaromos sąlygos kuo visapusiškiau įvertinti ir palyginti prekių kainas bei priimti kompetentingus sprendimus [taigi jie gali pasirinkti remdamiesi paprastu palyginimu]“.

5. Direktyvos 98/6 7 konstatuojamojoje dalyje toliau nurodyta: „kadangi dėl to turi būti numatytas bendras įsipareigojimas žymėti visų prekių ir pardavimo, ir vieneto kainas“.

6. 12 konstatuojamojoje dalyje nurodyta: „kadangi Bendrijoje įvestos taisyklės gali užtikrinti vienodos ir skaidrios informacijos, naudingos visiems vartotojams vidaus rinkoje, teikimą“.

7. Direktyvos 98/6 1 straipsnyje nustatyta, kad šia direktyva „siekiama nustatyti [prekiautojų] vartotojams siūlomų prekių pardavimo kainų ir prekių matavimo vieneto kainų žymėjimo taisykles, kurios leistų pagerinti vartotojui teikiamos informacijos kokybę ir palengvintų galimybę palyginti kainas“.

8. Direktyvos 98/6 2 straipsnio a punkte pardavimo kaina apibrėžiama kaip „galutin[ė] prekinio vieneto ar tam tikro prekės kiekio kain[a] su [pridėtinės vertės mokesčiu (PVM)] ir visais kitais mokesčiais“.

9. Direktyvos 98/6 3 straipsnio 4 dalyje numatyta, kad „bet kokioje reklamoje, kurioje nurodoma 1 straipsnyje minėtų prekių pardavimo kaina, pagal 5 straipsnio nuostatas nurodoma ir vieneto kaina“.

10. Direktyvos 98/6 4 straipsnio 1 dalyje, be kita ko, nurodyta, kad „prekių pardavimo ir vieneto kainos turi būti nurodytos nedviprasmiškai, matomoje vietoje ir lengvai įskaitomos“.

11. Direktyvos 98/6 5 straipsnio 1 dalyje numatyta, kad „valstybės narės gali atsisakyti reikalavimo žymėti vieneto kainą tų prekių, kurioms toks žymėjimas dėl jų pobūdžio arba paskirties nebūtų naudingas arba sukeltų painiavą“.

2. Direktyva 2005/29/EB

12. Iš 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičiančios Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva)[3] 3 ir 4 konstatuojamųjų dalių matyti, kad „valstybių narių įstatymuose dėl nesąžiningos komercinės veiklos yra ryškių skirtumų, kurie gali sąlygoti pastebimus konkurencijos iškraipymus ir kliūtis sklandžiam vidaus rinkos veikimui. <...> Šie skirtumai sąlygoja neapibrėžtumą, kurias nacionalines taisykles taikyti vartotojų ekonominius interesus pažeidžiančiai nesąžiningai komercinei veiklai, bei sukuria verslą ir vartotojus įtakojančias kliūtis. <...> Tokios kliūtys taip pat verčia vartotojus abejoti savo teisėmis ir mažina jų pasitikėjimą vidaus rinka“.

13. Direktyvos 2005/29 6 konstatuojamojoje dalyje patikslinta, kad ši direktyva „suderina valstybių narių įstatymus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, įskaitant nesąžiningą reklamą, tiesiogiai pažeidžiančią vartotojų ekonominius interesus, ir tuo pačiu netiesiogiai – teisėtų konkurentų ekonominius interesus. Pagal proporcingumo principą ši direktyva saugo vartotojus nuo esminių nesąžiningos komercinės veiklos pasekmių, bet pripažįsta, kad kai kuriais atvejais jos poveikis vartotojams gali būti nereikšmingas“.

3 — OL L 149, p. 22.

14. Direktyvos 2005/29 10 konstatuojamojoje dalyje įtvirtinta, kad „būtina užtikrinti šios direktyvos ir Bendrijos teisės ryšio nuoseklumą, ypač kai konkretiems sektoriams taikomos išsamios nuostatos dėl nesąžiningos komercinės veiklos. <...> Atitinkamai ši direktyva taikoma tik tais atvejais, kai nėra konkrečių Bendrijos teisės nuostatų, reglamentuojančių konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, tokius kaip informaciniai reikalavimai ir informacijos teikimo vartotojui taisyklės. Ji numato vartotojų apsaugą tais atvejais, kai Bendrijos lygiu nėra konkrečių sektorinių teisės aktų <...>. Taip ši direktyva papildo Bendrijos *acquis*, taikomą komercinei veiklai, kenkiančiai vartotojų ekonominiams interesams."

15. Direktyvos 2005/29 1 straipsnyje nurodyta, kad „šios direktyvos tikslas yra padėti tinkamai veikti vidaus rinkai ir pasiekti aukštą vartotojų apsaugos lygį suderinant valstybių narių įstatymus ir kitus teisės aktus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, kenkiančios vartotojų ekonominiams interesams".

16. Direktyvos 2005/29 2 straipsnio i punkte „kvietimas pirkti" apibrėžiamas kaip „komercinis pranešimas, produkto savybes ir kainą nurodantis tokiu būdu, kuris yra būdingas naudojamo komercinio pranešimo priemonėms, ir tuo suteikiantis vartotojui galimybę pirkti".

17. Direktyvos 2005/29 3 straipsnio 1 ir 4–6 dalys suformuluotos taip:

„1. Ši direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu, kaip nustatyta šios direktyvos 5 straipsnyje, prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo bei jo metu.

<…>

4. Jeigu šios direktyvos nuostatos prieštarauja kitoms Bendrijos taisyklėms, reglamentuojančioms konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, pastarosios turės viršenybę ir bus taikomos tiems konkretiems aspektams.

5. Šešių metų laikotarpiu, prasidedančiu nuo 2007 m. birželio 12 d., valstybės narės šia direktyva suderintoje srityje gali toliau taikyti nacionalines nuostatas, kurios yra griežtesnės arba labiau norminančios nei ši direktyva ir kurios įgyvendina direktyvas su minimalaus suderinimo sąlygomis.

<…>

6. Valstybės narės nedelsdamos praneša Komisijai apie bet kokias nacionalines nuostatas, taikomas šios direktyvos 5 dalies pagrindu."

18. Direktyvos 2005/29 5 straipsnio 1 ir 2 dalys suformuluotos taip:

„1. Nesąžininga komercinė veikla draudžiama.

2. Komercinė veikla yra nesąžininga, jeigu:

a) prieštarauja profesinio atidumo reikalavimams, ir

b) iš esmės iškreipia arba gali iš esmės iškreipti vidutinio vartotojo, kurį produktas pasiekia arba kuriam yra skirtas <…> ekonominį elgesį siūlomo produkto atžvilgiu."

19. Direktyvos 2005/29 7 straipsnis suformuluotas taip:

„1. Komercinė veikla laikoma klaidinančia, jeigu toje faktinėje situacijoje, atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes bei komunikacijos priemonių ribotumą, ją vykdant neatskleidžiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis toje situacijoje galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėms nebūtų priėmęs.

2. Klaidinančiu informacijos neatskleidimu, atsižvelgiant į 1 dalyje numatytus klausimus, taip pat laikomas prekybininko vykdomas 1 dalyje nurodytos esminės informacijos nuslėpimas arba jos pateikimas neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku, arba komercinės veiklos komercinio tikslo, jeigu jis neaiškus iš konteksto, nenurodymas, ir kai dėl to abiem atvejais vidutinis vartotojas paskatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėms jis nebūtų priėmęs.

<…>

4. Jeigu neaišku iš konteksto, kvietimo pirkti atveju esmine laikoma ši informacija:

<…>

c) kaina, į kurią įskaičiuoti mokesčiai, arba, jeigu dėl produkto pobūdžio ši kaina pagrįstai negali būti apskaičiuota iš anksto, metodas, kuriuo ši kaina apskaičiuojama, taip pat, jeigu tai reikalinga, visi papildomi mokesčiai už krovinių vežimą, pristatymo arba pašto išlaidos arba, jeigu šie mokesčiai dėl pagrįstų priežasčių negali būti apskaičiuoti iš anksto, informacija apie tai, kad gali tekti mokėti tokius papildomus mokesčius;

<...>

5. Bendrijos teisės nustatyti informaciniai reikalavimai dėl komercinio pranešimo, įskaitant reklamą arba prekybą, kurių neišsamus sąrašas pateikiamas II priede, laikomi esminiais.“

20. Direktyvos 2005/29 II priede pateikiamas Bendrijos nuostatų, kuriomis įtvirtinamos reklamą ir komercinius pranešimus reglamentuojančios taisyklės, sąrašas. Šiame sąraše yra Direktyvos 98/6 3 straipsnio 4 dalis.

B – *Vokietijos teisė*

21. Kovos su nesąžininga konkurencija įstatyme (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*, toliau – UWG [4]) nurodyta, kad nesąžininga komercinė veikla draudžiama, jeigu ji gali reikšmingai paveikti vartotojų, konkurentų ar kitų rinkos dalyvių interesus [5]. Kiekvienas asmuo, pažeidęs teisės akto nuostatą, kuria, siekiant apsaugoti rinkos dalyvių interesus, reglamentuojamas elgesys rinkoje, laikomas atlikusiu nesąžiningos konkurencijos veiksmą [6].

4 — Paskutinį kartą iš dalies pakeistas *BGBl.* 2010 I, p. 254.

5 — UWG 3 straipsnio 1 dalis.

6 — UWG 4 straipsnio 11 dalis.

22. Nutarimo dėl kainų nurodymo (*Preisangabenverordnung*, toliau – *PAngV*[7]) 1 straipsniu į Vokietijos teisės sistemą buvo perkelta Direktyvos 98/6 4 straipsnio 1 dalis. Joje numatyta, kad bet kuris asmuo, kuris komerciniu arba profesiniu tikslu arba kitaip reguliariai siūlo prekes galutiniams vartotojams ar kaip pardavėjas reklamuoja jas galutiniams vartotojams, nurodydamas kainas, turi nurodyti mokėtinas kainas, į kurias įeina pridėtinės vertės mokestis ir kitos sudedamosios kainos dalys.

II – **Pagrindinė byla, prejudiciniai klausimai ir procesas Teisingumo Teisme**

23. Ieškovė pagrindinėje byloje *Citroën Commerce GmbH* (toliau – *Citroën Commerce*) yra Vokietijoje veikianti automobilių platinimo bendrovė. 2011 m. kovo 30 d. ji paskelbė skelbimą Vokietijos dienraštyje apie Bavarijos žemėje veikiančio filialo siūlomas transporto priemones. Reklaminiame skelbime pavyzdinis modelis buvo aprašytas taip: „pavyzdžiui, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 €[1]“, „visa komplektacija“, „maksimalus kainos sumažinimas: 6 170 €[1]“. „[1]“ išnašoje buvo pateikta nuoroda į kitą tekstą, surašytą mažesniu šriftu skelbimo apačioje: „reikia pridėti 790 € gabenimo išlaidų <…>“.

24. *Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs e.V.* (ZLW) (Sąžiningos konkurencijos gynimo automobilių sektoriuje susivienijimas) pareiškė ieškinį ieškovei pagrindinėje byloje remdamasi UWG nuostatomis, siejamomis su *PAngV* 1 straipsniu, siekdama priversti ją nutraukti reklamą, kurioje nenurodyta galutinė tikroji transporto priemonės kaina, t. y. kaina su privalomomis gabenimo išlaidomis.

25. Pirmosios instancijos teismas patenkino ZLW ieškinį. *Citroën Commerce* padavė apeliacinį skundą. Jį išnagrinėjęs teismas atmetė apeliacinį skundą. Tada *Citroën Commerce* pateikė skundą dėl peržiūros prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiame teisme.

26. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas paaiškino, kad pagal nusistovėjusią jo praktiką, susijusią su *PAngV* 1 straipsnio aiškinimu, reklamoje iš esmės turi būti nurodyta galutinė transporto priemonės kaina, t. y. kaina su gabenimo išlaidomis, nes visuomenė šias papildomas išlaidas supranta ne kaip papildomas sąnaudas, bet, atvirkščiai, kaip sudedamąją kainos dalį. Kaina gali būti nurodoma atskirai tik jeigu vartotojas gali pasirinkti iš dviejų variantų, t. y. nuvykti ir atsiimti transporto priemonę iš gamintojo gamyklos arba kad ji būtų pristatyta į servisą, kur buvo sudaryta pirkimo ir pardavimo sutartis, arba jeigu neįmanoma iš anksto numatyti šių išlaidų sumos. Pagrindinėje byloje nagrinėjamo reklaminio skelbimo atveju nėra įvykdyta nė viena iš šių dviejų sąlygų. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas klausia, ar ši nacionalinio teismo praktika yra suderinama su Sąjungos teise.

27. Šiuo atžvilgiu jis pažymi, kad šitaip aiškinama nacionalinė teisė gali būti „griežtesnė arba labiau norminanti“ priemonė, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2005/29 3 straipsnio 5 dalį, nei tos priemonės, kurias valstybės narės galėjo toliau taikyti savo teisės sistemoje iki 2013 m. birželio 12 d.[8] Suėjus šiam terminui laikoma, kad Direktyva 2005/29 ši sritis yra visiškai suderinta. Taigi nacionalinė kainos pateikimo sąlygų samprata gali būti taikoma tik tiek, kiek ji atspindi Sąjungos teisės padėtį.

28. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui kyla klausimas, ar *Citroën Commerce* paskelbta reklama patenka į Direktyvos 98/6 taikymo sritį ir ar ji reiškia „produkto siūlymą“, kaip tai suprantama pagal šią direktyvą. Jeigu taip, jis kelia klausimą, ar pardavimo kaina, kuri turi būti nurodyta pagal Direktyvą 98/6, turi būti suprantama kaip apimanti privalomas transporto priemonės gabenimo išlaidas.

7 — Paskutinį kartą iš dalies pakeistas *BGBl.* 2002 I, p. 4197.

8 — Vis dėlto šiuo aspektu norėčiau pažymėti, kad valstybės narės turi tokią galimybę, jeigu jos pranešė apie šias priemones Komisijai (žr. Direktyvos 2005/29 3 straipsnio 5 ir 6 dalis). Tačiau iš bylos medžiagos nematyti, kad Vokietijos Federacinė Respublika būtų pranešusi Komisijai apie savo nacionalinę teisę, reikšmingą pagrindinei bylai išspręsti.

29. Tačiau prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas taip pat kelia klausimą dėl Direktyvos 2005/29 taikymo ir neatmeta, kad šis prašymas priimti prejudicinį sprendimą turi būti išnagrinėtas remiantis šia direktyva. Tokiu atveju jis klausia, ar kaina, kurią reikia nurodyti pateikiant „kvietimą pirkti“, kaip jis suprantamas pagal minėtos direktyvos 7 straipsnio 4 dalies c punktą, turi būti bendra kaina, t. y. apimanti minėtas išlaidas.

30. Kilus sunkumų dėl Sąjungos teisės aiškinimo, *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis federalinis teismas) nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir nutartimi (ją Teisingumo Teismo kanceliarija gavo 2014 m. spalio 27 d.) kreipėsi į Teisingumo Teismą pagal SESV 267 straipsnį su šiais trimis prejudiciniais klausimais:

„1. Ar prekės reklama nurodant jos kainą yra siūlymas, kaip jis suprantamas pagal Direktyvos 98/6 1 straipsnį?

Jeigu atsakymas į pirmąjį klausimą būtų teigiamas:

2. Ar siūlant, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 98/6 1 straipsnį, į nurodytiną pardavimo kainą, kaip nustatyta šios direktyvos 1 straipsnyje ir 3 straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje, turi būti įtraukiamos transporto priemonės gabenimo iš gamintojo pardavėjui privalomos išlaidos?

Jeigu atsakymas į pirmąjį arba antrąjį klausimus būtų neigiamas:

3. Ar kviečiant pirkti, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2005/29 2 straipsnio i punktą, į nurodytiną „kainą, į kurią įskaičiuoti mokesčiai“, kaip nustatyta šios direktyvos 7 straipsnio 4 dalies c punkto pirmoje alternatyvoje, transporto priemonės atveju turi būti įtraukiamos gabenimo iš gamintojo pardavėjui privalomos išlaidos?“

31. Pastabas raštu Teisingumo Teisme pateikė ieškovė pagrindinėje byloje, ZLW, Austrijos vyriausybė, Vengrijos vyriausybė ir Europos Komisija.

32. Per posėdį, kuris Teisingumo Teisme įvyko 2015 m. rugsėjo 30 d., pastabas žodžiu pateikė ieškovė pagrindinėje byloje ir Komisija.

III – **Teisinė analizė**

33. Pirmiausia reikia apibrėžti Teisingumo Teismui pateiktų klausimų aprėptį. Kaip per posėdį Teisingumo Teisme priminė ieškovės pagrindinėje byloje atstovas, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas nesiekia nustatyti, ar pagrindinėje byloje nagrinėjama reklama prieštarauja Direktyvai 98/6 ir (arba) ar tai yra pagal Direktyvą 2005/29 draudžiama nesąžininga komercinė veikla. Jis siekia nustatyti, kokia yra taikytina galiojanti Sąjungos teisė, kad patikrintų, ar jo pateikiamas nacionalinės teisės aiškinimas atitinka Sąjungos teisę [9].

34. Kaip nurodo prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, spaudoje paskelbta ieškovės pagrindinėje byloje reklama pažeidžiama Vokietijos teisė, pagal kurią reikalaujama, kad reklamoje būtų nurodoma bendra prekių kaina, t. y. kiek tai susiję su šioje byloje nagrinėjamo atvejo aplinkybėmis, kaina su transporto priemonės atvežimo iki tarpininko autoserviso išlaidomis, nes jos yra privalomos.

35. Siekiant įvertinti nacionalinės teisės atitiktį Sąjungos teisei, iš esmės reikia atsakyti į dvi klausimų grupes. Taigi, pirma, reikėtų nustatyti, kokia direktyva reglamentuojamos sąlygos, kuriomis reklamoje turi būti nurodyta kaina, ir apibrėžti, koks šiuo atžvilgiu yra Bendrijos reikalavimų lygis, standartas. Šiuo tikslu ir, atsižvelgiant į Direktyvos 2005/29 3 straipsnio 4 dalyje nustatytą viršenybės taisyklę,

9 — Nurodytas šios išvados 26 punkte.

pirmiausia reikia išnagrinėti Direktyvą 98/6. Tuomet, jeigu paaiškėtų, kad pagal Vokietijos teisę vartotojai apsaugomi labiau nei pagal Sąjungos teisę, reikėtų patikrinti, antra, ar pagal Sąjungos teisę valstybėms narėms leidžiama toliau taikyti arba nustatyti labiau ribojančias priemones, nei nustatytos Sąjungos teisėje.

A – *Preliminari pastaba dėl Direktyvos 2006/114 netaikymo*

36. Pirmiausia reikia pažymėti, kad ginčas pagrindinėje byloje nepatenka į 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos [10] taikymo sritį. Tai, kad ieškinį pareiškė ne vartotojų apsaugos asociacija, bet susivienijimas, atstovaujantis automobilių pramonės sektoriaus konkurentų interesams, galėjo leisti manyti, kad Direktyva 2006/114 taikytina, nes jos tikslas yra visų pirma „apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių“ [11]. Vis dėlto, kalbant apie esmę, Direktyvoje 2006/114 nėra jokios nuostatos, kurioje būtų apibrėžtos kainos nurodymo reklamoje sąlygos [12].

B – *Dėl pirmojo klausimo, susijusio su Direktyvos 98/6 taikymo sritimi*

37. Pirmuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas siekia nustatyti, ar pagrindinėje byloje nagrinėjama reklama gali patekti į Direktyvos 98/6, kuri perkelta į nacionalinę teisę *PAngV* 1 straipsniu, taikymo sritį. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo teigimu, šiuo tikslu pakanka, kad minėta reklama reikštų „prekių siūlymą“, kaip tai suprantama pagal minėtos direktyvos 1 straipsnį.

38. Gali būti, kad ieškovės pagrindinėje byloje paskelbta reklama yra prekių siūlymas plačiąja, bendrąja šios sąvokos prasme. Tačiau, atsižvelgiant į Direktyvą 98/6, jos 1 straipsnyje nurodytą sąvoką „[prekiautojų] vartotojams siūlomų prekių“ reikia aiškinti laikantis šios direktyvos dalyką apibrėžiančių ribų.

39. Taigi visais atvejais turint omenyje tai, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas siekia nustatyti, kokie yra reklamoje pateikiamų kainų nurodymo reikalavimai Sąjungos teisėje, reikia pripažinti, kad tai nėra pagrindinis Direktyvos 98/6 tikslas. Tiesą sakant, nemažai aplinkybių verčia abejoti šios direktyvos reikšmingumu *ratione materiae* sprendžiant pagrindinę bylą.

40. Aišku, iš Direktyvos 98/6 pavadinimo matyti, kad ji skirta vartotojams apsaugoti žymint jiems siūlomų prekių kainas. Vis dėlto šis tikslas detalizuotas Direktyvos 98/6 1 straipsnyje, kuriame nustatyta, jog šia direktyva siekiama „nustatyti vartotojams siūlomų prekių pardavimo kainų ir prekių matavimo vieneto kainų žymėjimo taisykles, kurios leistų pagerinti vartotojui teikiamos informacijos kokybę ir palengvintų galimybę palyginti kainas“.

41. Taip Sąjungos teisės aktų leidėjas neabejotinai nustatė bendrą pareigą – kartu nurodyti ir pardavimo, ir matavimo vieneto kainą [13] – tačiau tik tais atvejais, kai šis dvejopas žymėjimas yra aktualus arba bent jau leidžia veiksmingiau pasiekti tikslą palengvinti kainų palyginimą.

10 — OL L 376, p. 21.

11 — Direktyvos 2006/114 1 straipsnis. Taip pat žr. Sprendimą *Posteshop* (C-52/13, EU:C:2014:150, 22 punktas).

12 — Direktyvos 2006/114 3 straipsnio b punkte tik nurodyta, kad, norint nustatyti, ar reklama klaidina, privaloma atsižvelgti į jos informaciją, susijusią su kaina ar jos nustatymo būdu, taip pat prekių tiekimo sąlygomis.

13 — Žr. Direktyvos 98/6 7 konstatuojamąją dalį.

42. Nors ši pareiga nėra aiškiai detalizuota ir *prima facie* skirta „visoms siūlomoms prekėms“, išanalizavęs leksinę Direktyvos 98/6 taikymo sritį darau išvadą, kad vis dėlto ji iš esmės skirta vadinamosioms kasdienio vartojimo prekėms, suprantant, kad tai gali būti ir maisto, ir ne maisto prekės [14]. Bet kuriuo atveju būtent taip suprantu įvairias Direktyvos 98/6 nuorodas į dideliais kiekiais parduodamus produktus [15], prekių pakuotę ar išankstinį pakavimą [16], prekių grynąjį svorį ir grynąjį sausą svorį [17] arba mažas mažmeninės prekybos įmones [18].

43. Tai, kad Direktyva 98/6 buvo sumanyta ne kaip pagrindų direktyva dėl kainų žymėjimo ar reklamos apskritai, o kaip dokumentas, kuriuo reglamentuojamos sąlygos, kai prekių kaina iš principo turi būti nurodoma dvejopai, jeigu prekės yra rodomos arba siūlomos vartoti pardavimo vietoje, papildomai patvirtina jos parengiamieji darbai.

44. Iš tiesų Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas pasiūlymo [19] aiškinamojoje dalyje išreiškiama tam tikrų nuogąstavimų dėl vidutinių ir didelių įmonių vykdomos platinimo veiklos [20], kiek tai susiję su prekių žymėjimu etiketėmis [21] arba kainų nuskaitymo pagal brūkšninius kodus plėtra [22].

45. Be to, įdomu pažymėti, kad nors direktyvos pasiūlymo 1 straipsnis buvo suformuluotas taip, kad pardavimo kaina ir matavimo vieneto kaina turi būti žymima, „kai prekiautojas siūlo prekes galutiniams vartotojams“, Komisija pridūrė, kad taip turėtų būti, jeigu šis dvejopas žymėjimas aktualus. Taigi ji pripažino, kad „tam tikrais atvejais kainų palyginimas nepateikia vartotojui lemiamos informacijos, visų pirma jeigu prekių savybės labai skiriasi arba jeigu jos tenkina skirtingus vartotojų poreikius. Tai, pavyzdžiui, pasakytina apie asmeniškai pritaikytas prekes, drabužius, *transporto priemones*, kilnojamuosius daiktus ir visas prekes, kurių atveju matavimo vieneto nurodymas <...> nesuteikia kainų palyginimui naudingos informacijos“ [23].

46. Taigi dėl joms būdingų individualių, labai skirtingų savybių transporto priemonės nėra tos prekės, kurių atveju Direktyvoje 98/6 reglamentuojamas kainų palyginimas jas skelbiant yra tiesiogiai reikšmingas vartotojui. Tiksliau tariant, kiek Direktyva 98/6 siekiama padėti vartotojui palyginti pomidorų kilogramo kainą (pomidorai – lengvai palyginama prekė ir bet kuriuo atveju visiškai lygiavertė kitoje parduotuvėje parduodamiems pomidorams), tiek kalbant apie tokio pobūdžio prekių, kokios yra transporto priemonės, nurodytas kainas, Direktyvoje 98/6 apibūdintomis sąlygomis negali būti siekiama tokio tikslo, atsižvelgiant į kiekvienos transporto priemonės specifiškumo laipsnį [24].

14 — Direktyva 98/6 buvo pakeista 1979 m. birželio 19 d. Tarybos direktyva 79/581/EEB dėl vartotojų apsaugos žymint maisto prekių kainas (OL L 158, p. 19) ir 1988 m. birželio 7 d. Tarybos direktyva 88/314/EEB dėl vartotojų apsaugos žymint ne maisto prekių kainas (OL L 142, p. 19).

15 — Žr. Direktyvos 98/6 7 konstatuojamąją dalį, 2 straipsnio c punktą ir 3 straipsnio 3 dalį.

16 — Žr. Direktyvos 98/6 5 ir 10 konstatuojamąsias dalis ir 4 straipsnį.

17 — Žr. Direktyvos 98/6 4 straipsnio 2 dalies antrą pastraipą.

18 — Žr. Direktyvos 98/6 9 ir 14 konstatuojamąsias dalis ir 6 straipsnį.

19 — 1995 m. liepos 12 d. COM(95) 276 *final*.

20 — Aiškinamosios dalies 20 punkte visų pirma nurodomos „prekybinės salos“.

21 — Žr. direktyvos pasiūlymo aiškinamosios dalies 17 punktą.

22 — Žr. direktyvos pasiūlymo aiškinamosios dalies 20 punktą.

23 — Direktyvos pasiūlymo aiškinamosios dalies 27 punktas. Kursyvu išskirta mano.

24 — Juo labiau kad automobiliai yra gaminami su įvairiausiais pasirenkamaisiais priedais.

47. Taigi Direktyvoje 98/6 nustatytą pareigą nurodyti pardavimo kainą ir matavimo vieneto kainą reikia vertinti atsižvelgiant į teisės akto leidėjo siekiamą tikslą užtikrinti vienarūšę ir skaidrią informaciją, visų pirma susijusią su prekių kiekio nustatymu remiantis vienoda matavimo vienetų, kaip pagrindo apskaičiuoti kainą, sistema [25], kad kainas būtų lengviau palyginti. Teisingumo Teismas byloje *Komisija / Belgija* taip pat nusprendė, kad „Direktyva 98/6 siekiama apsaugoti vartotojus ne bendrai nurodant kainas arba užtikrinant pranešimų apie kainų nuolaidas ekonominį realumą, bet žymint prekių kainas nurodant skirtingus matavimo vienetus“ [26].

48. Taigi, pritariu Komisijai ir esu linkęs manyti, kad pagrindinis Direktyvos 98/6 tikslas yra ne užtikrinti vartotojų apsaugą, kiek ji susijusi su kainų žymėjimu apskritai, o leisti pakankamai informuoti vartotojus, visų pirma sudarant galimybę palyginti kainas, jeigu prekių kaina nurodoma remiantis skirtingais matavimo vienetais. Šios pakankamos informacijos reikalaujama, jeigu ta pati prekė yra parduodama ir pagal kiekį, ir pakuotėje, o vartotojai yra suinteresuoti palyginti nagrinėjamos prekės kainą remdamiesi tuo pačiu matavimo vienetu.

49. Taigi Sąjungos teisėje Direktyva 98/6 nėra referencinė norma apskritai visų siūlomų prekių kainų žymėjimo srityje. Juo labiau ja nesiekiama reglamentuoti kainų nurodymo reklamoje sąlygų [27]. Taigi ji nėra etalonas, kuriuo remiantis reikia vertinti nacionalinės teisės aktų atitiktį.

50. Remiantis tuo, kas nurodyta, darytina išvada, jog dėl to, kad Direktyvos 98/6 tikslas yra vartotojų apsauga ne žymint kainas apskritai, bet žymint prekių, siūlomų atsižvelgiant į skirtingų rūšių matavimo vienetus, kainas, nacionalinė nuostata, aiškinant ją taip, kad bet kokiomis aplinkybėmis yra draudžiama prekiautojo veikla, kai jis reklamoje atskirai nurodo, pirma, transporto priemonės kainą ir, antra, privalomų šios transporto priemonės atvežimo vartotojui išlaidų sumą, negali patekti į minėtos direktyvos taikymo sritį.

51. Būtent todėl, kad Vokietijos nuostata, kaip ją aiškina prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, nepatenka į Direktyvos 98/6 taikymo sritį, jos juo labiau negalima laikyti „palankesne nuostata“, kurią valstybės narės turėjo teisę toliau taikyti arba priimti, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 98/6, kuria ši sritis nėra visiškai suderinta, 10 straipsnį.

52. Šiuo atžvilgiu dar kartą visiškai pritariu generalinio advokato P. Cruz Villalón išvadai byloje *Komisija / Belgija*, kurioje jis laikėsi nuomonės, kad „šios palankesnės nuostatos gali būti susijusios tik su Direktyvos 98/6 reglamentuojama sritimi, būtent vartotojų informavimu apie standartus, naudojamus nustatant prekių kainą, ir taip palengvinti kainų palyginimą remiantis <...> skirtingomis matavimo sistemomis“ [28]. Šiomis aplinkybėmis Direktyvos 98/6 10 straipsnis negali pateisinti nacionalinės nuostatos, kaip ją aiškina prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, tolesnio taikymo, nes ši nuostata nesusijusi su sritimi, kuri yra Direktyvos 98/6 dalykas [29].

C – *Dėl antrojo klausimo, susijusio su kainų sąvoka pagal Direktyvą 98/6*

53. Atsižvelgdamas į atsakymą, kurį siūlau Teisingumo Teismui pateikti į pirmąjį prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo klausimą, subsidiariai dėl šio klausimo trumpai nurodysiu tik kelis aspektus.

25 — Žr. generalinio advokato P. Cruz Villalón išvados byloje *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2013:769) 60 punktą.

26 — Sprendimas *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2014:2064, 59 punktas). Taip pat žr. generalinio advokato P. Cruz Villalón išvados byloje *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2013:769), kurią, beje, nurodo Teisingumo Teismas, 58 ir paskesnius punktus.

27 — Iš tiesų man atrodo, kad jeigu Direktyvos 98/6 1 straipsnis būtų aiškinamas taip, kad prekės siūlomos, jeigu yra reklama, šios direktyvos 3 straipsnio 4 dalyje pateiktas patikslinimas taptų nereikalingas.

28 — Generalinio advokato P. Cruz Villalón išvada byloje *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2013:769, 63 punktas).

29 — Pagal analogiją žr. generalinio advokato P. Cruz Villalón išvadą byloje *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2013:769).

54. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas klausia Teisingumo Teismo, ar Direktyvos 98/6 1 straipsnyje ir 3 straipsnio 1 dalyje nurodyta kaina turi apimti privalomas transporto priemonės gabenimo išlaidas. Šias nuostatas reikia aiškinti atsižvelgiant į minėtos direktyvos 2 straipsnio a punktą, kuriame kaina apibrėžiama kaip „galutinė prekinio vieneto ar tam tikro prekės kiekio kaina su PVM ir visais kitais mokesčiais“. Iš šios nuostatos matyti, kad galutinę kainą sudaro prekės kaina, PVM ir visi kiti mokesčiai.

55. Esu linkęs manyti, kad pagrindinėje byloje nagrinėjamos gabenimo išlaidos visai nereglamentuojamos Direktyvoje 98/6 ir taip yra dėl toliau nurodytų priežasčių.

56. Pirma, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui, kuris nurodo, kad gabenimo išlaidas galima laikyti tokiomis išlaidomis, kurias būtina įtraukti į prekės „pardavimo kainą“, kaip tai suprantama pagal Direktyvą 98/6, nes jos yra privalomos, reikia atsakyti, kad, išanalizavus Direktyvos 98/6 2 straipsnio a punktą reikia manyti, kad teisės aktų leidėjas nusprendė kitaip, nors jis vis dėlto turėjo galimybę tai paaiškinti šios direktyvos tekste.

57. Iš tiesų direktyvos pasiūlyme [30] pardavimo kaina iš pradžių buvo apibrėžta tik kaip „pagrįsta kaina už konkretų gaminio kiekį“ [31].

58. Iš dalies pakeistame pasiūlyme [32] Komisija pasiūlė gerokai išplėsti šią apibrėžtį, patikslinant, kad galutinė kaina apima „PVM, visus papildomus mokesčius ir vartotojo privalomai apmokėtų paslaugų išlaidas“ [33]. Tačiau 1996 m. rugsėjo 27 d. Europos Sąjungos Tarybos priimtoje bendrojoje pozicijoje (EB) Nr. 60/96 siekiant priimti direktyvą dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas [34] Taryba nepritarė šiai formuluotei ir tik pasiūlė, kad pardavimo kaina būtų laikoma „pagrįsta kaina už prekės vienetą ar konkretų prekės kiekį“ [35], kartu toliau direktyvos projekte patikslindama, kad „pardavimo kaina ir matavimo vieneto kaina yra siejamos su galutine prekės kaina *valstybių narių nustatytomis sąlygomis*“ [36].

59. Todėl Europos Parlamentas priėmė pakeitimą, kad būtų ir vėl įtrauktos iš dalies pakeistame pasiūlyme nurodytos „vartotojo privalomai apmokėtų paslaugų išlaidos“ [37]. Vis dėlto Direktyvos 98/6 2 straipsnio a punkto galutinėje redakcijoje šios nuorodos nebeliko. Manau, tai patvirtina, kad buvo sunku susitarti dėl galimai tikslesnės kainos ir jos įvairių sudedamųjų dalių apibrėžties teisės aktuose.

60. Antra, reikia pažymėti, kad, tikslindamas sąvoką „kaina“, kaip ji suprantama pagal Direktyvą 98/6, teisės aktų leidėjas paminėjo mokesčius, o ne išlaidas. Tačiau ir toks sprendimas nėra neutralus. Iš tiesų trumpai išanalizavus kaip pavyzdį pasirinktas įvairias kalbines versijas veikiau pasitvirtina „viešas“ šių mokesčių pobūdis. Versijoje ispanų kalba nurodoma „todos los demás impuestos“, versijoje italų kalba – „ogni oltra imposta“, versijoje anglų kalba – „all other taxes“, o versijoje vokiečių kalba – „alle sonstigen Steuern einschließt“. Tačiau pagal Teisingumo Teismo praktiką mokestis yra vienašališkai

30 — Žr. šios išvados 19 išnašą.

31 — Direktyvos pasiūlymo 2 straipsnis. Privalomos transporto priemonės gabenimo išlaidos tikrai gali patekti į šią kategoriją.

32 — 1996 m. birželio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas iš dalies pakeistas pasiūlymas, COM(96) 264.

33 — Žr. iš dalies pakeisto pasiūlymo 2 straipsnio a ir b punktus.

34 — OL C 333, p. 7.

35 — Žr. Bendrosios pozicijos Nr. 60/96 2 straipsnio a punktą.

36 — Žr. Bendrosios pozicijos Nr. 60/96 4 straipsnio 2 dalį. Kursyvu išskirta mano.

37 — Žr. sprendimo dėl bendrosios pozicijos, kurį Taryba priėmė siekiant priimti Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomas prekes, 11 pakeitimą, dok. A4-0015/97 (OL C 85, p. 26).

taikoma piniginė prievolė, kad ir kokia maža ji būtų, nepaisant pavadinimo ar taikymo būdo [38], kurią nustato valstybė arba viešosios valdžios institucija. Gabenimo išlaidos, kurių reikalauja automobilio gamintojas, negali būti nei laikomos „mokesčiu“, kaip jis suprantamas pagal Direktyvos 98/6 2 straipsnio a punktą, nei jam prilyginamos.

61. Bet kuriuo atveju ir, atsižvelgdamas į mano jau nurodytą Direktyvos 98/6 dalyką, lieku įsitikinęs, kad galiausiai minėtos išlaidos Direktyvoje 98/6 nereglamentuotos. Be to, tokia išvada atrodo dar logiškesnė, turint omenyje tai, ką jau nurodžiau, kad ši direktyva skirta taikyti iš esmės tais atvejais, kai siūlomos prekės pateikiamos vartoti iš karto, t. y. kasdienio vartojimo prekės, pavyzdžiui, parduodamos smulkiosios prekybos arba vidutiniuose ir dideliuose mažmeninės prekybos centruose [39].

62. Atlikus analizę nepaaiškėjo, kad Direktyva 98/6 yra reikšminga pagrindinės bylos ginčui išspręsti, tad dabar reikia išanalizuoti Direktyvą 2005/29.

D – *Dėl trečiojo klausimo, susijusio su kainos sąvoka, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punktą*

63. Direktyvoje 2005/29 reglamentuojama nesąžininga komercinė veikla. Joje yra kelios nurodytos nuorodos dėl sąlygų, kuriomis prekiautojai gali informuoti vartotojus, prireikus nurodydami prekės kainą. Visų pirma minėtos direktyvos 7 straipsnio 4 dalyje pateiktas informacijos, kuri laikoma esmine ir kurios negalima nenurodyti, nuslėpti arba pateikti taip, kad vartotojas būtų suklaidintas tuo metu, kai priima „sprendimą dėl sandorio“, kaip tai suprantama pagal Direktyvą 2005/29, sąrašas.

64. Kaina, „į kurią įskaičiuoti mokesčiai“, yra šios esminės informacijos dalis ir prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas klausia Teisingumo Teismo, ar šią sąvoką, apibrėžtą Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punkte, reikia aiškinti taip, kad ji apima privalomas gamintojo transporto priemonės nugabenimo vartotojui išlaidas. Vis dėlto prieš analizuodamas šią nuostatą norėčiau pateikti dvi pirminių pastabų grupes.

1. Pirminiai patikslinimai

65. Pirma, norėčiau pabrėžti, kad Direktyvoje 2005/29 siekiama suderinti valstybių narių įstatymus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, įskaitant nesąžiningą reklamą, tiesiogiai pažeidžiančią vartotojų ekonominius interesus, ir kartu netiesiogiai – teisėtų konkurentų ekonominius interesus [40]. Joje ši sritis visiškai suderinta [41], todėl valstybėms narėms iš esmės [42] neleidžiama savo teisės sistemoje nustatyti ar toliau taikyti labiau ribojančias priemones, nei nustatytos Direktyvoje 2005/29, net siekiant užtikrinti didesnį vartotojų apsaugos lygį [43].

38 — Visų pirma, kiek tai susiję su muitui lygiaverčio mokesčio sąvoka, žr. sprendimus *Bakker Hillegom* (C-111/89, EU:C:1990:177, 9 punktas) ir *Kernkraftwerke Lippe-Ems* (C-5/14, EU:C:2015:354, 88 punktas ir nurodyta teismo praktika).

39 — Kad būtų visiškai aišku, mano analizė nereiškia, kad dėl Direktyvos 98/6 spragų, susijusių su „galutinės kainos“ apibrėžimu, galima atskirai nurodyti litrinio pieno butelio kainą ir išlaidas, kurias platintojas perkelia vartotojui dėl to, kad atvežė butelį į parduotuvę. Pagrindinėje byloje kalbama apie visai kito pobūdžio išlaidas, prilygstančias prekės, kurios negalima vadinti kasdienio vartojimo preke, pristatymo išlaidoms. Bet kuriuo atveju Direktyvoje 98/6 nedetalizuojama, kokiomis sąlygomis turi būti nurodyta galutinė kaina.

40 — Sprendimas *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 21 punktas).

41 — Žr. sprendimus *VTB-VAB ir Galatea* (C-261/07 ir C-299/07, EU:C:2009:244, 52 punktas), *Plus Warenhandelsgesellschaft* (C-304/08, EU:C:2010:12, 41 punktas), *Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag* (C-540/08, EU:C:2010:660, 27 punktas), *Citroën Belux* (C-265/12, EU:C:2013:498, 20 punktas), *RLvS* (C-391/12, EU:C:2013:669, 33 punktas) ir *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2014:2064, 55, 61 ir 64 punktai); taip pat Nutartį *Cdiscount* (C-13/15, EU:C:2015:560, 34 punktas).

42 — Išskyrus aiškų leidimą pačioje Direktyvoje 2005/29: žr. Direktyvos 2005/29 3 straipsnio 9 dalį ir Sprendimą *Citroën Belux* (C-265/12, EU:C:2013:498, 21–24 punktai).

43 — Žr. Nutartį *Cdiscount* (C-13/15, EU:C:2015:560, 34 punktas ir nurodyta teismo praktika).

66. Antra, primenu, kad pagal Direktyvą 2005/29 nesąžininga komercinė veikla gali būti dviejų formų. Tai gali būti arba klaidinantys veiksmai (6 straipsnis), arba klaidinantis informacijos neatskleidimas (7 straipsnis). Kadangi prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas aiškiai nurodo kvietimo pirkti sąvoką, kuri nurodyta tik Direktyvos 2005/29 7 straipsnyje, jis daro prielaidą, kad ieškovės pagrindinėje byloje komercinė veikla priskiriama prie klaidinančio informacijos neatskleidimo kategorijos. Tačiau kadangi minėtas teismas šiuo etapu nesiekia konkrečiai kvalifikuoti *Citroën Commerce* elgesio atsižvelgiant į Direktyvą 2005/29, šioje išvadoje nereikia nagrinėti šios prielaidos.

2. Dėl esminės informacijos, susijusios su kaina esant kvietimui pirkti

67. Komercinė veikla laikoma klaidinančia, jeigu „toje faktinėje situacijoje, atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes bei komunikacijos priemonių ribotumą, ją vykdant neatskleidžiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis toje situacijoje galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėms nebūtų priėmęs“ [44].

68. Kvietimas pirkti – tai konkreti reklamos forma, su kuria yra siejamas griežtesnis informavimo įpareigojimas, patikslintas Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalyje [45]. Šis kvietimas Direktyvos 2005/29 2 straipsnio i punkte apibrėžtas kaip „komercinis pranešimas, produkto savybes ir kainą nurodantis *tokiu būdu, kuris yra būdingas* naudojamo komercinio pranešimo priemonėms, ir tuo suteikiantis vartotojui galimybę pirkti“ [46]. Remdamasis tuo Teisingumo Teismas sprendė, kad šioje nuostatoje „nereikalaujama nurodyti galutinės kainos“ [47].

69. Tačiau pateikiant kvietimą pirkti „kaina, į kurią įskaičiuoti mokesčiai, arba, jeigu dėl produkto pobūdžio ši kaina pagrįstai negali būti apskaičiuota iš anksto, metodas, kuriuo ši kaina apskaičiuojama, taip pat, jeigu tai reikalinga, visi papildomi mokesčiai už krovinių vežimą, pristatymo arba pašto išlaidos arba, jeigu šie mokesčiai dėl pagrįstų priežasčių negali būti apskaičiuoti iš anksto, informacija apie tai, kad [vartotojui] gali tekti mokėti tokius papildomus mokesčius“ [48], laikoma esmine informacija.

70. Griežtai vadovaujantis pateikto klausimo formuluote, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas tiesiog prašo išaiškinti sąvoką, „į kurią įskaičiuoti mokesčiai“. Tačiau *mutatis mutandis* turi būti daroma ta pati išvada kaip ir aiškinant sąvoką „papildomi mokesčiai“, atsižvelgiant į Direktyvą 98/6, nes trumpai išanalizavus kalbines versijas ir vėl pasitvirtina viešas sąvokos „mokesčiai“ pobūdis. Versijoje ispanų kalba nurodyta „el precio, incluidos los impuestos“, versijoje italų kalba „il prezzo comprensivo delle imposte“, versijoje anglų kalba „the price inclusive of taxes“, versijoje vokiečių kalba „der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben“ ir versijoje portugalų kalba „[o] preço, incluindo impostos e taxas“.

71. Todėl nesu įsitikinęs, ar privalomas transporto priemonės gabenimo išlaidas galima aiškinti kaip turinčias būti įtrauktas į kainą, „į kurią įskaičiuoti mokesčiai“, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punktą.

44 — Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 1 dalis. Tos pačios direktyvos 7 straipsnio 2 dalyje apibrėžiama kita klaidinančio informacijos neatskleidimo forma, kai prekiautojas nuslepia 7 straipsnio 1 dalyje nurodytą esminę informaciją arba pateikia ją „neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku“ ir dėl to vidutinis vartotojas paskatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Pagrindinėje byloje nagrinėjama reklama veikiau galėtų būti priskirta prie antrosios klaidinančio informacijos neatskleidimo kategorijos, jeigu yra taip, kaip manoma, t. y. kad atskirai nurodant transporto priemonės kainą ir privalomas gabenimo išlaidas išnašoje neaiškiai pateikiama esminė informacija. Tačiau šioje byloje kalbama ne apie tai.

45 — Žr. mano išvados byloje *Ving Sverige* (EU:C:2011:47) 22 punktą.

46 — Kursyvu išskirta mano.

47 — Sprendimas *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 36 punktas).

48 — Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punktas.

72. Bet kuriuo atveju reikia išplėsti pateikto klausimo aprėptį, nesutelkiant dėmesio į frazę „kaina, į kurią įskaičiuoti mokesčiai“, ir kaip tik mėginti išsiaiškinti Direktyvos 2005/29 7 straipsnio sistemą siekiant geriau apibrėžti, kokių įpareigojimų iš jo kyla, kiek tai susiję su kainos žymėjimu.

73. Šiuo tikslu pirmiausia norėčiau pabrėžti, kad Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punkte nurodyta ne tik kaina, į kurią įeina visi mokesčiai, bet ir nurodomas „metodas, kuriuo ši kaina apskaičiuojama, taip pat, jeigu tai reikalinga, visi papildomi mokesčiai už krovinių vežimą, pristatymo arba pašto išlaidos“. Iš šios nuostatos teksto struktūros matyti, kad joje numatyta kaina su visomis sudedamosiomis dalimis ir kad Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punkto tekste, aiškinant jį visą, atrodo aiškiai atskirai nurodyta, pirma, kaina arba jos apskaičiavimo būdas ir, antra, kitos kainos sudedamosios dalys, pavyzdžiui, transporto išlaidos. Kad ir kaip ten būtų, aiškinant minėtą 7 straipsnio 4 dalies c punktą niekas nerodo, kad kaina turi būti suprantama kaip turinti apimti transporto išlaidas ir kad galutinai turi būti nurodyta bendra kaina.

74. Antra, taip pat reikia konstatuoti, kad esminės informacijos, pavyzdžiui, kainos, kaip ji yra apibrėžta Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punkte, nenurodymas bet kuriuo atveju savaime nereiškia nesąžiningos komercinės veiklos, nes visais atvejais [49] šios informacijos nepateikimo poveikį vartotojo elgesiui ir jo sprendimui dėl sandorio reikia analizuoti atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį. Iš Direktyvos 2005/29 teksto matyti, kad atliekant šią analizę taip pat atsižvelgiama į nagrinėjamai komercinei veiklai būdingą kontekstą [50] ir nuo panaudotos komunikacijos priemonės neatsiejamus apribojimus, susijusius su apimtimi ar laiku [51].

75. Kaip jau yra nusprendęs Teisingumo Teismas, „informacijos apie kainą apimtis turi būti nustatoma atsižvelgiant į produkto pobūdį ir savybes bei kvietimui pirkti naudojamą komunikacijos priemonę ir prekybininko galimai pateiktą papildomą informaciją. Todėl vien pradinės kainos nuoroda kvietime pirkti savaime neturėtų būti traktuojama kaip klaidinantis informacijos neatskleidimas“ [52]. Taip Teisingumo Teismas paliko prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui patikrinti, ar dėl „galutinės kainos“ apskaičiavimo metodo nenurodymo vartotojui nebuvo ar negalėjo būti sutrukdyta priimti sprendimą dėl sandorio žinant visą informaciją [53].

76. Todėl net jei Teisingumo Teismas manytų, kad tokios gabenimo išlaidos, kaip nagrinėjamosios pagrindinėje byloje, turi būti įtrauktos į Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punkte nurodytą „kainą, į kurią įeina mokesčiai“, vis dėlto nacionaline nuostata, aiškinama taip, kad pagal ją absoliučiai draudžiami kvietimai pirkti, kuriuose atskirai nurodoma prekių kaina ir privalomų gabenimo išlaidų suma, suteikiamas didesnis apsaugos lygis, nei siūlomas Direktyvoje 2005/29, nes minėta nuostata apskritai baudžiama už tai, kad nepateikiama nagrinėjama esminė informacija, t. y. kaina, į kurią įeina privalomos išlaidos, kai direktyvoje konkrečius šio informacijos nepateikimo padarinius vartotojo sprendimui dėl sandorio reikalaujama vertinti kiekvienu konkrečiu atveju, kad nagrinėjamą komercinę veiklą būtų galima laikyti „nesąžininga“ [54].

77. Šiomis aplinkybėmis Vokietijos nuostatoje, kaip ją aiškina prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, iš tiesų visais atvejais įtvirtinama nesąžininga laikoma komercinė veikla; tačiau ši veikla yra išsamiai išvardyta Direktyvos 2005/29 I priede, kurio 5 straipsnio 5 dalyje aiškiai numatyta, kad šį priedą „galima keisti tik peržiūrint šią direktyvą“ [55].

49 — Apskritai žr. sprendimus *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 51, 58, 59 ir 73 punktai) ir *Komisija / Belgija* (C-421/12, EU:C:2014:2064, 56 punktas); taip pat Nutartį *Cdiscount* (C-13/15, EU:C:2015:560, 38 ir 39 punktai).

50 — Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 1, 2 ir 4 dalys. Taip pat žr. Sprendimą *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 55, 58 ir 73 punktai).

51 — Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 3 dalis. Taip pat žr. Sprendimą *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 66 punktas).

52 — Sprendimas *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 68 ir 69 punktai).

53 — Sprendimas *Ving Sverige* (C-122/10, EU:C:2011:299, 71 punktas).

54 — Pagal analogiją žr. Nutarties *Cdiscount* (C-13/15, EU:C:2015:560) 39–41 punktus.

55 — Pagal analogiją žr. Nutarties *Cdiscount* (C-13/15, EU:C:2015:560) 38 ir 39 punktus.

78. Iš visų pateiktų argumentų matyti, kad Direktyvos 2005/29 7 straipsnio 4 dalies c punktą reikia aiškinti taip, jog esminė informacija, susijusi su kaina, kai yra pateikiamas kvietimas pirkti ir neatsižvelgiant į aplinkybes, neturi būti nurodoma kaip bendra galutinė kaina, į kurią įeina ne tik prekės kaina, bet ir visos kitos galutinės kainos, kurią turi sumokėti vartotojas, sudedamosios dalys. Bet kuriuo atveju nesąžiningas komercinės veiklos pobūdis nurodant kainą kvietime pirkti, kaip jis apibrėžtas 7 straipsnio 4 dalies c punkte, turi būti vertinamas kiekvienu konkrečiu atveju. Taigi pagal Direktyvą 2005/29 draudžiama tokia nacionalinė nuostata, aiškinama taip, kad joje numatytas bendras draudimas, neatlikus vertinimo atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį, kuriuo remiantis būtų galima nustatyti, ar yra nesąžininga reklamoje atskirai nurodyti, pirma, transporto priemonės kainą ir, antra, privalomas jos gabenimo išlaidas.

IV – **Išvada**

79. Atsižvelgdamas į visus pateiktus argumentus, siūlau Teisingumo Teismui taip atsakyti į *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis federalinis teismas) pateiktus klausimus:

1. Nacionalinei nuostatai, aiškinamai taip, kad visais atvejais draudžiama tokia prekiautojo veikla, kai jis reklamoje atskirai nurodo, pirma, transporto priemonės kainą ir, antra, privalomų šios transporto priemonės gabenimo išlaidų sumą, negali būti taikoma 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas, kurios dalykas yra vartotojų apsauga ne kainų žymėjimo srityje apskritai, bet žymint prekių, siūlomų pagal įvairius matavimo vienetus, kainas.

2. 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičiančios Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva) 7 straipsnio 4 dalies c punktą reikia aiškinti taip, kad esminė informacija, susijusi su kaina, kai yra pateikiamas kvietimas pirkti ir neatsižvelgiant į aplinkybes, neturi būti nurodoma kaip bendra galutinė kaina, į kurią įeina ne tik prekės kaina, bet ir visos kitos galutinės kainos, kurią turi sumokėti vartotojas, sudedamosios dalys. Bet kuriuo atveju nesąžiningas komercinės veiklos pobūdis nurodant kainą kvietime pirkti, kaip jis apibrėžtas 7 straipsnio 4 dalies c punkte, turi būti vertinamas kiekvienu konkrečiu atveju. Taigi pagal Direktyvą 2005/29 draudžiama tokia nacionalinė nuostata, aiškinama taip, kad joje numatytas bendras draudimas, neatlikus vertinimo atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį, kuriuo remiantis būtų galima nustatyti, ar yra nesąžininga reklamoje atskirai nurodyti, pirma, transporto priemonės kainą ir, antra, privalomas jos gabenimo išlaidas.