Zbirka odločb sodne prakse

SKLEPNI PREDLOGI GENERALNEGA PRAVOBRANILCA
PAOLA MENGOZZIJA,
predstavljeni 16. decembra 2015*

Zadeva C-476/14

Citroën Commerce GmbH
proti
Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW)
(Predlog za sprejetje predhodne odločbe,

ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno sodišče, Nemčija))

„Predhodno odločanje — Varstvo potrošnikov — Oglas z navedbo cene — Ločena navedba stroškov prevoza — Pojma ‚ponudba' in cena, ‚vključno z davki' — Obveznost iz nacionalnega prava, da so v ceni, navedeni v oglasu, vključeni obvezni dodatni stroški v zvezi s prevozom vozila — Združljivost s pravom Unije — Nepoštena poslovna praksa — Vabilo k nakupu — Bistvena informacija o ceni"

1. Ali pravo Unije vsebuje tako natančne zahteve glede oglaševanja in označevanja cen, da je treba oglas za vozilo, na katerem sta ločeno označena cena vozila na eni strani in znesek obveznih stroškov prevoza od proizvajalca do kupca na drugi strani, sistematično prepovedati? To je vprašanje, ki je predmet tega predloga za sprejetje predhodne odločbe.

I – **Pravni okvir**

A – *Pravo Unije*

1. Direktiva 98/6/ES

2. Iz uvodne izjave 1 Direktive 98/6/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov** izhaja, da „so pregledno delovanje trga in pravilne informacije koristne za varstvo potrošnikov ter zdravo konkurenco med podjetji in proizvodi".

3. V uvodni izjavi 2 Direktive 98/6 je navedeno, da „je treba potrošnikom zagotoviti visoko raven varstva".

4. V uvodni izjavi 6 Direktive 98/6 je navedeno, da „obveznost označevanja prodajne cene in cene na enoto bistveno prispeva k boljšemu obveščanju potrošnikov, ker je to najenostavnejši način, da potrošniki optimalno ovrednotijo in primerjajo cene proizvodov ter se tako odločijo na podlagi enostavne primerjave".

* Jezik izvirnika: francoščina.

** UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 4, str. 32.

5. V uvodni izjavi 7 Direktive 98/6 je nato navedeno, da „bi zato moralo biti označevanje prodajne cene in cene na enoto splošna obveznost za vse proizvode“.

6. Iz uvodne izjave 12 izhaja, da „lahko ureditev na ravni Skupnosti omogoči enotno in pregledno obveščanje v korist vseh potrošnikov v okviru notranjega trga“.

7. Člen 1 Direktive 98/6 določa, da je namen navedene direktive „urediti označevanje prodajnih cen in cen na mersko enoto proizvodov, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom, da bi se izboljšalo obveščanje potrošnikov in olajšala primerjava cen“.

8. V členu 2(a) Direktive 98/6 je prodajna cena opredeljena kot „končn[a] cen[a] za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda, vključno z [davkom na dodano vrednost (DDV)] in vsemi drugimi dajatvami“.

9. Člen 3(4) Direktive 98/6 določa, da mora biti „[v] vsakem oglasu, ki navaja prodajno ceno proizvodov iz člena 1, […] s pridržkom člena 5 označena tudi cena na enoto“.

10. Člen 4(1) Direktive 98/6 med drugim določa, da morata biti „[p]rodajna cena in cena na enoto […] nedvoumni, lahko prepoznavni in čitljivi […]“.

11. Člen 5(1) Direktive 98/6 določa, da „[d]ržave članice lahko proizvode, za katere takšno označevanje ne bi bilo koristno zaradi narave ali namena proizvodov ali bi lahko povzročilo zmedo, izvzamejo iz obveznosti označevanja cen na enoto“.

2. Direktiva 2005/29/ES

12. Iz uvodnih izjav 3 in 4 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah)*** izhaja, da „[z]akoni držav članic, ki se nanašajo na nepoštene poslovne prakse, kažejo izrazite razlike, ki lahko povzročajo znatno izkrivljanje konkurence in nastanek ovir za nemoteno delovanje notranjega trga. […] Ta neskladja povzročajo negotovost o tem, katera nacionalna pravila se uporabljajo za nepoštene poslovne prakse, ki škodijo ekonomskim interesom potrošnikov in ki ustvarjajo številne ovire ter vplivajo na podjetja in potrošnike. […] Take ovire pri potrošnikih vzbujajo tudi negotovost glede njihovih pravic in zmanjšujejo njihovo zaupanje v notranji trg.“

13. V uvodni izjavi 6 Direktive 2005/29 je navedeno, da ta direktiva „približuje zakonodaje držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, vključno z nepoštenim oglaševanjem, ki neposredno škodujejo ekonomskim interesom potrošnikov in na ta način posredno ekonomskim interesom zakonitih konkurentov. V skladu z načelom sorazmernosti ta direktiva varuje potrošnike pred učinki takšnih nepoštenih poslovnih praks, če so bistveni, vendar upošteva, da je lahko v nekaterih primerih vpliv na potrošnike zanemarljiv.“

14. V uvodni izjavi 10 Direktive 2005/29 je potrjeno, da je „[t]reba […] zagotoviti, da sta ta direktiva in obstoječa zakonodaja Skupnosti usklajeni, zlasti če se v določenih sektorjih uporabljajo podrobne določbe o nepoštenih poslovnih praksah. […] Zato se ta direktiva uporablja samo, kolikor ne obstajajo posebne določbe Skupnosti, ki urejajo posebne vidike nepoštenih poslovnih praks, na primer zahteve po informacijah in pravila o načinu predstavitve informacij potrošniku. Zagotavlja varstvo potrošnikov, v kolikor ni na voljo posebne sektorske zakonodaje na ravni Skupnosti […]. Ta direktiva posledično dopolnjuje pravni red Skupnosti, ki se uporablja za poslovne prakse, škodljive ekonomskim interesom potrošnikov.“

*** UL L 149, str. 22.

15. Člen 1 Direktive 2005/29 določa, da je „[n]amen te direktive […] prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga in doseči visoko raven varstva potrošnikov s približevanjem zakonov in drugih predpisov držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, ki škodijo ekonomskim interesom potrošnikov“.

16. V členu 2(i) Direktive 2005/29 je vabilo k nakupu opredeljeno kot „tržn[a] komunikacij[a], ki navaja značilnosti izdelka in ceno na način, ki ustreza sredstvu uporabljene tržne komunikacije, in tako omogoči potrošniku nakup“.

17. Člen 3(1) in od (4) do (6) Direktive 2005/29 določa:

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

[…]

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

5. V obdobju šestih let od 12.6.2007 države članice na področju, približanem s to direktivo, lahko še naprej uporabljajo nacionalne določbe, ki so bolj omejevalne ali strožje kakor ta direktiva in ki izvajajo direktive, ki vsebujejo klavzule o minimalni uskladitvi. […]

6. Države članice nemudoma uradno obvestijo Komisijo o vseh nacionalnih določbah, ki se uporabljajo na podlagi odstavka 5.“

18. Člen 5(1) in (2) Direktive 2005/29 določa:

„1. Nepoštene poslovne prakse so prepovedane.

2. Poslovna praksa je nepoštena, če:

(a) nasprotuje zahtevam poklicne skrbnosti

[in]

(b) v zvezi z izdelkom bistveno izkrivlja ali bi lahko izkrivljala ekonomsko obnašanje povprečnega potrošnika, ki ga izdelek doseže ali je nanj usmerjen […].“

19. Člen 7 Direktive 2005/29 določa:

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

2. Za zavajajočo opustitev se šteje tudi, če trgovec ob upoštevanju okoliščin, opisanih v odstavku 1, prikriva ali na nejasen, nerazumljiv, dvoumen način ali ob nepravem času navede bistvene informacije iz navedenega odstavka ali ne opredeli komercialnega namena poslovne prakse, če ta ni razviden iz konteksta in če v enem ali drugem primeru to povzroči ali bi utegnilo povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.

[…]

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

[…]

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

[…]

5. Zahteve po informacijah, določene s pravom Skupnosti glede tržnih komunikacij, vključno z oglaševanjem ali trženjem, katerih neizčrpni seznam je podan v Prilogi II, se štejejo za bistvene.“

20. Priloga II k Direktivi 2005/29 vsebuje seznam določb prava Skupnosti, ki določajo pravila o oglaševanju in tržnih komunikacijah. Med temi določbami je člen 3(4) Direktive 98/6.

B – *Nemško pravo*

21. V skladu z zakonom o preprečevanju nelojalne konkurence (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, v nadaljevanju: UWG)**** so nepoštene poslovne prakse prepovedane, če lahko občutno posežejo v interese konkurentov, potrošnikov ali drugih udeležencev na trgu.***** Kdor krši zakonsko določbo, s katero se med drugim v interesu tržnih subjektov ureja ravnanje na trgu, stori dejanje nelojalne konkurence.******

22. S členom 1 uredbe o označevanju cen (Preisangabenverordnung, v nadaljevanju: PAngV)******* je bil v nemški pravni red prenesen člen 4(1) Direktive 98/6. Določa, da kdor v komercialne ali poslovne namene ali redno na drug način ponuja blago končnim potrošnikom ali kot prodajalec pri končnih potrošnikih oglašuje blago z označevanjem cen, mora navesti ceno, ki se plača, skupaj z davkom na dodano vrednost in drugimi sestavnimi deli cene.

II – **Spor o glavni stvari, vprašanja za predhodno odločanje in postopek pred Sodiščem**

23. Vlagateljica revizije v postopku v glavni stvari, družba Citroën Commerce GmbH (v nadaljevanju: Citroën Commerce), je distributer motornih vozil v Nemčiji. 30. marca 2011 je v nemškem dnevniku objavila oglas za vozila, ki jih je ponujala njena podružnica v deželi Bavarski. Oglas je vseboval tako opisan primer modela: „Na primer Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21.800 EUR[1]“, „vključena vsa dodatna oprema“, „Maksimalna cenovna ugodnost: 6170 EUR[1]“. Nadpisana številka „[1]“ se je nanašala na besedilo na dnu oglasa, zapisano z manjšimi črkami: „Plus 790 EUR za stroške prevoza […]“.

24. Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (združenje za zaščito lojalne konkurence v avtomobilskem sektorju) je proti vlagateljici revizije v postopku v glavni stvari na podlagi določb UWG v povezavi s členom 1 PAngV vložilo tožbo, s katero je predlagalo, naj se ji naloži opustitev oglaševanja brez navedbe dejanske končne cene, to je cene, ki vključuje obvezne stroške prevoza.

**** Nazadnje spremenjen z BGBl. 2010 I, str. 254.

***** Člen 3(1) UWG.

****** Člen 4(11) UWG.

******* Nazadnje spremenjen z BGBl. 2002 I, str. 4197.

25. Prvostopenjsko sodišče je tožbi ZLW ugodilo. Družba Citroën Commerce je vložila pritožbo. Sodišče, ki je odločalo o pritožbi, je to zavrnilo. Družba Citroën Commerce je nato pri predložitvenem sodišču vložila revizijo.

26. Predložitveno sodišče pojasnjuje, da je v skladu z njegovo ustaljeno sodno prakso o razlagi člena 1 PAngV končna cena vozila tista, ki mora načeloma biti označena v oglasih, to je cena, ki vključuje stroške prevoza, saj javnost teh povezanih stroškov ne dojema kot dodatne stroške, ampak, nasprotno, kot sestavni del cene. Ločeno označevanje cene je mogoče le, če ima potrošnik možnost izbirati med dvema možnostma, in sicer da gre sam iskat vozilo v tovarno proizvajalca ali da se vozilo dostavi v prodajni salon, kjer je bila sklenjena prodajna pogodba, ali če ni mogoče vnaprej predvideti zneska teh stroškov. V primeru oglasa, ki se obravnava v okviru spora o glavni stvari, ni izpolnjen nobeden izmed teh dveh pogojev. Predložitveno sodišče se sprašuje, ali je ta usmeritev nacionalne sodne prakse združljiva s pravom Unije.

27. V zvezi s tem ugotavlja, da lahko tako razloženo nacionalno pravo pomeni „bolj omejevalni ali strožji“ ukrep v smislu člena 3(5) Direktive 2005/29 od tistih, ki so jih države članice lahko ohranile v nacionalnem pravnem redu do 12. junija 2013.******** Po tem roku se šteje, da je bila z Direktivo 2005/29 izvedena popolna uskladitev zadevnega področja. Nacionalno razumevanje pogojev za predstavitev cene naj bi zato lahko trajalo le, dokler odraža stanje prava Unije.

28. Predložitveno sodišče se sprašuje, ali oglas, ki ga je objavila družba Citroën Commerce, spada na področje uporabe Direktive 98/6 in ali pomeni „ponudbo proizvoda“ v smislu te direktive. Če je tako, se sprašuje, ali je treba prodajno ceno, ki mora biti označena v skladu z Direktivo 98/6, razumeti tako, da vključuje obvezne stroške prevoza vozila.

29. Vendar se predložitveno sodišče sprašuje tudi o uporabi Direktive 2005/29 in ne izključuje, da je treba o tem predlogu za sprejetje predhodne odločbe odločiti na podlagi navedene direktive. V tem primeru se sprašuje, ali mora biti cena, ki mora biti označena na „vabilu k nakupu“ v smislu člena 7(4)(c) navedene direktive, skupna cena, ki torej vključuje navedene stroške.

30. Bundesgerichtshof (zvezno sodišče) je tako zaradi težav, povezanih z razlago prava Unije, prekinilo odločanje in s predložitvenim sklepom, ki je v sodno tajništvo Sodišča prispel 27. oktobra 2014, Sodišču v predhodno odločanje na podlagi člena 267 PDEU predložilo ta tri vprašanja:

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

Če je odgovor na prvo vprašanje pritrdilen:

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

Če je odgovor na prvo ali drugo vprašanje nikalen:

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

******** V zvezi s tem vseeno navajam, da so imele države članice tako možnost pod pogojem, da so o navedenih ukrepih uradno obvestile Komisijo (glej člen 3(5) in (6) Direktive 2005/29). Iz spisa pa ni razvidno, da je Zvezna republika Nemčija Komisijo uradno obvestila o svojem nacionalnem pravu, ki je upoštevno za rešitev spora o glavni stvari.

31. Pisna stališča so Sodišču predložili vlagateljica revizije v postopku v glavni stvari, ZLW, avstrijska in madžarska vlada ter Evropska komisija.

32. Na obravnavi pred Sodiščem, ki je bila 30. septembra 2015, sta ustno podali navedbe vlagateljica revizije v postopku v glavni stvari in Komisija.

III – **Pravna analiza**

33. Najprej je treba opredeliti obseg vprašanj, postavljenih Sodišču. Kot je predstavnik vlagateljice revizije v postopku v glavni stvari opozoril na obravnavi pred Sodiščem, predložitveno sodišče ne želi ugotoviti, ali je oglas, obravnavan v okviru spora o glavni stvari, v nasprotju z Direktivo 98/6 in/ali pomeni nepošteno poslovno prakso, prepovedano z Direktivo 2005/29. Izvedeti želi, katero stanje prava Unije se uporablja, da bi preverilo, ali je razlaga nacionalnega prava, ki jo upošteva, združljiva s pravom Unije.*********

34. Glede na navedbe predložitvenega sodišča je oglas, ki ga je v tisku objavila vlagateljica revizije v postopku v glavni stvari, v nasprotju z nemškim pravom, ki zahteva, da je v oglasih označena skupna cena proizvodov, to je – kar zadeva okoliščine obravnavanega primera – cena, ki vključuje stroške prevoza vozila do prodajnega salona koncesionarja, ker so ti stroški obvezni.

35. Da bi presodili združljivost nacionalnega prava s pravom Unije, je treba v bistvu odgovoriti na dve vrsti vprašanj. Tako bo treba najprej ugotoviti, katera direktiva ureja pogoje, pod katerimi mora biti cena označena v oglasih, in opredeliti, kakšna je v zvezi s tem raven zahteve oziroma kakšen je predpis Skupnosti. Za to in ob upoštevanju pravila prednosti iz člena 3(4) Direktive 2005/29 bom najprej preučil Direktivo 98/6. Nato bo treba, če bi se izkazalo, da nemško pravo zagotavlja večje varstvo potrošnikov kot pravo Unije, preveriti, ali pravo Unije državam članicam dovoljuje, da ohranijo ali uvedejo bolj omejevalne ukrepe v primerjavi s tem, kar je predpisano s tem pravom.

A – *Uvodne pripombe glede izključitve Direktive 2006/114*

36. Najprej je treba pojasniti, da spor o glavni stvari ne spada na področje uporabe Direktive 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju**********. Dejstvo, da pravnega sredstva ni vložilo združenje za varstvo potrošnikov, ampak skupina, ki zastopa interese konkurentov v avtomobilskem sektorju, bi lahko dalo misliti, da se uporablja Direktiva 2006/114, ker je njen namen med drugim „varstvo trgovcev pred zavajajočim oglaševanjem in nepoštenimi posledicami takega oglaševanja“.********** Vendar pa je z vsebinskega vidika res, da Direktiva 2006/114 ne vsebuje nobene določbe o pogojih, pod katerimi mora biti cena označena v oglasih.***********

B – *Prvo vprašanje: področje uporabe Direktive 98/6*

37. Predložitveno sodišče želi s prvim vprašanjem ugotoviti, ali lahko oglas, obravnavan v okviru spora o glavni stvari, spada na področje uporabe Direktive 98/6, katere prenos je zagotovljen s členom 1 PAngV. Za to je po mnenju predložitvenega sodišča dovolj, da navedeni oglas pomeni „ponudbo proizvodov“ v smislu člena 1 navedene direktive.

********* Navedena v točki 26 teh sklepnih predlogov.

********** UL L 376, str. 21.

********** Člen 1 Direktive 2006/114. Glej tudi sodbo Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150, točka 22).

*********** Člen 3(b) Direktive 2006/114 določa le, da je treba pri ugotavljanju, ali je oglaševanje zavajajoče, upoštevati zlasti podatke, ki zadevajo ceno ali način izračunavanja cen ter pogoje, pod katerimi se dobavlja blago.

38. Možno je, da je oglas, ki ga je objavila vlagateljica revizije v postopku v glavni stvari, ponudba proizvodov v širšem, običajnem pomenu. Vendar je treba v okviru Direktive 98/6 pojem „proizvodi, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom“ iz člena 1 Direktive 98/6 razlagati v mejah namena te direktive.

39. Tako je treba ob upoštevanju, da želi predložitveno sodišče izvedeti, kakšne so zahteve prava Unije na področju označevanja cen, navedenih v oglasih, ugotoviti, da to ni glavni namen Direktive 98/6. V resnici me cela vrsta elementov napeljuje k dvomu o upoštevnosti *ratione materiae* te direktive za rešitev spora o glavni stvari.

40. Res je sicer, da iz naslova Direktive 98/6 izhaja, da je njen namen varstvo potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov. Vendar je ta namen podrobneje pojasnjen v členu 1 Direktive 98/6, ki predpisuje „označevanje prodajnih cen in cen na mersko enoto proizvodov, [ponujenih] potrošnikom, da bi se izboljšalo obveščanje potrošnikov in olajšala primerjava cen“.

41. Zakonodajalec Unije je s tem seveda potrdil obveznost – to je označiti hkrati prodajno ceno in ceno na mersko enoto********** – ki je splošna, vendar omejena na primere, ko je to dvojno označevanje upoštevno ali vsaj omogoča učinkovitejše doseganje cilja olajšati primerjavo.

42. Čeprav ta obveznost ni izrecno pojasnjena in je *prima facie* določena za „vse ponujene proizvode“, na podlagi analize besedišča v Direktivi 98/6 sklepam, da je bila v bistvenem mišljena za tako imenovane proizvode široke potrošnje, pri čemer gre lahko tako za živila kot za neživilske proizvode.********** Tako vsaj razumem različna sklicevanja v Direktivi 98/6 na proizvode v razsutem stanju**********, pakiranje in vnaprejšnje pakiranje proizvodov**********, neto težo in neto odcejeno težo proizvodov********** ali celo na mala maloprodajna podjetja**********.

43. Dejstvo, da Direktiva 98/6 ni bila zamišljena kot nekakšna okvirna direktiva o označevanju cen ali oglaševanju na splošno, ampak bolj kot akt, ki ureja pogoje, pod katerimi mora biti cena proizvodov načeloma dvakrat označena, kadar so proizvodi razstavljeni ali ponujeni za potrošnjo na prodajnem mestu, je potrjeno tudi s pripravljalnimi dokumenti.

44. V obrazložitvenem memorandumu predloga direktive Evropskega parlamenta in Sveta o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov********** so namreč navedene nekatere skrbi glede praks srednje velikih in velikih trgovcev na drobno********** v zvezi z etiketiranjem proizvodov********** ali celo z razvojem branja cen prek črtnih kod.**********

45. Zanimivo je tudi, da čeprav je bil člen 1 predloga direktive napisan tako, da mora biti označevanje prodajnih cen in cen na mersko enoto predvideno za „proizvode, ki jih trgovci ponujajo končnim potrošnikom“, je Komisija dodala, da mora biti tako, kadar je tako dvojno označevanje pomembno. Tako je priznala, da „obstajajo določeni primeri, v katerih primerjava cen ne zagotavlja odločilne

********** Glej uvodno izjavo 7 Direktive 98/6.

********** Direktiva 98/6 je nadomestila Direktivo 79/581/EGS z dne 19. junija 1979 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen živil (UL L 158, str. 19) in Direktivo 88/314/EGS z dne 7. junija 1988 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen neživilskih izdelkov (UL L 142, str. 19).

********** Glej uvodno izjavo 7 ter člena 2(c) in 3(3) Direktive 98/6.

********** Glej uvodni izjavi 5 in 10 ter člen 4 Direktive 98/6.

********** Glej člen 4(2), drugi stavek, Direktive 98/6.

********** Glej uvodni izjavi 9 in 14 ter člen 6 Direktive 98/6.

********** COM(95) 276 final z dne 12. julija 1995.

********** Točka 20 obrazložitvenega memoranduma se med drugim sklicuje na „polične etikete“.

********** Glej točko 17 obrazložitvenega memoranduma predloga direktive.

********** Glej točko 20 obrazložitvenega memoranduma predloga direktive.

informacije za potrošnika, zlasti kadar imajo proizvodi zelo različne lastnosti ali zadovoljujejo različne potrebe potrošnikov. To velja na primer za proizvode, narejene po meri, oblačila, *motorna vozila*, pohištvo in vse proizvode, pri katerih označba mere […] ne zagotavlja koristne informacije za primerjavo cen“.**********

46. Avtomobili tako zaradi svojih zelo različnih individualnih lastnosti niso proizvodi, pri katerih je primerjava cen z označevanjem, ki je urejeno z Direktivo 98/6, neposredno pomembna za potrošnika. Povedano jasneje, kolikor je namen Direktive 98/6 potrošniku olajšati primerjavo cene kilograma paradižnika – saj so paradižniki proizvod, ki je lahko primerljiv in vsekakor strogo enakovreden paradižnikom, ki se prodajajo v drugi trgovini – toliko označevanje cene za proizvode, kot so avtomobili, pod pogoji, opisanimi v Direktivi 98/6, ne more služiti takemu cilju zaradi stopnje posebnosti vsakega vozila.**********

47. Zato je treba obveznost označevanja prodajne cene in cene na mersko enoto, ki jo nalaga Direktiva 98/6, postaviti v kontekst cilja, ki ga uresničuje zakonodajalec, in sicer omogočiti enotno in pregledno obveščanje predvsem v zvezi s kvantificiranjem proizvodov glede na enotni sistem enot kot podlage za določitev njihovih cen,********** da se olajša primerjava. Sodišče o tem ni odločilo drugače, ko je v zadevi Komisija/Belgija razsodilo, da „namen Direktive 98/6 ni varstvo potrošnikov v zvezi z označevanjem cen na splošno ali glede ekonomske stvarnosti oglaševanj znižanj cen, ampak njihovo bolj specifično varstvo glede označevanja cen izdelkov s sklicevanjem na različne količinske enote“.**********

48. Zato se skupaj s Komisijo nagibam k sklepanju, da glavni cilj Direktive 98/6 ni zagotoviti varstvo potrošnikov pri označevanju cen na splošno, ampak predvsem omogočiti zadostno obveščanje potrošnikov, med drugim z omogočanjem primerjave cen, kadar je cena proizvodov označena s sklicevanjem na različne merske enote. To zadostno obveščanje se zahteva, ko se isti proizvod prodaja v različnih količinah in pakiranjih ter je v interesu potrošnikov, da primerjajo ceno zadevnega proizvoda na podlagi iste merske enote.

49. Direktiva 98/6 torej v pravu Unije ni referenčni predpis na področju označevanja cen na splošno za vse ponudbe proizvodov. Prav tako njen namen ni na splošno urejati pogoje, pod katerimi morajo biti cene označene v oglasih.********** Posledično ni osnova, na podlagi katere je treba presojati združljivost zadevne nacionalne zakonodaje.

50. Iz zgornjega izhaja, da ker je namen Direktive 98/6 varstvo potrošnikov ne pri označevanju cen na splošno, ampak pri označevanju cen ponujenih proizvodov s sklicevanjem na različne vrste merskih enot, nacionalna določba, ki se razlaga tako, da je v vseh okoliščinah prepovedana praksa trgovca, da v oglasu ločeno navede ceno vozila na eni strani in znesek obveznih stroškov prevoza navedenega vozila do potrošnika na drugi strani, ne more spadati na področje uporabe navedene direktive.

51. Prav zato ker nemška določba, kot jo razlaga predložitveno sodišče, ne spada na področje uporabe Direktive 98/6, je tudi ni mogoče šteti za „ugodnejšo določbo“, ki jo imajo države članice pravico ohraniti ali sprejeti, v smislu člena 10 Direktive 98/6, ker s to direktivo ni bila izvedena popolna uskladitev zadevnega področja.

********** Točka 27 obrazložitvenega memoranduma predloga direktive. Moj poudarek.

********** To pa toliko bolj, ker so avtomobili opremljeni z določeno količino dodatne opreme.

********** Glej točko 60 sklepnih predlogov generalnega pravobranilca P. Cruza Villalóna v zadevi Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2013:769).

********** Sodba Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2014:2064, točka 59). Glej tudi točko 58 in naslednje sklepnih predlogov generalnega pravobranilca P. Cruza Villalóna v zadevi Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2013:769), na katere se sicer sklicuje Sodišče.

********** Zdi se mi namreč, da če bi člen 1 Direktive 98/6 razlagali tako, da se proizvodi ponujajo, če obstaja oglaševanje, bi pojasnilo v členu 3(4) iste direktive postalo povsem odvečno.

52. V zvezi s tem se znova popolnoma strinjam z analizo generalnega pravobranilca P. Cruza Villalóna v njegovih sklepnih predlogih v zadevi Komisija/Belgija, v katerih je menil, da „je logično, da se te ugodnejše določbe lahko nanašajo le na stvarno področje Direktive 98/6, torej obveščanje potrošnikov glede meril, uporabljenih za določitev cen proizvodov, s čimer se olajša primerjava cen […] z navezavo na različne merske sisteme“.********** V teh okoliščinah člen 10 Direktive 98/6 ne more upravičiti ohranitve nacionalne določbe, kot jo razlaga predložitveno sodišče, saj se taka določba ne nanaša na področje, ki ga ureja Direktiva 98/6.**********

C – *Drugo vprašanje: pojem cene v smislu Direktive 98/6*

53. Glede na odgovor, ki ga Sodišču predlagam v zvezi s prvim vprašanjem za predhodno odločanje, ki ga je postavilo predložitveno sodišče, bom le na kratko podredno obravnaval to vprašanje.

54. Predložitveno sodišče Sodišče sprašuje, ali mora cena, na katero se sklicujeta člena 1 in 3(1) Direktive 98/6, vključevati obvezne stroške prevoza vozila. Ti določbi je treba razlagati z vidika člena 2(a) navedene direktive, v katerem je cena opredeljena kot „končn[a] cen[a] za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda, vključno z DDV in vsemi drugimi dajatvami“. Iz te določbe izhaja, da je končna cena sestavljena iz cene proizvoda, DDV in vseh drugih dajatev.

55. Nagibam se k mnenju, da stroškov prevoza, obravnavanih v okviru spora o glavni stvari, Direktiva 98/6 sploh ne zadeva, in to iz različnih razlogov.

56. Prvič, predložitvenemu sodišču, ki trdi, da bi bilo mogoče za stroške prevoza šteti, da morajo biti vključeni v prodajno ceno proizvoda v smislu Direktive 98/6 zaradi njihove obvezne narave, je treba odgovoriti, da analiza zgodovine člena 2(a) Direktive 98/6 napeljuje k sklepanju, da zakonodajalec ni izbral tega, čeprav je imel priložnost to pojasniti v besedilu te direktive.

57. V prvotni različici predloga direktive********** je bila namreč prodajna cena opredeljena le kot „cena za določeno količino proizvoda“.**********

58. Komisija je v spremenjenem predlogu********** predlagala znatno razširitev te opredelitve z natančnejšo navedbo, da končna cena vključuje „DDV, vse druge dajatve in stroške storitev, ki jih mora obvezno plačati potrošnik“.********** Vendar Svet Evropske unije v Skupnem stališču (ES) št. 60/96, ki ga je sprejel 27. septembra 1996 za sprejetje direktive o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov,********** ni upošteval te formulacije in je zgolj predlagal, naj se prodajna cena razume kot „cena za enoto proizvoda ali dano količino proizvoda“,********** pri čemer je v nadaljevanju osnutka direktive pojasnil, da se „prodajna cena in cena na mersko enoto […] nanašata na končno ceno proizvoda *pod pogoji, ki jih opredelijo države članice*“.**********

********** Sklepni predlogi generalnega pravobranilca P. Cruza Villalóna v zadevi Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2013:769, točka 63).

********** Glej po analogiji točko 64 sklepnih predlogov generalnega pravobranilca P. Cruza Villalóna v zadevi Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2013:769).

********** Glej opombo 19 teh sklepnih predlogov.

********** Člen 2 predloga direktive. Obvezni stroški prevoza vozila bi vsekakor lahko bili zajeti v tej kategoriji.

********** Spremenjeni predlog direktive Evropskega parlamenta in Sveta o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov, COM(96) 264 final z dne 24. junija 1996.

********** Glej člen 2(a) in (b) spremenjenega predloga.

********** UL C 333, str. 7.

********** Glej člen 2(a) Skupnega stališča št. 60/96.

********** Glej člen 4(2) Skupnega stališča št. 60/96. Moj poudarek.

59. Evropski parlament je nato sprejel predlog spremembe, da bi se znova vneslo sklicevanje iz spremenjenega predloga na „stroške storitev, ki jih mora obvezno plačati potrošnik“.********** Končna različica člena 2(a) Direktive 98/6 pa ne vsebuje takega sklicevanja. To po mojem mnenju kaže na težave pri iskanju soglasja o morebitni natančnejši zakonodajni opredelitvi pojma cene in njenih različnih sestavnih delov.

60. Drugič, ugotoviti je treba, da je zakonodajalec ob pojasnitvi pojma „cena“ v smislu Direktive 98/6 omenil dajatve, in ne stroškov. Vendar tudi v tem primeru taka izbira ni nevtralna. Hitra preučitev vzorca različnih jezikovnih različic namreč potrjuje „javno“ naravo teh dajatev. Španska različica omenja „todos los demás impuestos“, italijanska „ogni oltra imposta“, angleška „all other taxes“ in nemška „alle sonstigen Steuern einschließt“. V smislu sodne prakse Sodišča pa je dajatev denarna dajatev, še tako majhna, ki se enostransko naloži, ne glede na njeno poimenovanje oziroma način uporabe,********** in ki jo pobira država ali javni organ. Ker stroške prevoza pobere proizvajalec avtomobilov, jih ni mogoče opredeliti kot dajatev v smislu člena 2(a) Direktive 98/6 oziroma jih enačiti s to dajatvijo.

61. Vsekakor in ob upoštevanju namena Direktive 98/6, na katerega sem opozoril zgoraj, sem še vedno prepričan, da navedena direktiva takih stroškov prevoza nazadnje ne zadeva. Taka ugotovitev je sicer povsem skladna, če sklepamo, kot trdim, da je namen te direktive, da se v bistvenem uporablja v okviru neposrednega dajanja tako imenovanih proizvodov široke potrošnje na razpolago, kot je pri malih maloprodajnih podjetjih ali srednje velikih in velikih trgovcih na drobno.**********

62. Ker po končani analizi ne kaže, da je Direktiva 98/6 upoštevna za rešitev spora o glavni stvari, je zdaj treba analizirati Direktivo 2005/29.

D – *Tretje vprašanje: pojem „cena“ v smislu člena 7(4)(c) Direktive 2005/29*

63. Direktiva 2005/29 ureja nepoštene poslovne prakse. Vsebuje nekaj navedb o pogojih, pod katerimi lahko trgovci komunicirajo v odnosih s potrošniki, eventualno z označevanjem cene proizvoda. Natančneje, člen 7(4) navedene direktive vsebuje seznam bistvenih informacij, ki se ne smejo opustiti, prikriti ali navajati na način, ki bi lahko zavedel potrošnika ob sprejemanju „odločitve o poslu“ v smislu Direktive 2005/29.

64. Cena, „vključno z davki“, spada med te bistvene informacije in predložitveno sodišče Sodišče sprašuje, ali je treba ta pojem, opredeljen v členu 7(4)(c) Direktive 2005/29, razlagati tako, da vključuje obvezne stroške prevoza motornega vozila od proizvajalca do potrošnika. Vendar bom pred analizo navedene določbe navedel dva sklopa uvodnih opomb.

********** Glej predlog spremembe 11 Sklepa o skupnem stališču Sveta za sprejetje direktive Evropskega parlamenta in Sveta o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov, dokument A4-0015/97 (UL C 85, str. 26).

********** Glej med drugim v zvezi s pojmom dajatve z enakim učinkom kot carina sodbi Bakker Hillegom (C-111/89, EU:C:1990:177, točka 9) in Kernkraftwerke Lippe-Ems (C-5/14, EU:C:2015:354, točka 88 in navedena sodna praksa).

********** Da bo popolnoma jasno, iz moje analize se ne sme sklepati, da bi bilo zaradi pomanjkljivosti Direktive 98/6 pri opredelitvi „končne cene“ mogoče ločeno označevati ceno litrske steklenice mleka in znesek stroškov, ki jih distributer naloži potrošniku zaradi prevoza steklenice do trgovine. Stroški, ki se obravnavajo v okviru spora o glavni stvari, so povsem drugačne narave, saj se bolj podobni stroškom dobave proizvoda, za katerega ni mogoče reči, da je proizvod široke potrošnje. Vsekakor pa Direktiva 98/6 ne določa podrobneje pogojev, pod katerimi mora biti označena končna cena.

1. Uvodna pojasnila

65. Na eni strani želim poudariti, da je namen Direktive 2005/29 približati zakonodaje držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, vključno z nepoštenim oglaševanjem, ki neposredno škodujejo ekonomskim interesom potrošnikov in na ta način posredno ekonomskim interesom zakonitih konkurentov.********** Ta direktiva popolnoma usklajuje navedeno področje,********** tako da države članice načeloma********** niti zaradi doseganja višje ravni varstva potrošnikov v svojih pravnih redih ne smejo sprejeti ali ohraniti bolj omejevalnih ukrepov, kot so opredeljeni z Direktivo 2005/29.**********

66. Na drugi strani moram opozoriti, da se lahko glede na Direktivo 2005/29 nepoštene poslovne prakse pojavljajo v dveh oblikah. Tako gre lahko za zavajajoče dejanje (člen 6) ali zavajajočo opustitev (člen 7). Ker se predložitveno sodišče izrecno sklicuje na pojem vabila k nakupu, ki je izrecno omenjeno le v členu 7 Direktive 2005/29, predpostavlja, da poslovna praksa vlagateljice revizije v postopku v glavni stvari spada v kategorijo zavajajočih opustitev. Ker pa poleg tega navedeno sodišče v tej fazi ne želi *in concreto* opredeliti ravnanja družbe Citroën Commerce z vidika Direktive 2005/29, v teh sklepnih predlogih ni treba obravnavati te premise.

2. Bistvena informacija o ceni v kontekstu vabila k nakupu

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

68. Vabilo k nakupu je posebna oblika oglasa, povezana z obvezno navedbo dodatnih informacij, pojasnjeno v členu 7(4) Direktive 2005/29.********** Navedeno vabilo je v členu 2(i) Direktive 2005/29 opredeljeno kot „tržn[a] komunikacij[a], ki navaja značilnosti izdelka in ceno *na način, ki ustreza* sredstvu uporabljene tržne komunikacije, in tako omogoči potrošniku nakup“.********** Sodišče je iz tega sklepalo, da ta določba „ne določa zahteve glede navedbe končne cene“.**********

********** Sodba Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točka 21).

********** Glej sodbe VTB-VAB in Galatea (C-261/07 in C-299/07, EU:C:2009:244, točka 52); Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, točka 41); Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660, točka 27); Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, točka 20); RLvS (C-391/12, EU:C:2013:669, točka 33) in Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2014:2064, točke 55, 61 in 64) ter sklep Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, točka 34).

********** Razen če jim je to izrecno dovoljeno na podlagi same Direktive 2005/29: glej člen 3(9) Direktive 2005/29 in sodbo Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, točke od 21 do 24).

********** Glej sklep Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, točka 34 in navedena sodna praksa).

********** Člen 7(1) Direktive 2005/29. V členu 7(2) iste direktive je opredeljena še ena oblika zavajajoče opustitve, in sicer ko trgovec prikriva ali „na nejasen, nerazumljiv, dvoumen način ali ob nepravem času“ navede bistvene informacije iz člena 7(1), kar povzroči ali bi utegnilo povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel. Oglas, obravnavan v okviru spora o glavni stvari, bi lahko spadal bolj v to drugo kategorijo zavajajoče opustitve, če se šteje, da ločeno označevanje cene vozila in zneska obveznih stroškov prevoza v opombi pomeni, da je bistvena informacija predstavljena nejasno. Vendar tudi to ni vprašanje, ki ga obravnavamo tokrat.

********** Glej točko 22 mojih sklepnih predlogov v zadevi Ving Sverige (EU:C:2011:47).

********** Moj poudarek.

********** Sodba Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točka 36).

69. Vendar se v primeru vabila k nakupu „cena, vključno z davki, ali če je zaradi narave izdelka ceno nemogoče razumno izračunati vnaprej, način, na katerega se cena izračuna, ter po potrebi vključno z dodatnimi prevoznimi, dostavnimi ali poštnimi stroški, ali, če teh stroškov ni mogoče razumno izračunati vnaprej, dejstvo, da bo take dodatne stroške treba plačati“, ********** štejejo za bistveno informacijo.

70. Če se strogo držimo besedila postavljenega vprašanja, želi predložitveno sodišče dobiti le razlago pojma „cena, vključno z davki“. Smiselno pa velja enak sklep, kot je bil izpeljan že iz razlage pojma „druge dajatve“ v kontekstu Direktive 98/6, ker hitra analiza jezikovnih različic znova potrjuje javno naravo sklicevanja na „davke“. Španska različica omenja „el precio, incluidos los impuestos“, italijanska „il prezzo comprensivo delle imposte“, angleška „the price inclusive of taxes“, nemška „der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben“ in portugalska „[o] preço, incluindo impostos e taxas“.

71. Zato nisem prepričan, da se lahko obvezni stroški prevoza vozila razlagajo tako, da morajo biti vključeni v ceno, „vključno z davki“, v smislu člena 7(4)(c) Direktive 2005/29.

72. V vsakem primeru je treba razširiti obseg postavljenega vprašanja in se ne osredotočiti na izraz „cena, vključno z davki“, ampak, nasprotno, poskusiti opredeliti sistematiko člena 7 Direktive 2005/29, da bi bolje opredelili intenzivnost obveznosti, ki izhajajo iz njega v zvezi z označevanjem cen.

73. S tem bomo opazili, na prvem mestu, da v členu 7(4)(c) Direktive 2005/29 ni omenjena le cena, vključno z davki, ampak je omenjen tudi „način, na katerega se cena izračuna, ter po potrebi vključno z dodatnimi prevoznimi, dostavnimi ali poštnimi stroški“. Iz strukture besedila te določbe izhaja, da je cena v njej predvidena skupaj z vsemi sestavnimi deli in da besedilo člena 7(4)(c) Direktive 2005/29, razloženo v celoti, jasno ločeno določa ceno ali način, na katerega se cena izračuna, na eni strani ter druge sestavne dele cene, kot so stroški prevoza, na drugi strani. Ne glede na vse ob branju navedenega člena 7(4)(c) nič ne kaže, da je cena zasnovana tako, da mora vključevati stroške prevoza in biti označena kot skupna končna cena.

74. Na drugem mestu, ugotoviti je treba tudi, da opustitev bistvene informacije, kot je cena, kot je opredeljena v členu 7(4)(c) Direktive 2005/29, kot taka nikakor ne pomeni nepoštene poslovne prakse, ker bo treba vedno v vsakem posameznem primeru ********** analizirati vpliv te opustitve na ravnanje potrošnika in njegovo odločitev o poslu. Iz besedila Direktive 2005/29 izhaja, da bo treba pri tej analizi upoštevati tudi kontekst ********** zadevne poslovne prakse in omejitve, ki so z vidika prostora ali časa lastne uporabljenemu sredstvu komunikacije. **********

75. Sodišče je tako že razsodilo, da bo „[o]bseg informacije o ceni […] določen na podlagi narave in značilnosti izdelka ter na podlagi sredstva komunikacije, ki je bilo uporabljeno za vabilo k nakupu, pri tem pa se upoštevajo tudi dodatne informacije, ki bi jih morda podal trgovec. To, da je bila v vabilu k nakupu navedena zgolj začetna cena, torej samo po sebi ne more pomeniti, da gre za zavajajočo

********** Člen 7(4)(c) Direktive 2005/29.

********** Glej na splošno sodbi Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točke 51, 58, 59 in 73) in Komisija/Belgija (C-421/12, EU:C:2014:2064, točka 56) ter sklep Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, točki 38 in 39).

********** Člen 7(1), (2) in (4) Direktive 2005/29. Glej tudi sodbo Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točke 55, 58 in 73).

********** Člen 7(3) Direktive 2005/29. Glej tudi sodbo Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točka 66).

opustitev“.********** Sodišče je s tem predložitvenemu sodišču prepustilo, naj preveri, ali opustitev navedbe načina izračuna „končne cene“ potrošniku onemogoča ali bi lahko onemogočala sprejetje odločitve o poslu ob poznavanju vseh pomembnih dejstev.**********

76. Posledično, tudi če bi Sodišče menilo, da morajo biti stroški prevoza, kot se obravnavajo v okviru spora o glavni stvari, vključeni v „ceno, vključno z davki“, iz člena 7(4)(c) Direktive 2005/29, to ne bi spremenilo dejstva, da bi nacionalna določba, ki se razlaga tako, da absolutno prepoveduje vabila k nakupu, na katerih sta ločeno označena cena proizvoda in znesek obveznih stroškov prevoza, presegala raven varstva, ki ga zagotavlja Direktiva 2005/29, ker bi bila na podlagi te določbe na splošno sankcionirana opustitev zadevne bistvene informacije – in sicer cene, ki vključuje obvezne stroške – tam, kjer ta direktiva zahteva, da se v vsakem posameznem primeru presojajo konkretne posledice navedene opustitve za poslovno ravnanje potrošnika, preden je zadevno poslovno prakso mogoče opredeliti kot „nepošteno“.**********

77. V teh okoliščinah nemška določba, kot jo razlaga predložitveno sodišče, dejansko v vseh okoliščinah potrjuje poslovno prakso, ki se šteje za nepošteno; take prakse pa so taksativno naštete v Prilogi I k Direktivi 2005/29, katere člen 5(5) izrecno določa, da se ta seznam „lahko spremeni samo s pregledom [navedene] direktive“.**********

78. Iz vsega navedenega izhaja, da je treba člen 7(4)(c) Direktive 2005/29 razlagati tako, da bistvene informacije o ceni v kontekstu vabila k nakupu in ne glede na okoliščine ni treba navesti v obliki skupne končne cene, ki vključuje ne le ceno proizvoda, ampak tudi vse druge sestavne dele končne cene, ki jo bo moral plačati potrošnik. Vsekakor se mora nepoštenost poslovne prakse pri označevanju cene v vabilu k nakupu, kot je opredeljena v navedenem členu 7(4)(c), ocenjevati v vsakem posameznem primeru. Direktiva 2005/29 torej nasprotuje nacionalni določbi, ki se razlaga tako, da določa splošno prepoved – brez ocenjevanja vsakega posameznega primera, na podlagi katerega bi bilo mogoče ugotoviti nepoštenost – tega, da se v oglasu ločeno navedeta cena vozila na eni strani in znesek obveznih stroškov prevoza navedenega vozila na drugi strani.

IV – **Predlog**

79. Glede na vse zgoraj navedeno Sodišču predlagam, naj na vprašanja, ki jih je postavilo Bundesgerichtshof (zvezno sodišče), odgovori:

1. Nacionalna določba, ki se razlaga tako, da je v vseh okoliščinah prepovedana praksa trgovca, da v oglasu ločeno navede ceno vozila na eni strani in znesek obveznih stroškov prevoza navedenega vozila do potrošnika na drugi strani, ne more spadati na področje uporabe Direktive 98/6/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov, katere namen je varstvo potrošnikov ne pri označevanju cen na splošno, ampak pri označevanju cen ponujenih proizvodov s sklicevanjem na različne vrste merskih enot.

2. Člen 7(4)(c) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) je treba razlagati tako, da bistvene informacije o ceni v kontekstu

********** Sodba Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točki 68 in 69).
********** Glej sodbo Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, točka 71).
********** Glej po analogiji točke od 39 do 41 sklepa Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).
********** Glej po analogiji točki 38 in 39 sklepa Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

vabila k nakupu in ne glede na okoliščine ni treba navesti v obliki skupne končne cene, ki vključuje ne le ceno proizvoda, ampak tudi vse druge sestavne dele končne cene, ki jo bo moral plačati potrošnik. Vsekakor se mora nepoštenost poslovne prakse pri označevanju cene v vabilu k nakupu, kot je opredeljena v navedenem členu 7(4)(c), ocenjevati v vsakem posameznem primeru. Iz tega sledi, da Direktiva 2005/29 nasprotuje nacionalni določbi, ki se razlaga tako, da določa splošno prepoved – brez ocenjevanja vsakega posameznega primera, na podlagi katerega bi bilo mogoče ugotoviti nepoštenost – tega, da se v oglasu ločeno navedeta cena vozila na eni strani in znesek obveznih stroškov prevoza navedenega vozila na drugi strani.