Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (szósta izba)

z dnia 23 stycznia 2025 r.*

Odesłanie prejudycjalne – Ochrona konsumentów – Nieuczciwe praktyki handlowe – Dyrektywa 2005/29/WE – Artykuł 7 – Zaniechania wprowadzające w błąd – Zaproszenie do dokonania zakupu – Istotne informacje – Informacje dotyczące sposobu, w jaki obliczana jest cena, które należy przekazać konsumentowi – Internetowa oferta dostawy energii elektrycznej – Symulator stawek – Wskazanie obowiązującego konsumenta procentowego podwyższenia ceny

W sprawie C-518/23

mającej za przedmiot wniosek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości, Niemcy) postanowieniem z dnia 27 lipca 2023 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 10 sierpnia 2023 r., w postępowaniu:

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

przeciwko

NEW Niederrhein Energie und Wasser GmbH,

TRYBUNAŁ (szósta izba),

w składzie: T. von Danwitz, wiceprezes Trybunału, pełniący obowiązki prezesa szóstej izby, A. Kumin (sprawozdawca) i I. Ziemele, sędziowie,

rzecznik generalny: M. Szpunar,

sekretarz: A. Calot Escobar,

uwzględniając pisemny etap postępowania,

rozważywszy uwagi, które przedstawili:

– w imieniu Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – P. Wassermann, Rechtsanwalt,

– w imieniu NEW Niederrhein Energie und Wasser GmbH – T. Höch, Rechtsanwalt,

* Język postępowania: niemiecki.

– w imieniu Komisji Europejskiej – P. Kienapfel, P. Ondrůšek i I. Rubene, w charakterze pełnomocników,

podjąwszy, po wysłuchaniu rzecznika generalnego, decyzję o rozstrzygnięciu sprawy bez opinii,

wydaje następujący

Wyrok

1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni art. 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych") (Dz.U. 2005, L 149, s. 22).

2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu pomiędzy Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (związkiem federalnym organizacji i stowarzyszeń konsumenckich, Niemcy) (zwanym dalej „związkiem organizacji konsumenckich") a NEW Niederrhein Energie und Wasser GmbH w przedmiocie potencjalnie wprowadzającej w błąd reklamy oferty dostawy energii elektrycznej.

Ramy prawne

Prawo Unii

3 Motywy 6, 7, 14 i 18 dyrektywy 2005/29 mają następujące brzmienie:

„(6) Niniejsza dyrektywa zbliża zatem przepisy prawne państw członkowskich w zakresie nieuczciwych praktyk handlowych, w tym nieuczciwej reklamy, które bezpośrednio wyrządzają szkodę interesom gospodarczym konsumentów, a tym samym szkodzą pośrednio interesom gospodarczym konkurentów działających zgodnie z prawem. Zgodnie z zasadą proporcjonalności niniejsza dyrektywa chroni konsumentów przed konsekwencjami takich nieuczciwych praktyk handlowych, w przypadku gdy konsekwencje te są istotne, ale uznaje, że w niektórych przypadkach skutki dla konsumentów mogą być znikome. […]

(7) Niniejsza dyrektywa odnosi się do praktyk handlowych bezpośrednio związanych z wywieraniem wpływu na decyzje dotyczące transakcji podejmowane przez konsumentów względem produktów. […]

[…]

(14) Wskazane jest, aby pojęcie praktyk handlowych wprowadzających w błąd obejmowało te spośród praktyk, w tym reklamę wprowadzającą w błąd, które poprzez wprowadzanie konsumenta w błąd uniemożliwiają mu dokonanie świadomego, a zatem i efektywnego wyboru. W zgodzie z przepisami i praktykami państw członkowskich w dziedzinie reklamy

wprowadzającej w błąd, w niniejszej dyrektywie praktyki wprowadzające w błąd dzielą się na działania wprowadzające w błąd i zaniechania wprowadzające w błąd. Odnośnie do zaniechań niniejsza dyrektywa wyznacza ograniczony zakres podstawowych informacji, które są potrzebne konsumentowi do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji. Informacji takich nie trzeba będzie ujawniać we wszystkich ogłoszeniach reklamowych, lecz tylko w tych przypadkach, gdy przedsiębiorca składa zaproszenie do dokonania zakupu, które jest pojęciem jasno zdefiniowanym w niniejszej dyrektywie. Przewidziana w niniejszej dyrektywie pełna harmonizacja nie stoi na przeszkodzie określeniu przez państwa członkowskie w prawie krajowym podstawowych cech pewnych produktów, takich jak artykuły kolekcjonerskie czy urządzenia elektryczne, których pominięcie byłoby istotne przy składaniu zaproszenia do dokonania zakupu. […]

[…]

(18) Właściwe jest zapewnienie wszystkim konsumentom ochrony przed nieuczciwymi praktykami handlowymi; jednakże […] Trybunał Sprawiedliwości przy orzekaniu w sprawach dotyczących reklamy uznał za konieczne badanie jej wpływu na hipotetycznego typowego konsumenta. Zgodnie z zasadą proporcjonalności oraz w celu umożliwienia skutecznego stosowania środków ochrony zawartych w niniejszej dyrektywie, za punkt odniesienia uznaje ona przeciętnego konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany oraz dostatecznie uważny i ostrożny, z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych i językowych, zgodnie z wykładnią Trybunału Sprawiedliwości, jednak zawiera ona również przepisy mające na celu zapobieganie wykorzystywaniu konsumentów, których cechy czynią ich szczególnie podatnymi na nieuczciwe praktyki handlowe. […] Test przeciętnego konsumenta nie jest przy tym testem statystycznym. W celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy i organy administracyjne będą musiały polegać na własnej umiejętności oceny, z uwzględnieniem orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości”.

4 Artykuł 2 tej dyrektywy stanowi:

„Do celów niniejszej dyrektywy:

[…]

d) »praktyki handlowe stosowane przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów« […] oznaczają każde działanie przedsiębiorcy, jego zaniechanie, sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją, sprzedażą lub dostawą produktu do konsumentów;

[…]

i) »zaproszenie do dokonania zakupu« oznacza komunikat handlowy, który określa cechy produktu i jego cenę w sposób właściwy dla użytego środka komunikacji handlowej i umożliwia w ten sposób konsumentowi dokonanie zakupu;

[…]”.

5 Artykuł 7 wspomnianej dyrektywy przewiduje:

„1. Praktykę handlową uznaje się za wprowadzającą w błąd, jeżeli w konkretnym przypadku, biorąc pod uwagę wszystkie jej cechy i okoliczności oraz ograniczenia środka przekazu, pomija ona istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi, stosownie do okoliczności, do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

2. Za wprowadzające w błąd uznaje się również zaniechanie, jeżeli, uwzględniając szczegółowe postanowienia ust. 1, przedsiębiorca zataja lub w sposób niejasny, niezrozumiały, dwuznaczny lub z opóźnieniem przekazuje istotne informacje, o których mowa w tym ustępie, lub nie ujawnia komercyjnego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jasno z kontekstu i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

3. W przypadku gdy środek przekazu stosowany dla danej praktyki handlowej nakłada ograniczenia przestrzenne lub czasowe, ograniczenia te i wszystkie środki podjęte przez przedsiębiorcę w celu udostępnienia informacji konsumentom w inny sposób zostaną uwzględnione przy rozstrzyganiu, czy doszło do pominięcia informacji.

4. W przypadku zaproszenia do dokonania zakupu za istotne uważa się następujące informacje, jeżeli nie wynikają one jasno z kontekstu:

[…]

c) cena wraz z podatkami lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również, w odpowiednich przypadkach, wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informacja o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów;

[…]”.

Prawo niemieckie

6 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji) z dnia 3 lipca 2004 r. (BGBl. 2010 I, s. 254), w brzmieniu obowiązującym w dniu 28 maja 2022 r., mającym zastosowanie do sporu w postępowaniu głównym (zwana dalej „UWG”), ma na celu w szczególności transpozycję do prawa niemieckiego dyrektywy 2005/29.

7 Zgodnie z § 5a ust. 1 i 3 UWG:

„1. Działa w sposób nieuczciwy również ten, kto wprowadza konsumenta lub innego uczestnika rynku w błąd poprzez pominięcie istotnych informacji:

1) których konsument lub inny uczestnik rynku potrzebuje w danych okolicznościach do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji oraz

2) których pominięcie może spowodować podjęcie przez konsumenta lub innego uczestnika rynku decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

[…]

3. Przy dokonywaniu oceny, czy pominięto istotne informacje, należy wziąć pod uwagę:

1) ograniczenia przestrzenne i czasowe wynikające ze środków przekazu wybranych dla danej praktyki handlowej oraz

2) wszelkie działania podjęte przez przedsiębiorcę w celu udostępnienia informacji konsumentowi lub innemu uczestnikowi rynku w inny sposób niż za pomocą środków komunikacji wybranych dla danej praktyki handlowej".

8 Paragraf 5b ust. 1 UWG stanowi:

„Jeśli produkty lub usługi są oferowane ze wskazaniem ich cech i ceny w sposób właściwy dla użytego środka przekazu, tak że przeciętny konsument może zawrzeć transakcję, wówczas wymienione poniżej informacje uznaje się za istotne w rozumieniu § 5a ust. 1, o ile nie wynikają one bezpośrednio z kontekstu:

[…]

3) cena całkowita lub, w przypadku gdy charakter towaru lub usługi nie pozwala na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również, w odpowiednich przypadkach, wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest możliwe, informacja o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów obciążających konsumenta;

[…]".

Postępowanie główne i pytanie prejudycjalne

9 Spółka NEW Niederrhein Energie und Wasser, która prowadzi działalność na całym terytorium Niemiec, dostarcza energię elektryczną między innymi odbiorcom dysponującym systemem ogrzewania elektrycznego z akumulacją (zwaną dalej „energią elektryczną wykorzystywaną do ogrzewania"). Spółka ta sprzedaje owym odbiorcom w szczególności energię elektryczną rozliczaną po stawce obniżonej w „godzinach pozaszczytowych" odpowiadających nocnemu przedziałowi czasowemu i służącą zasilaniu tego systemu.

10 Z postanowienia odsyłającego wynika, że pomiar zużycia przez tych odbiorców energii elektrycznej wykorzystywanej do ogrzewania oraz zużycia przez nich energii elektrycznej wykorzystywanej do innych celów może być oddzielny albo łączny. W przypadku pomiaru łącznego stosuje się licznik dwutaryfowy wyposażony w dwa mierniki, które rejestrują zużycie energii elektrycznej – jeden według stawki obniżonej w godzinach pozaszczytowych, zaś drugi według stawki pełnej, stosowanej w pozostałych godzinach doby.

11 Sąd odsyłający wyjaśnia, że w godzinach stosowania stawki obniżonej odbiorcy mogą zużywać oprócz energii elektrycznej wykorzystywanej do ogrzewania energię elektryczną wykorzystywaną do innych celów, której zużycia nie można rejestrować oddzielnie. Niektórzy operatorzy systemów

dystrybucji energii elektrycznej ustalają w tej sytuacji dla dostawców energii elektrycznej tak zwaną ilość wyrównawczą (zwaną dalej „ilością wyrównawczą”) odpowiadającą rozliczeniu według stawki pełnej części zużycia energii elektrycznej, której pomiar nastąpił według stawki obniżonej, i przybierającą postać zryczałtowanej wartości procentowej.

12 Na swojej stronie internetowej (www.new-energie.de) spółka NEW Niederrhein Energie und Wasser, która przerzuca na swoich odbiorców ilość wyrównawczą ustalaną przez operatorów systemów dystrybucji energii elektrycznej, udostępnia publicznie symulator stawek energii elektrycznej. Z symulatora tego mogą korzystać również osoby, które zużywają energię elektryczną wykorzystywaną do ogrzewania i posiadają licznik dwutaryfowy. Zainteresowani muszą w tym celu wprowadzić swój kod pocztowy oraz ilości energii elektrycznej, które zużyli lub które odpowiadają ich potrzebom w ramach, odpowiednio, stawki obniżonej i stawki pełnej. Symulator ten wylicza wówczas ofertę taryfową, którą mogą oni przyjąć, zawierając tym samym umowę na dostawę energii elektrycznej ze spółką NEW Niederrhein Energie und Wasser.

13 Zdaniem związku organizacji konsumenckich brak wskazania, przy korzystaniu ze wspomnianego symulatora, ilości wyrównawczej przerzucanej na danego konsumenta stanowi naruszenie zakazu zaniechań wprowadzających w błąd, a tym samym UWG. Ostateczna cena podawana przez symulator stawek jest bowiem niższa od ceny rzeczywistej, ponieważ nie uwzględnia ona wartości procentowej związanej z ilością wyrównawczą.

14 Związek organizacji konsumenckich zażądał przed właściwymi sądami niemieckimi, zarówno w postępowaniu pierwszoinstancyjnym, jak i w postępowaniu odwoławczym, by spółce NEW Niederrhein Energie und Wasser nakazano zaniechania w szczególności reklamowania oferty dostawy energii elektrycznej wykorzystywanej do ogrzewania bez wyraźnego wskazania konsumentowi w ramach procesu zawierania umowy, a dokładniej w odniesieniu do sposobu rozliczania tej energii elektrycznej, wartości procentowej związanej z ilością wyrównawczą, stosowanej w przypadku łącznego pomiaru, za pomocą licznika dwutaryfowego, zużycia wspomnianej energii elektrycznej oraz energii elektrycznej wykorzystywanej do innych celów.

15 Po tym, jak wspomniane sądy oddaliły te żądania, związek organizacji konsumenckich wniósł skargę rewizyjną do Bundesgerichtshof (federalnego trybunału sprawiedliwości, Niemcy), będącego sądem odsyłającym, podtrzymując swoje żądanie zaniechania owej reklamy.

16 Z postanowienia odsyłającego wynika, że w ogólnych warunkach sprzedaży drugiej strony postępowania głównego, co do których zainteresowana osoba musi potwierdzić, że zapoznała się z nimi w trakcie procesu przyjmowania internetowej oferty dostawy energii elektrycznej wykorzystywanej w szczególności do ogrzewania, uściślono, że to operator lokalnego systemu dystrybucji energii elektrycznej określa nocny przedział czasowy i wartość procentową związaną z ilością wyrównawczą. Wskazano tam również, że operator systemu dystrybucyjnego ustalił ową wartość na 25 % dla obszaru geograficznego, na którym druga strona postępowania głównego ma siedzibę.

17 Sąd odsyłający uważa, że reklama oferty dostawy energii elektrycznej wynikająca z udostępniania przez dostawcę internetowego symulatora stawek stanowi „zaproszenie do dokonania zakupu” w rozumieniu właściwych przepisów niemieckich, które transponują w szczególności art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29.

18 Zdaniem tego sądu z uwagi na to, że ostateczna decyzja konsumenta dotycząca transakcji, to jest decyzja o zawarciu umowy na dostawę energii elektrycznej, znajduje swoje źródło w początku procesu zawierania umowy, wskazanie przez drugą stronę postępowania głównego wartości procentowej związanej z obowiązującą ilością wyrównawczą w ogólnych warunkach sprzedaży nie pozwala na wypełnienie – choćby ze względu na sekwencję czasową – spoczywającego na niej obowiązku informacyjnego. W szczególności informacje o sposobie, w jaki obliczana jest fakturowana cena, należałoby przekazywać w ramach korzystania z symulatora poprzez określenie dokładnej wartości procentowej związanej z obowiązującą zainteresowaną osobę ilością wyrównawczą. Uwzględnienie tej wartości procentowej przy obliczaniu ceny energii elektrycznej umożliwiałoby konsumentom porównanie oferty drugiej strony postępowania głównego z ofertą innych dostawców.

19 Wspomniany sąd uważa, że wniesione przez związek organizacji konsumenckich powództwo o zaniechanie należałoby uwzględnić, gdyby trzeba było uznać, że informacje o sposobie, w jaki obliczana jest cena, które druga strona postępowania głównego ma zgodnie z art. 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 przekazać, muszą obejmować dokładną wartość procentową związaną z ilością wyrównawczą, tak aby zainteresowana osoba, która zna swoje zużycie energii elektrycznej, mogła samodzielnie obliczyć tę cenę. Taka wykładnia byłaby zgodna z celem tej dyrektywy, jakim jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, i mogłaby zostać wywiedziona z kontekstu prawnego, w jaki ów art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 się wpisuje.

20 Sąd odsyłający stoi na stanowisku, że konsument potrzebuje takich informacji w celu podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji, i uważa, że pominięcie tych istotnych informacji mogłoby spowodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

21 Ponadto sąd ten wskazuje, że chociaż sąd odwoławczy uznał, iż druga strona postępowania głównego nie była w stanie wskazać informacji o dokładnej wartości procentowej związanej z ilością wyrównawczą obowiązującą na obszarze geograficznym objętym danym systemem dystrybucyjnym, ponieważ operatorzy systemów dystrybucji energii elektrycznej rzadko publikują tę informację, to jednak ów sąd odwoławczy nie stwierdził, aby uzyskanie przez drugą stronę postępowania głównego wspomnianej informacji od owych operatorów było niemożliwe.

22 Niemniej sąd odsyłający zauważa, że zawarte w art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 wyrażenie „sposób, w jaki cena jest obliczana”, można również interpretować w ten sposób, że ogólne poinformowanie konsumenta o elementach istotnych przy obliczaniu ceny może okazać się wystarczające.

23 W tych okolicznościach Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującym pytaniem prejudycjalnym:

„Czy w przypadku ceny zależnej od zużycia informacje o sposobie obliczania ceny, których przedsiębiorca jest zobowiązany udzielić na podstawie art. 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy [2005/29], należy podać tak, aby umożliwiały one konsumentowi samodzielne obliczenie ceny, gdy znane jest mu dotyczące go zużycie?”.

W przedmiocie pytania prejudycjalnego

24 Na wstępie należy zauważyć, że z postanowienia odsyłającego wynika, iż strony w postępowaniu głównym spierają się co do tego, czy dostępny na stronie internetowej dostawcy energii elektrycznej symulator stawek, który umożliwia danemu konsumentowi obliczenie miesięcznej ceny należnej za energię elektryczną wykorzystywaną w szczególności do ogrzewania, musi wskazywać stosowaną przez dostawcę energii elektrycznej względem tego konsumenta dokładną wartość procentową związaną z ilością wyrównawczą, tak aby ów konsument, który zna swoje zużycie energii elektrycznej, mógł samodzielnie obliczyć tę cenę.

25 W związku z tym poprzez zadane pytanie prejudycjalne sąd odsyłający dąży w istocie do ustalenia, czy art. 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 należy interpretować w ten sposób, że w ramach internetowej reklamy oferty dostawy energii elektrycznej informacje dotyczące sposobu, w jaki obliczana jest cena, muszą zawierać wskazanie dokładnej wartości procentowej składnika zmiennego, takiego jak ilość wyrównawcza, stosowanego przez dostawcę energii elektrycznej względem danego konsumenta, tak aby ów konsument, gdy tylko zna swoje zużycie energii elektrycznej, mógł samodzielnie obliczyć tę cenę.

26 Należy przypomnieć, że jedynie praktyka handlowa zaklasyfikowana uprzednio jako „zaproszenie do dokonania zakupu” jest objęta art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29, podczas gdy ogół praktyk handlowych, w tym zaproszenia do dokonania zakupu, podlega przepisom art. 7 ust. 1–3 i 5 tej dyrektywy (wyrok z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 24).

27 Ze względu na to, że sąd odsyłający uważa, iż reklama oferty dostawy energii elektrycznej za pomocą symulatora stawek udostępnianego konsumentowi na stronie internetowej dostawcy energii elektrycznej stanowi „zaproszenie do dokonania zakupu” w rozumieniu art. 2 lit. i) dyrektywy 2005/29, należy zauważyć, że przepis ten definiuje to pojęcie jako „komunikat handlowy, który określa cechy produktu i jego cenę w sposób właściwy dla użytego środka komunikacji handlowej i umożliwia w ten sposób konsumentowi dokonanie zakupu”.

28 Ponadto Trybunał wyjaśnił, że zaproszenie do dokonania zakupu, jako szczególna forma reklamy, podlega poszerzonemu obowiązkowi informacyjnemu zgodnie z art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29 w związku z jej motywem 14 (wyrok z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 28).

29 Każde zaproszenie do dokonania zakupu musi zatem zawierać szereg istotnych informacji wymienionych w art. 7 ust. 4 dyrektywy 2005/29, które są konsumentowi potrzebne do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji. Zgodnie z lit. c) tego przepisu informacje te obejmują w szczególności cenę wraz z podatkami lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana.

30 Z brzmienia art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 wynika przede wszystkim, że należy odróżnić wskazanie ceny końcowej od wskazania sposobu, w jaki cena ta jest obliczana, następnie, że to od charakteru produktu zależy to, czy przedsiębiorca nie może w sposób racjonalny owej ceny wcześniej obliczyć, i wreszcie, że jeżeli przedsiębiorca nie jest w stanie wskazać wspomnianej ceny, musi on określić zasady, w oparciu o które cena ta jest obliczana, lub, innymi słowy, sposób obliczania ceny końcowej.

31 Wobec tego, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie ceny końcowej dostawy energii elektrycznej nie jest w sposób racjonalny możliwe, gdyż cena ta może zależeć od pewnych elementów, takich jak na przykład koszty obciążające dostawcę energii elektrycznej, lecz niezależne od niego i zmienne, czy też, jak wskazuje sąd odsyłający, ilość energii elektrycznej rzeczywiście zużytej przez konsumenta, informacja o zastosowaniu elementu takiego jak procentowe podwyższenie ceny w związku z ilością wyrównawczą, który przedsiębiorca uwzględnia w cenie końcowej, wchodzi w zakres „sposobu, w jaki cena jest obliczana", w rozumieniu art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 i jako taka stanowi istotną informację potrzebną konsumentowi do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji.

32 Co więcej, zgodnie z art. 7 ust. 1 dyrektywy 2005/29 zaproszenie do dokonania zakupu, takie jak reklama rozpatrywana w postępowaniu głównym, uznaje się za wprowadzające w błąd, jeżeli pomija ono istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi, stosownie do okoliczności, do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

33 Z powyższych rozważań wynika, że istotna informacja, taka jak wskazanie zastosowania procentowego podwyższenia ceny w związku z ilością wyrównawczą, musi znaleźć się w zaproszeniu do dokonania zakupu, takim jak to rozpatrywane w postępowaniu głównym, jeżeli jest ona potrzebna przeciętnemu konsumentowi, stosownie do okoliczności, do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji.

34 Należy zauważyć, że zasadnicze znaczenie dla wykładni przepisów dyrektywy 2005/29 ma pojęcie „konsumenta". Kryterium oceny przyjętym w tej dyrektywie jest przeciętny konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany oraz dostatecznie uważny i ostrożny, z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych i językowych (wyrok z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 22).

35 Przy dokonywaniu oceny, czy dana reklama wprowadza w błąd, sąd krajowy winien zatem uwzględnić jej odbiór przez przeciętnego konsumenta, dostatecznie dobrze poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i ostrożnego (wyrok z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 23 i przytoczone tam orzecznictwo).

36 Należy dodać, że – jak wynika z motywu 18 dyrektywy 2005/29 – test przeciętnego konsumenta nie jest testem statystycznym i że w celu ustalenia typowej reakcji tego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy i organy będą musiały polegać na własnej umiejętności oceny.

37 Wyjaśniwszy powyższe, należy zauważyć, że brzmienie art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 nie określa sposobu, w jaki przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta o zasadach obliczania ceny.

38 Ponadto ze względu na charakter danego produktu, a w szczególności na warunki wytwarzania, dostawy lub ostatecznego wykorzystania tego produktu, przedsiębiorca może nie być w stanie dokładnie znać z wyprzedzeniem wszystkich składników ceny końcowej, a w związku z tym – poinformować konsumenta o sposobie obliczania tej ceny tak, aby zainteresowany mógł dokonać tego obliczenia samodzielnie.

39 Wobec tego konsument nie musi zostać poinformowany o sposobie, w jaki obliczana jest cena, w takim zakresie, by być w stanie na podstawie udzielonych informacji samodzielnie obliczyć tę cenę i tym samym uzyskać ostateczny wynik liczbowy.

40 W tym względzie należy przypomnieć, że dyrektywa 2005/29 nie zawiera żadnego precyzyjnego uregulowania w odniesieniu do kwestii, jakie powinny być zakres i nośnik istotnych informacji (zob. podobnie wyrok z dnia 8 lutego 2017 r., Carrefour Hypermarchés, C-562/15, EU:C:2017:95, pkt 37).

41 W związku z tym informacja o sposobie, w jaki obliczana jest cena, w rozumieniu art. 7 ust. 4 lit. c) tej dyrektywy może mieć przykładowo postać przedziału wartości procentowych lub wartości procentowej, która jest precyzyjna, lecz której stosowanie jest warunkowe, czy też wartości procentowej określonej z góry, lecz ze wskazaniem, że jej poziom może wahać się w czasie ze względu na elementy zmienne, niezależne od przedsiębiorcy.

42 Taką wykładnię art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 potwierdza analiza ogólnej systematyki art. 7 tej dyrektywy.

43 W tym względzie należy przypomnieć w pierwszej kolejności, że zgodnie z art. 7 ust. 2 dyrektywy 2005/29 zaproszenie do dokonania zakupu, takie jak reklama rozpatrywana w postępowaniu głównym, wiąże się z zaniechaniem wprowadzającym w błąd, w szczególności jeżeli przedsiębiorca zataja informacje dotyczące sposobu, w jaki obliczana jest cena, lub przekazuje je w sposób niejasny, niezrozumiały, dwuznaczny lub z opóźnieniem oraz jeżeli – w tym pierwszym lub drugim przypadku – powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

44 Wynika stąd, że przedsiębiorca ma obowiązek wskazać wszystkie elementy składowe uwzględniane przy obliczaniu ceny. Podobnie przedsiębiorca musi poinformować o każdym z tych elementów w taki sposób, aby przeciętny konsument był w stanie podjąć świadomą decyzję dotyczącą transakcji.

45 W drugiej kolejności zgodnie z art. 7 ust. 1 dyrektywy 2005/29 przy dokonywaniu oceny, czy praktyka handlowa wprowadza w błąd, należy wziąć pod uwagę w szczególności kontekst faktyczny tej praktyki, wszystkie jej cechy oraz ograniczenia użytego środka przekazu. Artykuł 7 ust. 3 tej dyrektywy przewiduje z kolei, że przy rozstrzyganiu, czy doszło do pominięcia informacji, uwzględnia się ograniczenia przestrzenne lub czasowe użytego środka przekazu, jak również działania podjęte przez przedsiębiorcę w celu udostępnienia tych informacji konsumentom w inny sposób (zob. podobnie wyrok z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 53, 54).

46 Z przepisów tych wynika, że zakres informacji dotyczących sposobu, w jaki obliczana jest cena, które przedsiębiorca powinien zakomunikować w treści zaproszenia do dokonania zakupu, należy oceniać z uwzględnieniem w szczególności kontekstu faktycznego, w jaki wpisuje się to zaproszenie do dokonania zakupu, oraz użytego środka przekazu (zob. podobnie wyroki: z dnia 12 maja 2011 r., Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, pkt 55; z dnia 26 października 2016 r., Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, pkt 27).

47 Sąd odsyłający wskazuje, że nie jest ani ustalone, ani oczywiste, że środek przekazu używany na potrzeby rozpatrywanej praktyki handlowej, a mianowicie symulator stawek dostępny na stronie internetowej drugiej strony postępowania głównego, nakłada ograniczenia przestrzenne lub czasowe.

48 W tym stanie rzeczy, w celu ustalenia zakresu informacji, które przedsiębiorca ma obowiązek zakomunikować w odniesieniu do sposobu obliczania ceny, sąd odsyłający będzie musiał uwzględnić kontekst faktyczny, w jaki wpisuje się reklama rozpatrywana w postępowaniu głównym.

49 W tym względzie, po pierwsze, druga strona postępowania głównego utrzymuje, czego zweryfikowanie nie należy do Trybunału, że nie jest w stanie, racjonalnie rzecz biorąc, wskazać w swojej reklamie dokładnej wartości procentowej związanej z ilością wyrównawczą. I tak, twierdzi ona, że operatorzy systemów dystrybucji energii elektrycznej mający siedzibę na terytorium Niemiec przyjmują niekiedy różne wartości procentowe, które są zmienne w czasie, w związku z czym gdyby musiała ona wskazywać konsumentom tę wartość procentową dokładnie i w czasie rzeczywistym, byłaby zmuszona do tego, by każdego dnia zwracać się do wszystkich tych operatorów o podanie wszelkich ewentualnych zmian tego elementu. Zdaniem drugiej strony postępowania głównego takie podejście wymagałoby zmobilizowania nieproporcjonalnie dużych zasobów.

50 Po drugie, z postanowienia odsyłającego wynika, że reklama wyświetlająca propozycje taryfowe generowane przez symulator stawek zawiera link do ogólnych warunków sprzedaży stosowanych przez drugą stronę postępowania głównego. W dokumencie tym druga strona postępowania głównego wskazuje konsumentowi, że to operator lokalnego systemu określa nocny przedział czasowy odpowiadający stosowaniu stawki obniżonej i wartość procentową związaną z ilością wyrównawczą oraz że owa wartość została przez operatora lokalnego systemu ustalona na 25 % dla obszaru geograficznego, na którym ma ona siedzibę.

51 Z powyższych rozważań wynika, że w kontekście faktycznym, w jaki wpisuje się rozpatrywane w postępowaniu głównym zaproszenie do dokonania zakupu, nie można uznać – z zastrzeżeniem ustaleń, których dokonanie należy do sądu odsyłającego – że zaproszenie to wiąże się z „zaniechaniem wprowadzającym w błąd” w rozumieniu art. 7 ust. 1 i 4 dyrektywy 2005/29, o ile link do ogólnych warunków sprzedaży, które zawierają informacje o wartości procentowej związanej z ilością wyrównawczą, wyświetla się w widoczny sposób, a przyjęcie oferty przez konsumenta jest z technicznego punktu widzenia uzależnione od potwierdzenia przez niego, że zapoznał się z tymi warunkami, co pozwala zapewnić, że konsument ten podejmuje świadomą decyzję dotyczącą transakcji.

52 W świetle całości powyższych rozważań na zadane pytanie trzeba odpowiedzieć, iż art. 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29 należy interpretować w ten sposób, że w przypadku zaproszenia do dokonania zakupu złożonego za pomocą internetowego komunikatu handlowego informacje dotyczące sposobu, w jaki obliczana jest cena, niekoniecznie muszą zawierać wskazanie dokładnej wartości procentowej składnika zmiennego, takiego jak ilość wyrównawcza, stosowanego przez dostawcę energii elektrycznej względem danego konsumenta, tak aby ów konsument, gdy zna swoje zużycie energii elektrycznej, mógł samodzielnie obliczyć tę cenę, o ile w komunikacie tym wskazano, że taka wartość procentowa jest co do zasady stosowana, i podano ewentualny rząd wielkości oraz elementy mające na tę wartość wpływ, umożliwiając w ten sposób przeciętnemu konsumentowi podjęcie świadomej decyzji dotyczącej transakcji.

W przedmiocie kosztów

53 Dla stron w postępowaniu głównym niniejsze postępowanie ma charakter incydentalny, dotyczy bowiem kwestii podniesionej przed sądem odsyłającym, do niego zatem należy rozstrzygnięcie o kosztach. Koszty poniesione w związku z przedstawieniem uwag Trybunałowi, inne niż koszty stron w postępowaniu głównym, nie podlegają zwrotowi.

Z powyższych względów Trybunał (szósta izba) orzeka, co następuje:

Artykuł 7 ust. 1 i art. 7 ust. 4 lit. c) dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych”)

należy interpretować w ten sposób, że:

w przypadku zaproszenia do dokonania zakupu złożonego za pomocą internetowego komunikatu handlowego informacje dotyczące sposobu, w jaki obliczana jest cena, niekoniecznie muszą zawierać wskazanie dokładnej wartości procentowej składnika zmiennego, takiego jak ilość wyrównawcza, stosowanego przez dostawcę energii elektrycznej względem danego konsumenta, tak aby ów konsument, gdy zna swoje zużycie energii elektrycznej, mógł samodzielnie obliczyć tę cenę, o ile w komunikacie tym wskazano, że taka wartość procentowa jest co do zasady stosowana, i podano ewentualny rząd wielkości oraz elementy mające na tę wartość wpływ, umożliwiając w ten sposób przeciętnemu konsumentowi podjęcie świadomej decyzji dotyczącej transakcji.

Podpisy