РЕШЕНИЕ НА СЪДА (втори състав)

12 май 2011 година *

По дело C-122/10

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Marknadsdomstolen (Швеция) с акт от 4 март 2010 г., постъпил в Съда на 8 март 2010 г., в рамките на производство по дело

Konsumentombudsmannen

срещу

Ving Sverige AB,

СЪДЪТ (втори състав),

състоящ се от: г-н J. N. Cunha Rodrigues (докладчик), председател на състав, г-н A. Rosas, г-н U. Lõhmus, г-н A. Ó Caoimh и г-жа P. Lindh, съдии,

* Език на производството: шведски.

генерален адвокат: г-н P. Mengozzi,
секретар: г-н A. Calot Escobar,

предвид изложеното в писмената фаза на производството,

като има предвид становищата, представени:

— за Konsumentombudsmannen, от г-жа G. Wikström, в качеството на представител,

— за Ving Sverige AB, от адв. D. Tornberg, advokat,

— за шведското правителство, от г-жа C. Meyer-Seitz и г-жа S. Johannesson, в качеството на представители,

— за германското правителство, от г-н T. Henze, в качеството на представител,

— за испанското правителство, от г-н F. Díez Moreno, в качеството на представител,

— за нидерландското правителство, от г-жа C. M. Wissels и г-жа B. Koopman, в качеството на представители,

— за полското правителство, от г-н M. Szpunar, в качеството на представител,

— за правителството на Обединеното кралство, от г-жа F. Penlington, в качеството на представител,

— за норвежкото правителство, от г-жа J. T. Kaasin и г-жа I. Thue, в качеството на представители,

— за Европейската комисия, от г-н W. Wils и г-н J. Enegren, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 3 февруари 2011 г.,

постанови настоящото

Решение

1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на член 2, буква и) и член 7, параграф 4 от Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялните търговски практики“) (ОВ L 149, стр. 22; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 14, стр. 260).

2 Запитването е отправено в рамките на спор между Konsumentombudsmannen (омбудсман, натоварен със защита на потребителите) и Ving Sverige AB (наричано по-нататък „Ving“) относно съвместимостта на търговско съобщение с националната правна уредба относно търговските практики.

Правна уредба

Право на Съюза

3 В съображение 6 от Директива 2005/29 се посочва, че тя „сближава законодателствата на държавите членки относно нелоялните търговски практики, включително нелоялната реклама, които пряко нарушават икономическите интереси на потребителите и в тази връзка непряко нарушават и икономическите интереси на конкурентите[,] действащи законосъобразно“.

4 Съгласно съображение 7 от нея Директива 2005/29 „урежда търговски практики, пряко свързани с въздействието върху вземане на решения от потребителя[,] отнасящи се до продукти“.

5 В съображение 14 от тази директива се посочва, че по отношение на заблуждаващите бездействия тя въвежда „ограничен брой ключови елементи от информация, от която се нуждае потребителя[т], за да вземе решение за покупка[, след като е напълно осведомен]. Не е необходимо тази информация да се

разпространява във всички реклами, а само когато търговецът прави предложение за продажба“.

6 В съображение 15 от посочената директива се уточнява, че „[к]огато законодателството на Общността определя информационните изисквания по отношение на търговски съобщения, реклама и маркетинг, тази информация се разглежда като съществена по смисъла на тази директива“.

7 От съображение 18 от същата директива следва, че „[с]ъобразно принципа на пропорционалност и с оглед ефективното прилагане на защитните мерки, съдържащи се в нея, настоящата директива приема като база за сравнение средния потребител, който е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив, като отчита обществените, културни и лингвистични фактори“.

8 Член 1 от Директива 2005/29 предвижда:

„Целта на настоящата директива е да допринесе за правилното функциониране на вътрешния пазар и постигане на високо [равнище] на защита на потребителите чрез сближаване на законовите, подзаконови и административни разпоредби на държавите членки по отношение на нелоялните търговски практики, накърняващи икономическите интереси на потребителите.“

9 Съгласно член 2, буква в) от тази директива „продукт“ означава „всички стоки или услуги, включително недвижимо имущество, права и задължения“.

10 Видно от член 2, буква г) от посочената директива, „търговски[те] практики от търговците към потребителите“ представляват „всяко действие, бездействие[,] поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан с [промоция], продажба или доставка на стока до потребители“.

11 В член 2, буква и) от същата директива „оферта[та] за продажба“ се определя като „търговско съобщение, което посочва характеристиките на стоката и цената по начин, съответстващ на използваните средства за търговски съобщения, и следователно позволява на потребителя да направи покупка“.

12 В член 2, буква к) от Директива 2005/29 „решение[то] за сделка“ се определя като „всяко решение, взето от потребител относно това как и при какви условия да купи, да заплати изцяло или частично, да задържи или да се разпореди със стоката, или да упражни договорно право свързано със стоката, независимо дали потребителят решава да действа или се въздържа от действие“.

13 Съгласно член 7 от Директива 2005/29:

„1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която във фактически[я] контекст, [като се вземат предвид] всички характеристики и обстоятелства и ограниченията на средството за комуникация, пропуска съществена информация, необходима на средния потребител съгласно контекста, за да вземе решение за сделка[, след като е напълно осведомен,] и следователно подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

2. Заблуждаващо бездействие е също и търговска практика[,] при която[,] [като се отчитат аспектите], описани в параграф 1, търговецът укрива или предоставя по неясен, неразбираем, двусмислен или несвоевременен начин такава

съществена информация по смисъла на [този параграф], или когато пропуска да [посочи] целта на търговската практика, ако вече не е ясна от контекста, и когато и в двата случая това подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

3. Когато средствата за комуникация при осъществяване на търговска практика налагат ограничения в пространството или времето, тези ограничения и всякакви мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информация на потребителите чрез други средства, ще бъдат взети предвид при вземане на решението дали има пропусната информация.

4. В случай на оферта за [продажба] информацията по-долу ще се счита за съществена, ако вече не е очевидна от контекста:

а) основни характеристики на стоката[…] до степен, отговаряща на средството за комуникация и стоката;

б) […] адрес и самоличност на търговеца, като неговото търговско наименование и когато е приложимо, […] адрес […] и [самоличност] на търговеца, за чиято сметка действа;

в) цената, с включени данъци, или когато естеството на стоката е такова, че цената не може [в разумни граници] да бъде изчислена предварително, начинът по който цената се изчислява, а също, когато е необходимо, всички допълнителн[и] разходи по транспорт, доставка или пощенски такси или, когато тези [разходи] не могат [в разумни граници] да бъдат изчислени […] предварително, факта, че такива допълнителни такси може да бъдат дължими от потребителя;

г) уговорките за плащане, доставка, изпълнение и политика за разглеждане на жалби, ако те се отклоняват от изискванията за дължимата [от търговеца] грижа;

д) за стоки и сделки, включващи право на отказ или прекратяване, наличието на такова право.

5. Изисквания за предоставяне на информация, установени в законодателството на Общността във връзка с търговски съобщения, включително реклама или продажби, неизчерпателен списък [на] които се съдържа в приложение II, се считат за съществени."

Национално право

14 Директива 2005/29 е транспонирана във вътрешния правен ред със Закон 2008:486 за търговските практики, като член 12 от него предвижда:

„Заблуждаваща е търговската практика, при която в търговско съобщение търговецът отправя оферта към потребителите да закупят определена стока, като посочва цена, без съобщението да съдържа следната съществена информация:

1) основни характеристики на стоката до степен, отговаряща на средството за комуникация и стоката;

2) цена и цена за единица мярка, обозначени по предвидения в членове 7—10 от Закон 2004:347 за информацията за цените начин;

3) самоличност и адрес на търговеца;

4) уговорки за плащане, доставка, изпълнение и политика за разглеждане на жалби, ако те се отклоняват от обичайните практики в сектора или за съответната стока;

5) информация относно правото на отказ или на прекратяване, за която законът изисква да бъде доведена до знанието на потребителя.

Заблуждаваща е и търговската практика, при която в търговско съобщение търговецът отправя оферта към потребителите да закупят няколко определени стоки, като посочва обща цена, без офертата да съдържа съществената информация, посочена в точки 1—5 от първа алинея."

Спорът по главното производство и преюдициалните въпроси

15 Ving е туристическа агенция, която организира пакетни туристически пътувания с чартърни и редовни полети. То предлага също самолетни билети и хотелски резервации на самостоятелно пътуващи лица. Пакетите за пътувания се продават по интернет, по телефона, в пунктовете за продажба на дружеството, както и в избрани туристически агенции в цяла Швеция.

16 На 13 август 2008 г. Ving публикува в шведски всекидневник търговско съобщение, в което предлага пътувания до Ню Йорк (Съединени американски щати) за периода от септември до декември 2008 г. В тази обява с едър шрифт се посочва следната информация: „Ню Йорк от 7 820 крони“, като под този текст с по-дребен шрифт се посочва „Полети от Arlanda с British Airways и две нощувки в хотел „Bedford“ — цена за един човек в двойна стая, с включени летищни такси. Допълнителна нощувка от 1 320 крони. Отнася се до избрани пътувания за месеци септ.—дек. Ограничен брой места“, а най-долу в лявата част на обявата е указано „Vingflex.se тел. 0771-995995“.

17 На 27 февруари 2009 г. Konsumentombudsmannen предявява иск срещу Ving пред запитващата юрисдикция с мотива, че това търговско съобщение представлява оферта за продажба, при която е налице заблуждаващо бездействие, тъй като липсва информация относно основните характеристики на пътуването, и по-специално неговата цена, или тази информация е непълна. Konsumentombudsmannen иска от юрисдикцията да задължи Ving да посочи в обявата си точно определена цена и да му забрани да обявява начална цена, като в противен случай му наложи имуществена санкция. Той иска също така тя да задължи тази туристическа агенция да уточни как основните характеристики на пътуването, като например датите или предлаганите на потребителите опции или аналогичните характеристики, влияят на посочената в търговското съобщение начална цена и по какъв начин е засегната последната.

18 Ving оспорва квалификацията на въпросното търговско съобщение като оферта за продажба. При условията на евентуалност то поддържа, че основните характеристики на продукта са посочени до степен, отговаряща на използваното средство за комуникация и на продукта, и че цената е посочена по начина, предвиден в Закон 2004:347 за информацията за цените.

19 Ving оспорва и обстоятелството, че посоченото търговско съобщение представлява нелоялна практика и че в него не се съдържа ясна и съществена информация. При условията на евентуалност Ving твърди, че пропускът на спорната информация не е засегнал, нито е било възможно да засегне способността на адресата да вземе решение за сделка, след като е бил напълно осведомен.

20 Като приема, че решаването на спора, с който е сезиран, зависи от тълкуването на Директива 2005/29, Marknadsdomstolen решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Трябва ли изискването, установено в член 2, буква и) от Директива 2005/29 […] с израза „следователно позволява на потребителя да направи покупка“, да бъде тълкувано в смисъл, че оферта за продажба е налице, когато се дава информация за предлагания продукт и неговата цена, така че потребителят да може да вземе решение за покупка, *или* е необходимо търговското съобщение да предлага и реална възможност да се закупи продуктът (напр. формуляр за поръчка) или да е налице достъп до подобна възможност (напр. реклама извън магазина)?

2) Ако на [първия] въпрос се отговори, че е необходимо да съществува реална възможност да се закупи продуктът, трябва ли да се приеме, че е налице такава възможност, когато в търговското съобщение се посочва телефонен номер или адрес на уебсайт, където продуктът може да бъде поръчан?

3) Следва ли член 2, буква и) от Директива [2005/29] да бъде тълкуван в смисъл, че изискването за цена е изпълнено, ако търговското съобщение съдържа начална цена, т.е. най-ниската цена, на която предлаганият продукт или вид продукти могат да бъдат закупени, като същевременно предлаганият продукт или вид продукти съществуват в други варианти или с друго съдържание на цени, които не са посочени?

4) Следва ли член 2, буква и) от Директива [2005/29] да бъде тълкуван в смисъл, че изискването за посочване на характеристиките на продукта е изпълнено, когато продуктът е представен словесно или визуално [...], т.е. той е определен, но не е описан подробно?

5) При утвърдителен отговор на [четвъртия] въпрос, дали това важи и когато съответният продукт се предлага в много варианти, но в търговското съобщение те са посочени само с общо обозначение?

6) Ако е налице оферта за продажба, следва ли член 7, параграф 4, буква а) от Директива [2005/29] да бъде тълкуван в смисъл, че е достатъчно да се посочат само някои от основните характеристики на продукта, като в допълнение търговецът препраща към своя уебсайт, при условие че на този сайт има съществена информация за основните характеристики на продукта, цената и другите условия в съответствие с изискванията на [посочения] член 7, параграф 4?

7) Следва ли член 7, параграф 4, буква в) от Директива [2005/29] да бъде тълкуван в смисъл, че е достатъчно да се даде начална цена, за да бъдат изпълнени изискванията за цената?“

По преюдициалните въпроси

Предварителни бележки

21 Директива 2005/29 сближава законодателствата на държавите членки относно нелоялните търговски практики, включително нелоялната реклама, които пряко нарушават икономическите интереси на потребителите и в тази връзка непряко нарушават и икономическите интереси на конкурентите, действащи законосъобразно.

22 Понятието за потребител е от първостепенно значение при тълкуване на разпоредбите на Директива 2005/29. В тази директива като база за сравнение се приема средният потребител, който е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив, като се отчитат обществените, културни и лингвистични фактори.

23 Съдът вече е постановил, че що се отнася до заблуждаващия характер на дадена реклама, националните юрисдикции трябва да вземат предвид възприятието на средния потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен (вж. в този смисъл Решение от 19 септември 2006 г. по дело Lidl Belgium, C-356/04, Recueil, стр. I-8501, точка 78 и Решение от 18 ноември 2010 г. по дело Lidl, C-159/09, Сборник, стр. I-11761, точка 47).

24 Освен това следва да се отбележи, че в приложното поле на член 7, параграф 4 от Директива 2005/29 попада само търговска практика, която предварително е квалифицирана като оферта за продажба, а за останалите търговски практики, включително за офертите за продажба, се прилагат разпоредбите на член 7, параграфи 1, 2, 3 и 5 от тази директива. Определената в член 2, буква и) от директивата оферта за продажба трябва да съдържа посочената в член 7, параграф 4 от същата директива ключова информация, от която потребителят се нуждае, за

да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен. При липса на такава информация, квалифицирана в последната разпоредба като съществена, офертата за продажба се приема за заблуждаваща и следователно е нелоялна, както следва от разпоредбите на член 5, параграф 4 и член 7 от Директива 2005/29.

25 На последно място, следва да се припомни, че както следва от съображение 15 и от член 7, параграф 5 от Директива 2005/29, изискванията за предоставяне на информация, установени в законодателството на Съюза във връзка с търговски съобщения, включително реклама или продажби, също се считат за съществени. Неизчерпателният списък на посочените разпоредби от правото на Съюза, който се съдържа в приложение II към Директива 2005/29, включва по-специално член 3 от Директива 90/314/ЕИО на Съвета от 13 юни 1990 година относно пакетните туристически пътувания, пакетните туристически ваканции и пакетните туристически обиколки (ОВ L 158, стр. 59; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 9, стр. 248).

26 Следователно националната юрисдикция би трябвало да провери релевантността на последната разпоредба, макар пред Съда да не са поставени или разисквани свързани с нея въпроси.

По първия въпрос

27 С първия си въпрос запитващата юрисдикция иска по същество да се установи дали изразът „следователно позволява на потребителя да направи покупка“, употребен в член 2, буква и) от Директива 2005/29, трябва да се тълкува в смисъл, че поставя квалифицирането на офертата за продажба в зависимост от условието да е налице реална възможност да се закупи предлаганият продукт, или в смисъл, че оферта за продажба е налице, когато информацията за съответния

продукт и за неговата цена е достатъчно пълна, за да може потребителят да вземе решение за сделка.

28 Както подчертава генералният адвокат в точка 22 от заключението си, офертата за продажба е специфична форма на реклама, във връзка с която се предвижда по-строго задължение за предоставяне на информация на основание член 7, параграф 4 от Директива 2005/29.

29 Само нестеснително тълкуване на понятието за оферта за продажба съответства на една от целите на тази директива, като съгласно член 1 от директивата тази цел се изразява в постигането на високо равнище на защита на потребителите.

30 С оглед на тези уточнения изразът „следователно позволява на потребителя да направи покупка“ не трябва да се разбира в смисъл, че с него се предвижда допълнително условие, необходимо за квалификацията като оферта за продажба, а в смисъл, че указва целта на изискванията, установени във връзка с характеристиките и цената на продукта, за да може потребителят да разполага с пълна информация, позволяваща му да направи покупка.

31 Подобен извод се потвърждава от буквалното тълкуване, основано на употребата на наречието „следователно“, и е в съответствие с телеологичното тълкуване на член 2, буква и) от Директива 2005/29.

32 От посоченото следва, че не е необходимо търговското съобщение да предлага реална възможност да се закупи продуктът или да е налице достъп до подобна възможност, за да може то да се квалифицира като оферта за продажба.

33 При тези условия на първия въпрос следва да се отговори, че изразът „следователно позволява на потребителя да направи покупка“, употребен в член 2,

буква и) от Директива 2005/29, трябва да се тълкува в смисъл, че оферта за продажба е налице, когато информацията за предлагания продукт и за неговата цена е достатъчно пълна, за да може потребителят да вземе решение за сделка, без да е необходимо търговското съобщение да предлага и реална възможност да се закупи продуктът или да е налице достъп до подобна възможност.

По втория въпрос

34 Предвид отговора на първия въпрос не следва да се отговаря на втория въпрос.

По третия въпрос

35 С третия си въпрос запитващата юрисдикция иска по същество да се установи дали член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че условието за посочване на цената на продукта е изпълнено, когато в търговското съобщение е указана начална цена, т.е. най-ниската цена, на която предлаганият продукт или вид продукти могат да бъдат закупени, като същевременно предлаганият продукт или вид продукти съществуват в други варианти или с друго съдържание на цени, които не са посочени.

36 Тъй като член 2, буква и) от Директива 2005/29 не изисква да се посочва крайната цена, от самото начало не може да се изключи възможността условието за посочване на цената на продукта да е изпълнено с указването на начална цена.

37 Тази разпоредба предвижда, че в офертата за продажба цената на продукта трябва да се посочва по начин, съответстващ на използваното средство за търговско съобщение. Ето защо е възможно в зависимост от използвания носител да възникнат затруднения при посочване на цената на всяка разновидност на продукта.

38 Освен това във връзка със заблуждаващите бездействия в самия член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29 се допуска възможността предвид естеството на продукта търговецът да не е в състояние в разумни граници да посочи предварително крайната цена.

39 От друга страна, ако трябва да се приеме, че с указването на начална цена не е изпълнено условието за посочване на цената, установено в член 2, буква и) от Директива 2005/29, за търговците би било лесно да посочват само начална цена, за да не бъде квалифицирано търговското съобщение като оферта за продажба, а оттам и за да не са длъжни да спазват разпоредбите на член 7, параграф 4 от тази директива. Подобно тълкуване би накърнило полезното действие на посочената директива, припомнено в точки 28 и 29 от настоящото решение.

40 От това следва, че с указването на начална цена може да се изпълни условието за посочване на цената на продукта по смисъла на член 2, буква и) от Директива 2005/29, при положение че предвид естеството и характеристиките на продукта, както и предвид използваното средство за търговското съобщение това указание позволява на потребителя да вземе решение за сделка.

41 Ето защо на третия въпрос следва да се отговори, че член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че условието за посочване на цената на продукта може да бъде изпълнено, когато в търговското съобщение е указана начална цена, т.е. най-ниската цена, на която предлаганият продукт или вид продукти могат да бъдат закупени, като същевременно предлаганият продукт или вид продукти съществуват в други варианти или с друго съдържание на цени, които не са посочени. Запитващата юрисдикция трябва да провери

дали предвид естеството и характеристиките на продукта, както и предвид използваното средство за търговското съобщение посочването на начална цена позволява на потребителя да вземе решение за сделка.

По четвъртия и петия въпрос

42 С четвъртия и петия въпрос, които следва да се разгледат заедно, запитващата юрисдикция иска по същество да се установи дали член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че словесното или визуалното представяне на продукта позволява да се изпълни условието за посочване на характеристиките му дори когато едно и също словесно или визуално представяне се използва, за да се обозначи продукт, предлаган в много варианти.

43 Понятието за продукт, определено в член 2, буква в) от посочената директива, включва всички стоки или услуги, включително недвижимо имущество, права и задължения.

44 Информацията за характеристиките на продукта може обаче да варира съществено в зависимост от неговото естество.

45 Тъй като член 2, буква и) от Директива 2005/29 изисква характеристиките на продукта да са посочени по начин, съответстващ на използваното средство, носителят на търговското съобщение трябва да се вземе предвид в това отношение. Не може да се изисква една и съща степен на прецизност на описанието

на даден продукт, без да се отчита дали търговското съобщение е излъчено по радиото или телевизията, или дали е на електронен или хартиен носител.

46 Словесното или визуалното представяне може да позволи на потребителя да си изгради мнение относно естеството и характеристиките на продукта, за да вземе решение за сделка дори когато по този начин се обозначава продукт, предлаган в много варианти.

47 Освен това, както посочва генералният адвокат в точка 29 от заключението си, въз основа на началната цена потребителят може да разбере, че индивидуализираният от него продукт се предлага и в други варианти.

48 Националната юрисдикция трябва да определя във всеки отделен случай, като взема предвид естеството и характеристиките на продукта, както и използваното средство за комуникация, дали потребителят разполага с пълна информация, за да индивидуализира и отграничи продукта с оглед на вземане на решение за сделка.

49 Ето защо на четвъртия и петия въпрос следва да се отговори, че член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че словесното или визуалното представяне на продукта позволява да се изпълни условието за посочване на характеристиките му дори когато едно и също словесно или визуално представяне се използва, за да се обозначи продукт, предлаган в много варианти. Запитващата юрисдикция трябва да определя във всеки отделен случай, като взема предвид естеството и характеристиките на продукта, както и използваното средство за комуникация, дали потребителят разполага с пълна информация, за да индивидуализира и отграничи продукта с оглед на вземане на решение за сделка.

По шестия въпрос

50 С шестия си въпрос националната юрисдикция иска да се установи дали член 7, параграф 4, буква а) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че е достатъчно да се посочат само някои от основните характеристики на продукта, като в допълнение търговецът препраща към своя уебсайт, при условие че на този сайт има съществена информация за основните характеристики на продукта, цената и другите условия в съответствие с изискванията на член 7, параграф 4 от тази директива.

51 Следва да се припомни, че търговските практики, попадащи в обхвата на член 7, параграф 4 от Директива 2005/29, трябва да се преценяват във всеки отделен случай, докато посочените в приложение I към тази директива търговски практики се приемат за нелоялни при всяко положение (вж. в този смисъл Решение от 23 април 2009 г. по дело VTB-VAB, C-261/07 и C-299/07, Recueil, стр. I-2949, точка 56, както и Решение от 14 януари 2010 г. по дело Plus Warenhandelsgesellschaft, C-304/08, Сборник, стр. I-217, точка 45).

52 В член 7, параграф 4, буква а) от Директива 2005/29 се споменават основните характеристики на продукта, без обаче да се определя това понятие и без да се посочва изчерпателен списък. Уточнява се обаче, че трябва да се вземат предвид, от една страна, използваното средство за комуникация, а от друга — съответният продукт.

53 Тази разпоредба следва да се тълкува във връзка с член 7, параграф 1 от директивата, съгласно който търговската практика трябва да се преценява, като се вземат предвид по-специално фактическият ѝ контекст и ограниченията на използваното средство за комуникация.

54 Следва също да се отбележи, че член 7, параграф 3 от посочената директива изрично предвижда, че наложените от използваното средство за комуникация ограничения в пространството или времето и мерките, предприети от търговеца за предоставяне на информацията на потребителите чрез други средства, се вземат предвид при определяне дали има пропусната информация.

55 Поради това обхватът на информацията за основните характеристики на даден продукт, която търговецът трябва да съобщи в рамките на оферта за продажба, следва да се преценява в зависимост от контекста на офертата, от естеството и характеристиките на продукта, както и от използваното средство за комуникация.

56 От посоченото по-горе следва, че член 7, параграф 4, буква а) от Директива 2005/29 допуска посочването само на някои от основните характеристики на продукта в офертата за продажба, ако в допълнение търговецът препраща към своя уебсайт, при условие че на този сайт има съществена информация за основните характеристики на продукта, цената и другите условия в съответствие с изискванията на член 7 от тази директива.

57 Следва да се припомни обаче, че съгласно член 7, параграф 5 от Директива 2005/29 за съществени се считат изискванията за предоставяне на информация, установени в законодателството на Съюза във връзка с търговски съобщения, неизчерпателен списък на които се съдържа в приложение II към тази директива. Сред посочените в това приложение разпоредби са член 3 от Директива 90/314 относно пакетните туристически пътувания, пакетните туристически ваканции и пакетните туристически обиколки, като в параграф 2 от него се посочва информацията, която трябва да се съдържа в брошура относно този вид пътувания, ваканции и обиколки.

58 Запитващата юрисдикция трябва да преценява във всеки отделен случай, като взема предвид контекста на офертата за продажба, използваното средство за комуникация, както и естеството и характеристиките на продукта, дали посочването само на някои от основните характеристики на продукта позволява на потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен.

59 С оглед на изложените по-горе съображения на шестия въпрос следва да се отговори, че член 7, параграф 4, буква а) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че може да е достатъчно да се посочат само някои от основните характеристики на продукта, ако в допълнение търговецът препраща към своя уебсайт, при условие че на този сайт има съществена информация за основните характеристики на продукта, цената и другите условия в съответствие с изискванията на член 7 от тази директива. Запитващата юрисдикция трябва да преценява във всеки отделен случай, като взема предвид контекста на офертата за продажба, използваното средство за комуникация, както и естеството и характеристиките на продукта, дали посочването само на някои от основните характеристики на продукта позволява на потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен.

По седмия въпрос

60 Със седмия си въпрос запитващата юрисдикция иска да се установи дали член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че е достатъчно да се укаже начална цена, за да се приемат за изпълнени изискванията за цената.

61 Този въпрос изисква да се следва различна логика в сравнение с третия въпрос.

62 Всъщност, докато член 2, буква и) от Директива 2005/29 се отнася до квалифицирането като оферта за продажба, член 7, параграф 4, буква в) от тази директива определя информацията, която трябва да се счита за съществена при отправяне на оферта за продажба.

63 Макар да е вярно, че съгласно член 7, параграф 4 от същата директива информацията за цената по принцип се счита за съществена, в буква в) от тази разпоредба все пак се предвижда, че когато естеството на стоката е такова, че цената не може в разумни граници да бъде изчислена предварително, трябва да се посочи информация за начина, по който цената се изчислява, както и при необходимост за всички допълнителни разходи по транспорт, доставка или пощенски такси, или когато тези разходи не могат в разумни граници да бъдат изчислени предварително, да се уведомява за факта, че такива допълнителни такси може да бъдат дължими от потребителя.

64 Така посочването само на начална цена може да бъде обосновано в случаи, в които цената не може в разумни граници да бъде изчислена предварително поконкретно предвид естеството и характеристиките на продукта. От материалите по преписката следва, че за да се определи крайната цена на дадено пътуване, могат да бъдат взети предвид редица променливи фактори, и по-специално моментът, в който е направена резервацията, и привлекателността на дестинацията поради организирането на религиозни, артистични или спортни прояви, особеностите на сезонните условия, както и датата и часът на пътуването.

65 Въпреки това, когато в офертата за продажба е посочена само началната цена, без да се споменава начинът, по който се изчислява крайната цена, или при необходимост допълнителните разходи или фактът, че те може да се дължат от потребителя, се поставя въпросът дали тази информация е достатъчно пълна, за да позволи на потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен, или дали не трябва да се приеме, че е налице заблуждаващо бездействие съгласно член 7 от Директива 2005/29.

66 Следва да се вземе предвид, че съгласно член 7, параграф 3 от Директива 2005/29, когато средствата за комуникация при осъществяване на търговска практика налагат ограничения в пространството или времето, тези ограничения и всякакви мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информация на потребителите чрез други средства, трябва да бъдат отчетени при вземане на решението дали има пропусната информация.

67 Уточненията в посочената разпоредба относно факторите, които следва да се вземат предвид, за да се определи дали търговската практика трябва да се квалифицира като заблуждаващо бездействие, се прилагат и за офертите за продажба, уредени в член 7, параграф 4 от споменатата директива.

68 Обхватът на информацията за цената следва да се определя с оглед на естеството и характеристиките на продукта, но също така с оглед на използваното за офертата за продажба средство за комуникация и като се отчита допълнителната информация, която търговецът евентуално е предоставил.

69 Ето защо само по себе си посочването само на начална цена в офертата за продажба не би могло да се приема за заблуждаващо бездействие.

70 Националната юрисдикция трябва да определи дали указването на начална цена е достатъчно, за да се приемат за изпълнени свързаните с посочването на цената изисквания, установени в член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29.

71 Запитващият съд трябва да провери по-специално дали непосочването на начина, по който се изчислява крайната цена, възпрепятства потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен, и следователно го подтиква

да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел. Той следва също да вземе предвид неразривно свързаните с използваното средство за комуникация ограничения, естеството и характеристиките на продукта, както и другите мерки, които търговецът действително е предприел, за да предостави информация на потребителите.

72 Ето защо на седмия въпрос следва да се отговори, че член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че само по себе си посочването само на начална цена в офертата за продажба не би могло да се приема за заблуждаващо бездействие. Запитващата юрисдикция трябва да определи дали указването на начална цена е достатъчно, за да се приемат за изпълнени свързаните с посочването на цената изисквания, установени в тази разпоредба. Тази юрисдикция трябва да провери по-специално дали непосочването на начина, по който се изчислява крайната цена, възпрепятства потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен, и следователно го подтиква да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел. Тя следва също да вземе предвид неразривно свързаните с използваното средство за комуникация ограничения, естеството и характеристиките на продукта, както и другите мерки, които търговецът действително е предприел, за да предостави информация на потребителите.

По съдебните разноски

73 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред запитващата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (втори състав) реши:

1) **Изразът „следователно позволява на потребителя да направи покупка“, употребен в член 2, буква и) от Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялните търговски практики“), трябва да се тълкува в смисъл, че оферта за продажба е налице, когато информацията за предлагания продукт и за неговата цена е достатъчно пълна, за да може потребителят да вземе решение за сделка, без да е необходимо търговското съобщение да предлага и реална възможност да се закупи продуктът или да е налице достъп до подобна възможност.**

2) **Член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че условието за посочване на цената на продукта може да бъде изпълнено, когато в търговското съобщение е указана начална цена, т.е. най-ниската цена, на която предлаганият продукт или вид продукти могат да бъдат закупени, като същевременно предлаганият продукт или вид продукти съществуват в други варианти или с друго съдържание на цени, които не са посочени. Запитващата юрисдикция трябва да провери дали предвид естеството и характеристиките на продукта, както и предвид използваното средство за търговското съобщение посочването на начална цена позволява на потребителя да вземе решение за сделка.**

3) **Член 2, буква и) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че словесното или визуалното представяне на продукта позволява да се**

изпълни условието за посочване на характеристиките му дори когато едно и също словесно или визуално представяне се използва, за да се обозначи продукт, предлаган в много варианти. Запитващата юрисдикция трябва да определя във всеки отделен случай, като взема предвид естеството и характеристиките на продукта, както и използваното средство за комуникация, дали потребителят разполага с пълна информация, за да индивидуализира и отграничи продукта с оглед на вземане на решение за сделка.

4) Член 7, параграф 4, буква а) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че може да е достатъчно да се посочат само някои от основните характеристики на продукта, ако в допълнение търговецът препраща към своя уебсайт, при условие че на този сайт има съществена информация за основните характеристики на продукта, цената и другите условия в съответствие с изискванията на член 7 от тази директива. Запитващата юрисдикция трябва да преценява във всеки отделен случай, като взема предвид контекста на офертата за продажба, използваното средство за комуникация, както и естеството и характеристиките на продукта, дали посочването само на някои от основните характеристики на продукта позволява на потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен.

5) Член 7, параграф 4, буква в) от Директива 2005/29 трябва да се тълкува в смисъл, че само по себе си посочването само на начална цена в офертата за продажба не би могло да се приема за заблуждаващо бездействие. Запитващата юрисдикция трябва да определи дали указването на начална цена е достатъчно, за да се приемат за изпълнени свързаните с посочването на цената изисквания, установени в тази разпоредба. Тази юрисдикция трябва да провери по-специално дали непосочването на начина, по който се изчислява крайната цена, възпрепятства потребителя да вземе решение за сделка, след като е напълно осведомен, и следователно го подтиква да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел. Тя следва също да вземе предвид неразривно свързаните с използваното средство за комуникация ограничения, естеството и характеристиките на продукта, както и другите мерки, които

търговецът действително е предприел, за да предостави информация на потребителите.

Подписи