



Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (trzecia izba)

z dnia 5 maja 2022 r. *

Odesłanie prejudycjalne – Ochrona konsumentów – Dyrektywa 2011/83/UE – Artykuł 6 ust. 1 lit. m) – Umowa zawierana na odległość między konsumentem a przedsiębiorcą – Spoczywający na przedsiębiorcy obowiązek poinformowania konsumenta o istnieniu i warunkach gwarancji handlowej producenta – Warunki, w których obowiązek taki się konkretyzuje – Treść informacji w przedmiocie gwarancji handlowej producenta, którą należy przekazać konsumentowi – Wpływ art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44/WE

W sprawie C-179/21

mającej za przedmiot wnioszek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości, Niemcy) postanowieniem z dnia 11 lutego 2021 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 23 marca 2021 r., w postępowaniu:

absoluts -bikes and more- GmbH & Co. KG

przeciwko

the-trading-company GmbH,

TRYBUNAŁ (trzecia izba),

w składzie: K. Jürimäe, prezes izby, N. Jääskinen, M. Safjan (sprawozdawca), N. Piçarra i M. Gavalec, sędziowie,

rzecznik generalny: G. Pitruzzella,

sekretarz: A. Calot Escobar,

uwzględniając pisemny etap postępowania,

rozważywszy uwagi, które przedstawili:

- w imieniu absoluts -bikes and more- GmbH & Co. KG – C. Rohnke, Rechtsanwalt,
- w imieniu the-trading-company GmbH – A. Rinkler, Rechtsanwalt,

* Język postępowania: niemiecki.

- w imieniu rządu czeskiego – M. Smolek, J. Vlácil i S. Šindelková, w charakterze pełnomocników,
- w imieniu Komisji Europejskiej – M. Noll-Ehlers, N. Ruiz García 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. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. 2011, L 304, s. 64), a także art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.U. 1999, L 171, s. 12).
- 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu między absoluts -bikes and more- GmbH & Co. KG (zwaną dalej „spółką absoluts”) a the-trading-company GmbH w przedmiocie istnienia obowiązku przekazania przez tę pierwszą spółkę jej klientom informacji dotyczących udzielanej przez osoby trzecie gwarancji handlowej w odniesieniu do towarów oferowanych do sprzedaży przez ową spółkę.

Ramy prawne

Prawo Unii

Dyrektywa 1999/44

- 3 Motyw 21 dyrektywy 1999/44 stanowi:
„Dla niektórych kategorii towarów powszechną dla sprzedawców i producentów praktyką jest oferowanie gwarancji na towary obejmującej wszystkie wady, które uwidoczną się w określonym czasie; taka praktyka może pobudzać konkurencję; jako że takie gwarancje są uzasadnionym narzędziem obrotu, nie powinny one wprowadzać konsumentów w błąd; aby zapewnić, że konsumenci nie są wprowadzani w błąd, gwarancje powinny zawierać niektóre informacje, łącznie z oświadczeniem, iż gwarancja nie narusza praw konsumenta”.
- 4 Artykuł 1 tej dyrektywy ma następujące brzmienie:
„1. Celem niniejszej dyrektywy jest zbliżenie przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących niektórych aspektów sprzedaży towarów

konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, w celu zapewnienia jednolitego minimalnego poziomu ochrony konsumentów w kontekście rynku wewnętrznego.

2. Do celów niniejszej dyrektywy:

[...]

e) *gwarancja* oznacza każde zobowiązanie sprzedawcy lub producenta wobec konsumenta, podjęte bez dodatkowej opłaty, aby zwrócić zapłaconą cenę lub wymienić, naprawić czy potraktować w inny sposób towary konsumpcyjne, jeśli nie spełniają one specyfikacji określonej w oświadczeniu gwarancyjnym lub odpowiedniej reklamie;

[...]”.

5 Artykuł 6 ust. 2 wspomnianej dyrektywy stanowi:

„Gwarancja:

- stwierdza, że konsument ma prawa przyznane zgodnie z mającym zastosowanie ustawodawstwem krajowym, któremu podlega sprzedaż towarów konsumpcyjnych, i wyjaśnia, że gwarancja tych praw nie narusza,
- określa, w prostym i zrozumiałym języku zawartość gwarancji i podstawowe szczegółowe dane potrzebne dla złożenia skargi w oparciu o gwarancję, w szczególności okres ważności i zasięg terytorialny gwarancji, jak też nazwisko i adres gwaranta”.

Dyrektywa 2011/83

6 Motywy 4, 5 i 7 dyrektywy 2011/83 mają następujące brzmienie:

„(4) Zgodnie z art. 26 ust. 2 TFUE rynek wewnętrzny ma obejmować obszar bez granic wewnętrznych, na którym zapewniony jest swobodny przepływ towarów i usług oraz swoboda przedsiębiorczości. Harmonizacja niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych na odległość i niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest niezbędna w celu wspierania rzeczywistego rynku wewnętrznego dla konsumentów, opartego na właściwej równowadze pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym zapewnieniu poszanowania zasady pomocniczości.

(5) [...] [P]ełna harmonizacja w zakresie informacji dla konsumentów i prawa do odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa przyczyni się do wysokiego poziomu ochrony konsumentów i lepszego funkcjonowania rynku wewnętrznego w stosunkach między przedsiębiorstwami a konsumentami.

[...]

(7) Pełna harmonizacja niektórych kluczowych aspektów regulacyjnych powinna znacznie poprawić pewność prawa zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. Zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy powinni mieć możliwość korzystania z jednolitych ram regulacyjnych, opartych na jasno zdefiniowanych pojęciach prawnych, regulujących

niektóre aspekty umów zawieranych między przedsiębiorstwami a konsumentami w całej Unii. Rezultatem takiej harmonizacji powinno być zlikwidowanie barier wynikających z rozdrobnienia przepisów oraz pełne wprowadzenie rynku wewnętrznego w tej dziedzinie. Bariery te można zlikwidować tylko przez stworzenie jednolitych przepisów na poziomie Unii. Ponadto konsumenci powinni mieć możliwość korzystania ze wspólnego wysokiego poziomu ochrony w całej Unii”.

7 Artykuł 1 tej dyrektywy przewiduje:

„Niniejsza dyrektywa, poprzez osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, ma przyczyniać się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w drodze zbliżenia niektórych aspektów przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących umów zawieranych między konsumentami a przedsiębiorcami”.

8 Artykuł 2 pkt 2, 7 i 14 wspomnianej dyrektywy stanowi:

„Na użytek niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje:

[...]

2) »przedsiębiorca« oznacza każdą osobę fizyczną lub każdą osobę prawną, niezależnie od tego, czy jest to podmiot publiczny czy prywatny, która działa – w tym również za pośrednictwem każdej innej osoby działającej w jej imieniu lub na jej rzecz – w celach związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu, w związku z umowami objętymi zakresem niniejszej dyrektywy;

[...]

7) »umowa zawierana na odległość« oznacza każdą umowę zawartą między przedsiębiorcą i konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie;

[...]

14) »gwarancja handlowa« oznacza każde zobowiązanie przedsiębiorcy lub producenta (»gwarant«) wobec konsumenta – niezależnie od jego prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towaru z umową – do zwrotu zapłaconej ceny lub wymiany towarów, ich naprawy lub zapewnienia ich serwisu w jakikolwiek sposób, jeśli nie są one zgodne ze specyfikacją lub nie spełniają jakichkolwiek innych wymogów niezwiązanych ze zgodnością towaru z umową określonych w oświadczeniu gwarancyjnym lub w stosownej reklamie dostępnej w momencie zawarcia umowy lub przed jej zawarciem”.

9 Zgodnie z art. 3 ust. 1 tej samej dyrektywy:

„Niniejsza dyrektywa ma zastosowanie do każdej umowy zawartej między przedsiębiorcą a konsumentem, na warunkach i w zakresie określonym w jej przepisach. Ma ona zastosowanie również do umów, których przedmiotem jest dostarczanie wody, gazu, energii elektrycznej lub dostarczanie centralnego ogrzewania, w tym również przez dostawców publicznych, w zakresie, w jakim towary te dostarczane są na podstawie umowy”.

10 Artykuł 5 ust. 1 lit. e) dyrektywy 2011/83 ma następujące brzmienie:

„Zanim konsument zostanie związany umową inną niż umowa zawierana na odległość lub umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi następujących informacji, jeżeli nie wynikają one już z okoliczności:

[...]

e) oprócz przypomnienia o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towaru z umową istnienie i warunki usług posprzedażnych oraz gwarancje handlowe, w przypadku gdy ma to zastosowanie;

[...]”.

11 Artykuł 6 tej dyrektywy stanowi:

„1. Zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi następujących informacji [wskazujących]:

a) główne cechy towarów lub usług w zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka przekazu oraz dla towarów lub usług;

[...]

l) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towarów z umową;

m) w przypadku gdy ma to zastosowanie – istnienie i warunki obsługi posprzedażnej konsumenta i usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowej;

[...]”.

Prawo niemieckie

12 Paragraf 312d Bürgerliches Gesetzbuch (kodeksu cywilnego, zwanego dalej „BGB”), zatytułowany „Wymogi informacyjne”, stanowi w ust. 1:

„W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi informacji zgodnie z przepisami § 246a [Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (ustawy wprowadzającej kodeks cywilny, zwanej dalej »EGBGB«)]. [...]”.

- 13 Paragraf 479 BGB, zatytułowany „Przepisy szczególne dotyczące gwarancji”, w wersji mającej zastosowanie do okoliczności będących przedmiotem sporu w postępowaniu głównym, stanowił w ust. 1:

„Każde oświadczenie gwarancyjne (§ 443) sporządza się w jasny i zrozumiały sposób. Zawiera ono:

- 1) wskazanie przysługujących konsumentowi na mocy ustawy praw oraz wskazanie, że gwarancja nie narusza tych praw, oraz
- 2) wskazanie zakresu gwarancji i wszystkie istotne informacje niezbędne do realizacji gwarancji, a w szczególności okres jej obowiązywania i jej zakres terytorialny, a także nazwę i adres gwaranta.

[...]”.

- 14 Paragraf 246a EGBGB, zatytułowany „Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość, z wyjątkiem umów dotyczących usług finansowych”, stanowi w ust. 1:

„1. Przedsiębiorca jest zobowiązany, na podstawie § 312d ust. 1 BGB, do udostępnienia konsumentowi następujących informacji:

[...]

- 9) w stosownych przypadkach, istnienie i warunki obsługi posprzedażnej konsumenta, usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowej;

[...]”.

Postępowanie główne i pytania prejudycjalne

- 15 Spółka absoluts proponowała do sprzedaży, w ramach internetowej platformy handlowej Amazon, nóż kieszonkowy szwajcarskiego producenta Victorinox. Strona internetowa Amazon przedstawiająca tę ofertę nie zawierała informacji na temat jakiegokolwiek gwarancji udzielanej przez spółkę absoluts lub przez osobę trzecią, a jedynie link, zatytułowany „Instrukcja obsługi”, który znajdował się w rubryce „Dalsze informacje techniczne”. Po kliknięciu w ten link użytkownik uzyskiwał dostęp do dwustronicowej karty informacyjnej produktu, stworzonej i zredagowanej przez producenta noża. Na stronie drugiej znajdowało się, między innymi, oświadczenie dotyczące „gwarancji Victorinox” w następującym brzmieniu: „Gwarancja Victorinox obowiązuje bez ograniczeń czasowych w odniesieniu do każdej wady materiałowej i fabrycznej (w przypadku elektroniki dwa lata). Gwarancja nie obejmuje szkód, które powstają w wyniku normalnego zużycia lub nieodpowiedniego korzystania”.
- 16 Spółka the-trading-company, będąca konkurentem spółki absoluts, uważa, że ta ostatnia nie udzieliła wystarczających informacji w odniesieniu do gwarancji udzielanej przez producenta noża. W konsekwencji spółka ta wytoczyła, na podstawie niemieckiego uregulowania dotyczącego nieuczciwej konkurencji, powództwo o nakazanie spółce absoluts zaprzestania

składania takich ofert bez jednoczesnego zwrócenia uwagi konsumenta na przysługujące mu na mocy ustawy prawa oraz na okoliczność, że gwarancja producenta nie narusza tych praw, ani bez sprecyzowania zakresu terytorialnego tej gwarancji.

- 17 Powództwo spółki the-trading-company nie zostało uwzględnione w pierwszej instancji, uwzględnił je natomiast w postępowaniu apelacyjnym Oberlandesgericht Hamm (wyższy sąd krajowy w Hamm, Niemcy). Sąd ten uznał, że na podstawie § 312d ust. 1 zdanie pierwsze BGB w związku z § 246a ust. 1 akapit pierwszy zdanie pierwsze pkt 9 EGBGB, które to przepisy dokonują transpozycji art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, obowiązek udzielenia informacji dotyczących gwarancji spoczywa na sprzedawcy, jeżeli przedstawiana przez niego oferta zawiera, jak w niniejszej sprawie, wskazanie – w jakiegokolwiek formie – istnienia gwarancji. Ponadto, uściśliwszy, że zakres tego obowiązku informacyjnego należy określić na podstawie § 479 ust. 1 BGB, który transponuje art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44, sąd ten stwierdził, że oferta spółki absolut nie zawierała żadnej informacji wymaganej przez ten przepis BGB i że żaden dokument zawarty w aktach sprawy nie wskazywał także, że konsument otrzymał te informacje na późniejszym etapie procedury realizacji zamówienia.
- 18 Spółka absolut wniosła do Bundesgerichtshof (federalnego trybunału sprawiedliwości) skargę rewizyjną od wyroku Oberlandesgericht Hamm (wyższego sądu krajowego w Hamm) w celu przywrócenia orzeczenia sądu pierwszej instancji.
- 19 Sąd odsyłający zastanawia się w pierwszej kolejności, czy przedsiębiorca znajdujący się w sytuacji spółki absolut jest zobowiązany, na podstawie art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, poinformować konsumenta o istnieniu i warunkach gwarancji handlowej udzielanej przez producenta. W szczególności sąd ten zastanawia się nad kwestią, czy z uwagi na wyrażenie „w przypadku gdy ma to zastosowanie” użyte w tym przepisie dyrektywy 2011/83, samo istnienie gwarancji producenta, w tym przypadku gwarancji Victorinox, rodzi po stronie przedsiębiorców wprowadzających dany produkt do obrotu taki obowiązek poinformowania, czy też obowiązek ten powstaje jedynie w przypadku, gdy przedsiębiorca wspomina w swojej ofercie o istnieniu gwarancji producenta.
- 20 W świetle systematyki i celu dyrektywy 2011/83, a także faktu, że należy uwzględnić potrzebę uniknięcia nieproporcjonalnych ograniczeń praw podstawowych przedsiębiorców, sąd odsyłający skłania się ku takiej wykładni art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, zgodnie z którą samo istnienie gwarancji producenta nie powoduje powstania po stronie przedsiębiorcy obowiązku podania jego klientom informacji na temat tej gwarancji.
- 21 Przy takim założeniu sąd odsyłający zastanawia się zatem, w drugiej kolejności, czy sama wzmianka o gwarancji producenta zawarta w ofercie przedsiębiorcy, niezależnie od jej formy i wyeksponowania, powoduje powstanie obowiązku informacyjnego przewidzianego w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, czy też, aby taki obowiązek informowania spoczywał na przedsiębiorcy, konieczne jest również, aby taka wzmianka była łatwa do zauważenia dla konsumenta lub też, co więcej, by dla konsumenta nie było oczywiste, że wzmianka dotycząca gwarancji producenta pochodzi nie od przedsiębiorcy, ale od samego producenta.
- 22 W przypadku gdyby przedsiębiorca taki jak spółka absolut miał być zobowiązany na mocy art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 do podania konsumentowi informacji na temat gwarancji handlowej udzielanej przez producenta, sąd odsyłający zastanawia się w trzeciej kolejności nad

treścią tych informacji. W szczególności pragnie on ustalić, czy treść ta powinna być taka sama jak treść przewidziana w art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44, czy też może ona zawierać mniej informacji.

- 23 W tych okolicznościach Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości, Niemcy) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującymi pytaniami prejudycjalnymi:
- „1) Czy samo istnienie gwarancji producenta powoduje wymóg informacyjny w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83?
 - 2) W przypadku udzielenia na pytanie pierwsze odpowiedzi przeczącej: Czy już sama wzmianka o gwarancji producenta w ofercie przedsiębiorcy powoduje wymóg informacyjny w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, czy też powstaje on dopiero wtedy, kiedy wzmianka ta jest dla konsumenta bez trudu widoczna? Czy wymóg informacyjny obowiązuje również wtedy, kiedy konsument może bez trudu zauważyć, że przedsiębiorca udostępnił jedynie informacje producenta dotyczące gwarancji?
 - 3) Czy wymagana zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 informacja o istnieniu i warunkach gwarancji producenta musi zawierać te same informacje, co gwarancja w rozumieniu art. 6 ust. 2 dyrektywy [1999/44], czy też wystarczy mniejszy zakres informacji?”.

W przedmiocie pytań prejudycjalnych

W przedmiocie pytań pierwszego i drugiego

- 24 W ramach pytań pierwszego i drugiego, które należy rozpoznać łącznie, sąd odsyłający dąży w istocie do ustalenia, czy art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że w odniesieniu do gwarancji handlowej udzielanej przez producenta obowiązek informacyjny nałożony na przedsiębiorcę przez ten przepis powstaje przez sam fakt istnienia tej gwarancji, czy też przedsiębiorca jest zobowiązany poinformować konsumenta o istnieniu i warunkach takiej gwarancji tylko w określonych okolicznościach.
- 25 Tytułem wstępu należy zauważyć, że zgodnie z art. 2 pkt 7 dyrektywy 2011/83 umowa zawierana na odległość jest zdefiniowana jako „każd[a] umow[a] zawart[a] między przedsiębiorcą i konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie”. Wynika z tego, że umowa sprzedaży towaru zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem na internetowej platformie handlowej wchodzi w zakres pojęcia „umowy zawieranej na odległość”, a zatem, w braku zastosowania wyłączeń przewidzianych w art. 3 ust. 2–4 dyrektywy 2011/83, wchodzi w zakres stosowania tej dyrektywy określony w jej art. 3 ust. 1.
- 26 Po tym wstępnym uściśleniu należy w pierwszej kolejności przypomnieć, że zgodnie z art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83 przedsiębiorca powinien, zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa lub jakąkolwiek ofertą tego samego rodzaju, udzielić konsumentowi w jasny i zrozumiały sposób różnych informacji. Przepis ten ma na celu zapewnienie przekazania konsumentowi, przed zawarciem

umowy, zarówno informacji o warunkach umowy i konsekwencjach jej zawarcia, które powinny mu umożliwić podjęcie decyzji, czy zamierza związać się umową z przedsiębiorcą, jak i informacji koniecznych do należytego wykonania tej umowy, w szczególności w odniesieniu do wykonywania praw konsumenta (wyrok z dnia 21 października 2020 r., Möbel Kraft, C-529/19, EU:C:2020:846, pkt 26 i przytoczone tam orzecznictwo).

- 27 Jeśli chodzi, konkretnie rzecz ujmując, o obowiązek udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta, „w przypadku gdy ma to zastosowanie – [o] istnieni[u] i warunk[ach] obsługi posprzedażnej konsumenta i usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowej”.
- 28 Co się tyczy gwarancji handlowych, z brzmienia tego przepisu oraz z wyrażenia „w przypadku gdy ma to zastosowanie” wynika, że gdy przedsiębiorca udziela gwarancji handlowej, jest on zobowiązany poinformować konsumenta o istnieniu i warunkach tej gwarancji.
- 29 Brzmienie tego przepisu nie pozwala natomiast na ustalenie, czy przedsiębiorca jest zobowiązany, w przypadku gdy istnieje gwarancja handlowa producenta, poinformować konsumenta o istnieniu i warunkach tej gwarancji.
- 30 Po pierwsze bowiem, wyrażenie „w przypadku gdy ma to zastosowanie” zawarte w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 ma na celu jedynie uściślenie, że obowiązek udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w tym przepisie, ma zastosowanie, w sytuacji gdy gwarancja handlowa istnieje, nie dostarcza natomiast użytecznej wskazówki, by odpowiedzieć na pytanie, czy, w przypadku gdy gwarancja handlowa udzielana przez producenta istnieje obok gwarancji udzielanej przez przedsiębiorcę i kiedy gwarancja handlowa producenta nie stanowi przedmiotu zamierzonej między konsumentem a przedsiębiorcą umowy, przedsiębiorca ma obowiązek, z tytułu samego istnienia takiej gwarancji, udzielić konsumentowi informacji nie tylko w przedmiocie jego własnej gwarancji, ale również gwarancji producenta.
- 31 Po drugie, użycie w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 wyrażenia „gwarancja handlowa” w liczbie mnogiej w większości wersji językowych tej dyrektywy można rozumieć w ten sposób, że obejmuje ono zarówno różne gwarancje handlowe, jakie przedsiębiorca może oferować w odniesieniu do tego samego towaru lub różnych towarów, jak i gwarancje handlowe udzielane jednocześnie przez przedsiębiorcę i producenta jako odrębne podmioty.
- 32 Skoro samo brzmienie art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 nie pozwala rozwiązać wątpliwości sądu odsyłającego, należy zatem dokonać wykładni tego przepisu w oparciu o jego kontekst i cele, jakie ma realizować (zob. podobnie wyrok z dnia 10 lipca 2019 r., Amazon EU, C-649/17, EU:C:2019:576, pkt 35, 37 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 33 Co się tyczy, po pierwsze, kontekstu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, należy zauważyć, że pojęcie „gwarancji handlowej” zostało zdefiniowane w art. 2 pkt 14 dyrektywy 2011/83 jako „każde zobowiązanie przedsiębiorcy lub producenta [...] wobec konsumenta [...]”. Wynika z tego, że pojęcie „gwarancji handlowej” w rozumieniu dyrektywy 2011/83 obejmuje nie tylko gwarancje handlowe udzielane przez przedsiębiorcę, ale również gwarancje udzielane przez producenta.
- 34 Ponadto z łącznej lektury pojęć „przedsiębiorcy” i „gwarancji handlowej”, zdefiniowanych odpowiednio w art. 2 pkt 2 i 14 dyrektywy 2011/83, wynika, że zawarcie przez prawodawcę Unii wyrażenia „lub producenta” w art. 2 pkt 14 dyrektywy 2011/83 byłoby pozbawione wszelkiego

sensu, gdyby obowiązek udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. m) tej dyrektywy, nie obejmował, przynajmniej w pewnych okolicznościach, gwarancji handlowej udzielanej przez producenta.

- 35 Kiedy bowiem producent sprzedaje konsumentowi, bezpośrednio lub za pośrednictwem innej osoby działającej w jego imieniu i na jego rachunek, wytwarzaną przez siebie rzecz, należy go uważać za „przedsiębiorcę” w rozumieniu art. 2 pkt 2 dyrektywy 2011/83. Co za tym idzie, udzielana przez niego gwarancja bezsprzecznie odpowiada „zobowiązaniu przedsiębiorcy” w rozumieniu art. 2 pkt 14 tej dyrektywy, a nie zobowiązaniu „producenta” w rozumieniu tego ostatniego przepisu.
- 36 W tych okolicznościach wyrażenie „lub producenta” zawarte w art. 2 pkt 14 dyrektywy 2011/83 odsyła do sytuacji, w której przedsiębiorca i producent są dwoma różnymi osobami. Tymczasem, zważywszy na fakt, że wyrażenie „gwarancja handlowa” zostało użyte jedynie w art. 6 ust. 1 lit. m) tej dyrektywy, a także – w odniesieniu do umów innych niż umowy zawierane na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa – w analogicznym przepisie przewidzianym w jej art. 5 ust. 1 lit. e), wyrażenie „lub producenta” może zachować sens tylko wtedy, gdy w ramach obowiązku udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w tych dwóch przepisach, przedsiębiorca jest zobowiązany, przynajmniej w pewnych okolicznościach, do podania konsumentowi informacji nie tylko w przedmiocie udzielanej przez siebie gwarancji handlowej, ale także w przedmiocie takiej gwarancji udzielanej przez producenta.
- 37 Ponadto, w sytuacji gdy główny przedmiot stosunku umownego dotyczy towaru wytworzonego przez osobę inną niż przedsiębiorca, obowiązek udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83, powinien obejmować wszelkie istotne informacje dotyczące tego przedmiotu, czyli danego towaru, tak aby konsument mógł, zgodnie z orzecznictwem przypomnianym w pkt 26 niniejszego wyroku, zdecydować, czy zamierza związać się z przedsiębiorcą umową w odniesieniu do tego głównego przedmiotu. Tymczasem oprócz „głównych cech towarów”, o których wyraźnie mowa w art. 6 ust. 1 lit. a) dyrektywy 2011/83, informacje takie obejmują również co do zasady wszystkie gwarancje nierozzerwalnie związane z towarem, do których należy gwarancja handlowa udzielana przez producenta.
- 38 Co się tyczy, po drugie, celu realizowanego przez dyrektywę 2011/83, należy przypomnieć, że jak wynika z jej art. 1 w związku z jej motywami 4, 5 i 7, dyrektywa ta ma na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zagwarantowanie im dostępu do informacji i ochrony w obrocie z przedsiębiorcami. Ponadto ochrona konsumentów w ramach polityki Unii została przewidziana w art. 169 TFUE i w art. 38 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej (wyrok z dnia 10 lipca 2019 r., Amazon EU, C-649/17, EU:C:2019:576, pkt 39).
- 39 Niemniej Trybunał orzekł, że przy dokonywaniu wykładni przepisów dyrektywy 2011/83 należy zapewnić odpowiednią równowagę między wysokim poziomem ochrony konsumentów a konkurencyjnością przedsiębiorstw, zgodnie z treścią motywu 4 tej dyrektywy, nie podważając przy tym wolności prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę, ustanowionej w art. 16 karty praw podstawowych (zob. podobnie wyrok z dnia 10 lipca 2019 r., Amazon EU, C-649/17, EU:C:2019:576, pkt 44).
- 40 W tym kontekście, choć prawdą jest, że przekazanie konsumentowi informacji w przedmiocie gwarancji handlowej producenta, jako elementu nierozzerwalnie związanego z towarem stanowiącym przedmiot zamierzonego stosunku umownego z przedsiębiorcą, zapewnia temu konsumentowi wysoki poziom ochrony, to jednak bezwarunkowy obowiązek udostępnienia takich

informacji, bez względu na okoliczności, wydaje się nieproporcjonalny, w szczególności w gospodarczym kontekście funkcjonowania niektórych przedsiębiorstw, zwłaszcza tych najmniejszych (zob. analogicznie wyrok z dnia 14 maja 2020 r., EIS, C-266/19, EU:C:2020:384, pkt 35 i przytoczone tam orzecznictwo). Taki bezwarunkowy obowiązek zmuszałby bowiem przedsiębiorców do wykonywania znacznej pracy w zakresie gromadzenia i aktualizacji informacji dotyczących takiej gwarancji, podczas gdy niekoniecznie utrzymują oni bezpośredni stosunek umowny z producentami, a kwestia gwarancji handlowej producentów nie jest co do zasady objęta umową, którą zamierzają zawrzeć z konsumentem.

- 41 W tych okolicznościach wyważenie celów w postaci wysokiego poziomu ochrony konsumentów i konkurencyjności przedsiębiorstw, o którym mowa w motywie 4 dyrektywy 2011/83, powinno prowadzić do wniosku, że przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi przed zawarciem umowy informacji na temat gwarancji handlowej producenta tylko wtedy, gdy uzasadniony interes przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, w uzyskaniu wysokiego poziomu ochrony powinien przeważać w świetle jego decyzji dotyczącej związania się umową z tym przedsiębiorcą.
- 42 Z wykładni literalnej, systemowej i celowościowej dokonanej w pkt 27–41 niniejszego wyroku wynika, że obowiązek udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, obejmuje gwarancję handlową udzielaną przez przedsiębiorcę, jak również gwarancję handlową udzielaną przez producenta, jeżeli – jak wynika z pkt 41 niniejszego wyroku – konsument ma, ze względu na poziom ochrony przewidziany w tej dyrektywie, uzasadniony interes w uzyskaniu informacji na ten temat, aby móc podjąć decyzję o związaniu się umową z przedsiębiorcą. Wynika z tego, że przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi przed zawarciem umowy informacji na temat gwarancji handlowej producenta nie ze względu na samo istnienie tej gwarancji, lecz ze względu na występowanie takiego uzasadnionego interesu.
- 43 W drugiej kolejności należy zatem ustalić, czy w okolicznościach takich jak charakteryzujące będące przedmiotem postępowania głównej oferty przedsiębiorcy konsument ma uzasadniony interes w uzyskaniu od przedsiębiorcy, przed zawarciem umowy, informacji na temat gwarancji handlowej udzielanej przez producenta, a także jej warunków.
- 44 W tym względzie należy uznać istnienie takiego uzasadnionego interesu w sytuacji, gdy przedsiębiorca czyni z gwarancji handlowej udzielanej przez producenta centralny lub decydujący element swojej oferty.
- 45 W szczególności, w sytuacji gdy przedsiębiorca wyraźnie zwraca uwagę konsumenta na istnienie gwarancji handlowej producenta w taki sposób, aby uczynić z niej argument sprzedaży lub argument reklamowy, a co za tym idzie, aby wpłynąć na zwiększenie konkurencyjności i atrakcyjności jego oferty względem ofert jego konkurentów, obowiązek informacyjny, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, powinien znaleźć zastosowanie.
- 46 Po pierwsze bowiem, w kontekście ochrony konsumentów taka informacja jest niezbędna, aby nie zostali oni wprowadzeni w błąd przez mało jasne, niejednoznaczne lub niekompletne informacje o poszczególnych istniejących gwarancjach i ich wzajemnym powiązaniu oraz aby byli w stanie w szczególności zrozumieć to, że gwarancja handlowa udzielana przez producenta nie pochodzi od przedsiębiorcy i to, czy może ona zostać zrealizowana, w stosownym przypadku, za jego pośrednictwem. Po drugie, taki obowiązek informacyjny nie może zostać uznany za

nieproporcjonalny ciężar dla przedsiębiorcy, ponieważ to on decyduje, z pełną znajomością rzeczy, o zwróceniu uwagi konsumenta na tę kwestię i o czerpaniu z powyższego korzyści konkurencyjnej.

- 47 Natomiast jeżeli oferta przedsiębiorcy wymienia w sposób pomocniczy, pozbawiony znaczenia lub powierzchowny gwarancję handlową producenta, tak że w świetle treści i konfiguracji oferty nie można obiektywnie uznać jej za stanowiącą argument handlowy przedsiębiorcy ani za mogącą wprowadzić konsumenta w błąd, przedsiębiorca nie może być zobowiązany, tylko ze względu na taką wzmiankę, do dostarczenia konsumentowi, przed zawarciem umowy, na podstawie art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, informacji w przedmiocie tej gwarancji.
- 48 W celu ustalenia, czy gwarancja handlowa producenta stanowi centralny lub decydujący element oferty przedsiębiorcy w rozumieniu pkt 44 niniejszego wyroku, należy wziąć pod uwagę treść i ogólną konfigurację oferty w odniesieniu do danego towaru; znaczenie, w kategoriach argumentu sprzedaży lub argumentu reklamowego, wzmianki o gwarancji handlowej producenta; miejsce, jakie ta wzmianka zajmuje w ofercie; ryzyko pomyłki lub wprowadzenia w błąd, jakie wzmianka ta może wywołać w świadomości przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, co do różnych przysługujących mu uprawnień z tytułu gwarancji lub co do rzeczywistej tożsamości gwaranta; istnienie w ofercie wyjaśnień dotyczących innych gwarancji związanych z danym towarem, jak również wszelkie inne czynniki mogące uzasadnić obiektywną potrzebę ochrony konsumenta.
- 49 Do sądu odsyłającego będzie należało zbadanie, czy – w świetle powyższych kryteriów – w sprawie w postępowaniu głównym wzmianka w ofercie handlowej przedsiębiorcy o gwarancji handlowej producenta może zostać uznana za stanowiącą centralny lub decydujący element oferty tego przedsiębiorcy, który może powodować powstanie obowiązku udzielenia informacji przed zawarciem umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83. O ile weryfikacja ta należy wyłącznie do sądu odsyłającego, o tyle Trybunał, orzekając w przedmiocie wniosku o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym, może jednak w razie potrzeby dostarczyć wskazówek stanowiących pomoc dla sądu krajowego w wydaniu jego orzeczenia (wyrok z dnia 3 lutego 2021 r., FIGC i Consorzio Ge.Se.Av., C-155/19 i C-156/19, EU:C:2021:88, pkt 59 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 50 W odniesieniu do niniejszej sprawy należy zauważyć, że gwarancja handlowa producenta nie była bezpośrednio wymieniona w samym tekście oferty, a zatem nie została wykorzystana w sposób znaczący jako argument sprzedaży lub argument reklamy przez przedsiębiorcę.
- 51 W szczególności należy stwierdzić, przede wszystkim, że gwarancja ta była wymieniona w ofercie jedynie pomocniczo, a mianowicie na drugiej stronie zredagowanej przez producenta karty informacyjnej produktu, do której można było uzyskać dostęp dzięki linkowi zatytułowanemu „Instrukcja obsługi”, znajdującemu się w rubryce „Dalsze informacje techniczne”, który to zwrot odsyła co do zasady do informacji dostarczanych przez producenta w odniesieniu do danego towaru. Następnie, wspomniana gwarancja wynikała właśnie z karty informacyjnej sporządzonej nie przez przedsiębiorcę, lecz przez producenta i identyfikującej ową gwarancję konkretnie jako gwarancję udzieloną przez producenta. Wreszcie ryzyko, że konsument mógł zostać wprowadzony w błąd lub mógł pomylić się co do charakteru gwarancji i rzeczywistej tożsamości gwaranta jest o tyle nieznaczące, że nigdzie w ofercie nie wspomniano o gwarancji konkurencyjnej wobec tej udzielonej przez producenta.

- 52 W tych okolicznościach wydaje się, z zastrzeżeniem dokonania w tym względzie weryfikacji przez sąd odsyłający, że wzmianki o gwarancji handlowej producenta, takiej jak będąca przedmiotem postępowania głównego, nie można uznać za stanowiącą centralny lub decydujący element oferty przedsiębiorcy.
- 53 W świetle powyższych rozważań na pytania pierwsze i drugie należy odpowiedzieć, że art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że w odniesieniu do gwarancji handlowej udzielanej przez producenta obowiązek informacyjny nałożony na przedsiębiorcę przez ten przepis nie powstaje przez sam fakt istnienia tej gwarancji, lecz jedynie wówczas gdy konsument ma uzasadniony interes w uzyskaniu informacji na ten temat, aby móc podjąć decyzję o związaniu się umową z przedsiębiorcą. Taki uzasadniony interes występuje w szczególności wtedy, gdy przedsiębiorca czyni z gwarancji handlowej udzielanej przez producenta centralny lub decydujący element swojej oferty. W celu ustalenia, czy gwarancja stanowi taki centralny lub decydujący element, należy wziąć pod uwagę treść i ogólną konfigurację oferty w odniesieniu do danego towaru; znaczenie, w kategoriach argumentu sprzedaży lub argumentu reklamowego, wzmianki o gwarancji handlowej producenta; miejsce, jakie ta wzmianka zajmuje w ofercie; ryzyko pomyłki lub wprowadzenia w błąd, jakie wzmianka ta może wywołać w świadomości przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, co do różnych przysługujących mu uprawnień z tytułu gwarancji lub co do rzeczywistej tożsamości gwaranta; istnienie w ofercie wyjaśnień dotyczących innych gwarancji związanych z danym towarem, jak również wszelkie inne czynniki mogące uzasadnić obiektywną potrzebę ochrony konsumenta.

W przedmiocie pytania trzeciego

- 54 W ramach pytania trzeciego sąd odsyłający dąży w istocie do ustalenia, czy art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że informacje w przedmiocie warunków gwarancji handlowej producenta, które należy przekazać konsumentowi, odpowiadają informacjom, o których mowa w art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44.
- 55 W tym względzie należy przypomnieć, że zgodnie z art. 1 ust. 1 dyrektywy 1999/44 jej celem jest zbliżenie przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, w celu zapewnienia jednolitego minimalnego poziomu ochrony konsumentów w ramach rynku wewnętrznego.
- 56 Co się tyczy, ściślej rzecz ujmując, art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44, z brzmienia tego przepisu w związku z art. 1 ust. 2 lit. e) tej dyrektywy i z motywem 21 owej dyrektywy wynika, że zarówno gwarancje sprzedawcy, jak i gwarancje producenta powinny zawierać pewne informacje wymienione w art. 6 ust. 2 tej samej dyrektywy w celu zapewnienia, aby konsument nie został wprowadzony w błąd.
- 57 Należy podkreślić, że choć zarówno art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44, jak i art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 odnoszą się do gwarancji handlowych udzielanych przez sprzedawcę lub przedsiębiorcę i producenta, to przepisy te realizują odmienne cele. O ile bowiem pierwszy z tych przepisów ma na celu uściślenie informacji, które powinny być zawarte w tych gwarancjach, o tyle celem drugiego z nich jest – jak wynika w szczególności z jego brzmienia – udzielenie konsumentowi przed zawarciem umowy informacji na temat istnienia takich gwarancji i warunków ich realizacji.

- 58 I tak przedsiębiorca, w przypadkach, w których jest on zobowiązany do udzielenia konsumentowi przed zawarciem umowy informacji dotyczących gwarancji handlowej producenta, na podstawie art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 musi przekazać jedynie informacje dotyczące istnienia i warunków tej gwarancji, a nie całej treści owej gwarancji.
- 59 Należy zatem określić wśród różnych elementów wymienionych w art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44 te z nich, które dotyczą „warunków” gwarancji handlowych w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83.
- 60 W tym względzie, jak podkreśla Komisja w swoich uwagach na piśmie, art. 6 ust. 2 tiret pierwsze dyrektywy 1999/44 nie dotyczy warunków gwarancji handlowej w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83, lecz ma na celu przypomnienie istnienia przewidzianej ustawą gwarancji zgodności towaru.
- 61 Co się tyczy art. 6 ust. 2 tiret drugie dyrektywy 1999/44, należy zauważyć, że „zawartość gwarancji” i „podstawowe szczegółowe dane potrzebne dla złożenia skargi w oparciu o gwarancję, w szczególności okres ważności i zasięg terytorialny gwarancji” jednoznacznie odpowiadają warunkom gwarancji handlowej w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83. Poza tym „nazwisko i adres gwaranta” również należą do tych warunków gwarancji, jako że – stosownie do okoliczności – tożsamość i geograficzne umiejscowienie gwaranta dostarczają dodatkowych istotnych informacji dotyczących warunków gwarancji.
- 62 Niemniej, biorąc pod uwagę, po pierwsze, ogólny charakter wyrażen „zawartość gwarancji” i „podstawowe szczegółowe dane potrzebne dla złożenia skargi w oparciu o gwarancję”, zawartych w art. 6 ust. 2 dyrektywy 1999/44, a po drugie, przykładowy charakter elementów wymienionych w tym przepisie, pojęcie „warunków” gwarancji handlowych w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 nie może ograniczać się do okresu obowiązywania i zakresu terytorialnego gwarancji, czy też do nazwy i adresu gwaranta.
- 63 Pojęcie to obejmuje bezsprzecznie wszystkie warunki stosowania i realizacji gwarancji handlowych, przy czym należy przypomnieć, że – jak wynika z pkt 53 niniejszego wyroku – informacje przedumowne dotyczące gwarancji handlowej producenta powinny zostać udzielone wyłącznie w celu umożliwienia konsumentowi podjęcia decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą.
- 64 W związku z powyższym przedsiębiorca jest zobowiązany, na podstawie art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 w związku z art. 6 ust. 2 tiret drugie dyrektywy 1999/44, udzielić konsumentowi, w celu zaspokojenia uzasadnionego interesu konsumenta, określonego w pkt 53 niniejszego wyroku, wszelkich informacji dotyczących warunków stosowania i realizacji danej gwarancji handlowej, co może także obejmować nie tylko, jak wskazuje Komisja w uwagach na piśmie, miejsce naprawienia szkody lub ewentualne ograniczenia gwarancji, ale także, jak zostało wskazane w pkt 61 niniejszego wyroku, nazwę i adres gwaranta.
- 65 W świetle powyższych rozważań na pytanie trzecie należy odpowiedzieć, że art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 w związku z art. 6 ust. 2 tiret drugie dyrektywy 1999/44 należy interpretować w ten sposób, że informacje w przedmiocie warunków gwarancji handlowej producenta, które należy przekazać konsumentowi, obejmują wszystkie warunki stosowania i realizacji takiej gwarancji umożliwiające konsumentowi podjęcie decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą.

W przedmiocie kosztów

- 66 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 (trzecia izba) orzeka, co następuje:

- 1) Artykuł 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady należy interpretować w ten sposób, że w odniesieniu do gwarancji handlowej udzielanej przez producenta obowiązek informacyjny nałożony na przedsiębiorcę przez ten przepis nie powstaje przez sam fakt istnienia tej gwarancji, lecz jedynie wówczas, gdy konsument ma uzasadniony interes w uzyskaniu informacji na ten temat, aby móc podjąć decyzję o związaniu się umową z przedsiębiorcą. Taki uzasadniony interes występuje w szczególności wtedy, gdy przedsiębiorca czyni z gwarancji handlowej udzielanej przez producenta centralny lub decydujący element swojej oferty. W celu ustalenia, czy gwarancja stanowi taki centralny lub decydujący element, należy wziąć pod uwagę treść i ogólną konfigurację oferty w odniesieniu do danego towaru; znaczenie, w kategoriach argumentu sprzedaży lub argumentu reklamowego, wzmianki o gwarancji handlowej producenta; miejsce, jakie ta wzmianka zajmuje w ofercie; ryzyko pomyłki lub wprowadzenia w błąd, jakie wzmianka ta może wywołać w świadomości przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego, co do różnych przysługujących mu uprawnień z tytułu gwarancji lub co do rzeczywistej tożsamości gwaranta; istnienie w ofercie wyjaśnień dotyczących innych gwarancji związanych z danym towarem, jak również wszelkie inne czynniki mogące uzasadnić obiektywną potrzebę ochrony konsumenta.
- 2) Artykuł 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83 w związku z art. 6 ust. 2 tiret drugie dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji należy interpretować w ten sposób, że informacje w przedmiocie warunków gwarancji handlowej producenta, które należy przekazać konsumentowi, obejmują wszystkie warunki stosowania i realizacji takiej gwarancji umożliwiające konsumentowi podjęcie decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą.

Podpisy