



Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
PAOLO MENGOLZI
prezentate la 16 decembrie 2015¹

Cauza C-476/14

**Citroën Commerce GmbH
împotriva**

**Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauterer Wettbewerbs eV
(ZLW)**

[cerere de decizie preliminară formulată de

Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania)]

„Trimitere preliminară — Protecția consumatorilor — Anunț publicitar cu o indicare a prețului —
Indicare separată a cheltuielilor de transport — Noțiunile «ofertă» și preț cu «toate taxele incluse» —
Obligație din dreptul național de a include, în prețul indicat într-un anunț publicitar, cheltuielile
suplimentare obligatorii legate de transportul autovehiculului — Compatibilitate cu dreptul Uniunii —
Practică comercială neloială — Invitație de a cumpăra — Informație semnificativă referitoare la preț”

1. Dreptul Uniunii conține prevederi atât de precise în ceea ce privește afișarea și indicarea prețului
încât un anunț publicitar pentru un autovehicul care menționează separat prețul produsului, pe de o
parte, și cuantumul cheltuielilor obligatorii de transport de la producător la cumpărător, pe de altă
parte, trebuie să fie interzis în mod sistematic? Aceasta este problema ridicată de prezenta trimitere
preliminară.

I – Cadrul juridic

A – Dreptul Uniunii

1. Directiva 98/6/CE

2. Din considerentul (1) al Directivei 98/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului din
16 februarie 1998 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite
consumatorilor² reiese că „funcționarea transparentă a pieței și informațiile corecte sunt în folosul
protecției consumatorului și al unei concurențe sănătoase între întreprinderi și între produse”.

3. Considerentul (2) al Directivei 98/6 amintește că „consumatorilor trebuie să li se garanteze un nivel
ridicat de protecție”.

¹ — Limba originală: franceza.

² — JO L 80, p. 27, Ediție specială, 15/vol. 4, p. 206.

4. Considerentul (6) al Directivei 98/6 prevede că „obligația de a indica prețul de vânzare și prețul unitar contribuie substanțial la o mai bună informare a consumatorilor, acesta fiind cel mai ușor mod de a permite consumatorilor să evalueze și să compare prețul produselor într-o manieră optimă și, ca urmare, să facă alegeri în cunoștință de cauză pe baza unor comparații simple”.
5. Considerentul (7) al Directivei 98/6 continuă, precizând că „ar trebui să existe o obligație generală de a indica atât prețul de vânzare, cât și prețul unitar pentru toate produsele”.
6. Din considerentul (12) reiese că „reglementările la nivel comunitar pot asigura o informare uniformă și transparentă de pe urma căreia vor beneficia toți consumatorii în contextul pieței interne”.
7. Articolul 1 din Directiva 98/6 prevede că scopul directivei menționate „este acela de a specifica indicarea prețului de vânzare și a prețului pe unitate de măsură în cazul produselor oferite de comercianți consumatorilor pentru o mai bună informare a consumatorilor și pentru a facilita compararea prețurilor”.
8. Articolul 2 litera (a) din Directiva 98/6 definește prețul de vânzare drept „prețul final al unei unități din produs sau al unei cantități date din produs, inclusiv [taxa pe valoarea adăugată (TVA)] și toate celelalte taxe”.
9. Articolul 3 alineatul (4) din Directiva 98/6 prevede că „[o]rice reclamă care menționează prețul de vânzare al produselor menționate la articolul 1 trebuie să indice și prețul unitar sub rezerva articolului 5”.
10. Articolul 4 alineatul (1) din Directiva 98/6 prevede în special că „[p]rețul de vânzare și prețul unitar trebuie să fie clare, ușor de identificat și lizibile”.
11. Articolul 5 alineatul (1) din Directiva 98/6 prevede că „[s]tatele membre pot renunța la obligația de a indica prețul unitar al produselor pentru care respectiva indicare nu ar fi utilă din cauza naturii sau destinației produselor sau ar putea crea confuzie”.

2. Directiva 2005/29/CE

12. Din considerentele (3) și (4) ale Directivei 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) ³ reiese că „[l]egislațiile statelor membre în legătură cu practicile comerciale neloiale prezintă diferențe semnificative care pot genera denaturarea concurenței și obstacole în calea bunei funcționări a pieței interne. [...] Aceste disparități creează ambiguitate în ceea ce privește normele de drept intern care se aplică practicilor comerciale neloiale ce aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor și creează multe bariere care afectează întreprinderile și consumatorii. [...] De asemenea, astfel de bariere determină nesiguranța consumatorilor cu privire la drepturile lor și le subminează încrederea în piața internă”.

3 — JO L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260.

13. Considerentul (6) al Directivei 2005/29 precizează că aceasta din urmă „are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi. În conformitate cu principiul proporționalității, prezenta directivă protejează consumatorii de consecințele unor asemenea practici comerciale neloiale, în cazul în care sunt semnificative, dar recunoaște că, în unele cazuri, impactul asupra consumatorilor poate fi neglijabil”.

14. Considerentul (10) al Directivei 2005/29 afirmă că „[e]ste necesar ca relația dintre prezenta directivă și legislația comunitară existentă să fie coerentă, în special în cazul în care unor sectoare specifice li se aplică dispoziții detaliate privind practicile comerciale neloiale. [...] În consecință, prezenta directivă nu se aplică decât în cazul în care nu există dispoziții comunitare speciale care să reglementeze aspecte particulare ale practicilor comerciale neloiale, precum cerințele privind informațiile sau normele ce reglementează modul în care datele sunt prezentate consumatorilor. Directiva asigură protecția consumatorilor în cazul în care nu există nicio legislație sectorială specială la nivel comunitar [...] Prezenta directivă completează, în consecință, acquis-ul comunitar care se aplică practicilor comerciale ce aduc prejudicii intereselor economice ale consumatorilor”.

15. Articolul 1 din Directiva 2005/29 prevede că „[o]biectivul prezentei directive este de a contribui la buna funcționare a pieței interne și de a realiza un nivel ridicat de protecție a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale care aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor”.

16. Articolul 2 litera (i) din Directiva 2005/29 definește invitația de a cumpăra drept o „comunicare comercială care arată caracteristicile unui produs și prețul într-o manieră corespunzătoare mijloacelor de comunicare comercială folosite și care îl determină pe consumator să cumpere un produs”.

17. Articolul 3 alineatele (1) și (4)-(6) din Directiva 2005/29 este redactat după cum urmează:

„(1) Prezenta directivă se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs.

[...]

(4) În cazul în care dispozițiile prezentei directive și alte norme comunitare care reglementează aspecte specifice ale practicilor comerciale neloiale sunt în conflict, normele comunitare prevalează și se aplică respectivelor aspecte specifice.

(5) Pentru o perioadă de șase ani începând de la 12 iunie 2007, statele membre pot continua să aplice dispoziții de drept intern, a căror apropiere este reglementată de prezenta directivă, mai restrictive sau mai riguroase decât dispozițiile prezentei directive și care pun în aplicare directive ce conțin clauze de armonizare minime. [...]

(6) Statele membre adresează de îndată o notificare Comisiei cu privire la dispozițiile de drept intern aplicate în conformitate cu alineatul (5).”

18. Articolul 5 alineatele (1) și (2) din Directiva 2005/29 este redactat după cum urmează:

„(1) Se interzic practicile comerciale neloiale.

(2) O practică comercială este neloială în cazul în care:

(a) este contrară cerințelor diligenței profesionale,

și

- (b) denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia îi este adresat [...]"

19. Articolul 7 din Directiva 2005/29 este redactat după cum urmează:

„(1) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

(2) De asemenea, o practică comercială se consideră omisiune înșelătoare în cazul în care, ținând seama de toate aspectele descrise la alineatul (1), un comerciant disimulează o informație semnificativă prevăzută la alineatul respectiv sau o furnizează într-o manieră neclară, neinteligibilă, ambiguă sau nepotrivită ori dacă nu își declară intenția comercială adevărată în cazul în care aceasta nu reiese deja din context sau în cazul în care, în orice situație, aceasta determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

[...]

(4) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații se consideră semnificative, în cazul în care nu reies deja din context:

[...]

- (c) prețul cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod satisfăcător dată fiind natura produsului, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau cheltuielile poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod satisfăcător, menționarea faptului că aceste costuri ar putea fi suportate de consumator;

[...]

(5) Informațiile prevăzute de legislația comunitară privind comunicarea comercială, inclusiv publicitatea sau comercializarea, a căror listă incompletă este prevăzută de anexa II, se consideră semnificative”.

20. Anexa II la Directiva 2005/29 cuprinde lista cu dispozițiile de drept comunitar prin care se stabilesc norme în materie de publicitate și de comunicare comercială. În această listă este cuprins și articolul 3 alineatul (4) din Directiva 98/6.

B – Dreptul german

21. Potrivit Legii privind combaterea concurenței neloiale (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, denumită în continuare „UWG”⁴), practicile comerciale neloiale sunt interzise în cazul în care acestea sunt de natură să aducă atingere în mod considerabil intereselor consumatorilor, ale concurenților sau ale altor actori de pe piață⁵. Orice persoană care încalcă o dispoziție legală destinată, printre altele, să reglementeze, în interesul actorilor pieței, comportamentul pe piață săvârșește un act de concurență neloială⁶.

22. Articolul 1 din Regulamentul privind indicarea prețurilor (Preisangabenverordnung, denumit în continuare „PAngV”⁷) a transpus în ordinea juridică germană articolul 4 alineatul (1) din Directiva 98/6. Acesta prevede că orice persoană care oferă bunuri unor consumatori finali cu titlu comercial sau profesional sau în altă calitate în mod regulat sau, în calitate de vânzător, face publicitate adresată consumatorilor finali cu indicarea unor prețuri trebuie să indice prețul final, inclusiv taxa pe valoarea adăugată și celelalte componente ale prețului.

II – Litigiul principal, întrebările preliminare și procedura în fața Curții

23. Reclamanta din litigiul principal, Citroën Commerce GmbH (denumită în continuare „Citroën Commerce”), este o societate care comercializează autovehicule în Germania. La data de 30 martie 2011, aceasta a publicat un anunț într-un cotidian german pentru vehicule oferite de sucursala sa din landul Bavaria. Anunțul publicitar prezenta exemplul unui model descris astfel: „De exemplu, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 €¹”, „toate opțiunile incluse”, „Reducere de preț maximă: 6 170 €¹”. Exponentul „¹” făcea trimitere la textul următor, redactat cu caractere mai mici, în partea de jos a anunțului: „Plus 790 € cheltuieli de transport [...]”.

24. Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauterer Wettbewerbs eV (ZLV) (grup pentru apărarea concurenței loiale în sectorul automobilelor) a introdus o acțiune împotriva reclamantei din litigiul principal în temeiul unor dispoziții din UWG coroborate cu articolul 1 din PAngV, pentru a o obliga să înceteze să mai facă publicitate fără a indica prețul final efectiv al vehiculului, și anume prețul care include cheltuielile obligatorii de transport.

25. Prima instanță a admis acțiunea formulată de ZLV. Citroën Commerce a declarat apel. Instanța sesizată a respins apelul. Citroën Commerce a sesizat în consecință instanța de trimitere cu recurs.

26. Instanța de trimitere explică faptul că, potrivit jurisprudenței sale constante referitoare la interpretarea articolului 1 din PAngV, prețul final al vehiculului este cel care trebuie indicat, în principiu, în anunțurile publicitare, și anume prețul care include cheltuielile de transport, întrucât publicul nu percepe aceste cheltuieli adiacente ca pe un cost suplimentar, ci, dimpotrivă, ca pe o parte integrantă din preț. Indicarea separată a prețului este posibilă numai dacă consumatorul poate să aleagă între două variante, și anume să ridice vehiculul de la uzina constructorului sau să solicite livrarea autovehiculului la distribuitorul unde a fost încheiată vânzarea ori, dacă nu este posibil, să se prevadă în avans cuantumul cheltuielilor respective. În cazul anunțului publicitar în discuție în litigiul principal, niciuna dintre aceste două condiții nu este îndeplinită. Instanța de trimitere ridică problema dacă această linie a jurisprudenței naționale este compatibilă cu dreptul Uniunii.

4 — Modificată cel mai recent prin BGBl. 2010 I, p. 254.

5 — Articolul 3 alineatul (1) din UWG.

6 — Articolul 4 alineatul (11) din UWG.

7 — Modificată cel mai recent prin BGBl. 2002 I, p. 4197.

27. În această privință, instanța de trimitere arată că dreptul național interpretat astfel poate să constituie o măsură „mai restrictivă sau mai riguroasă” în sensul articolului 3 alineatul (5) din Directiva 2005/29 decât cele pe care statele membre le puteau menține în sistemele lor juridice până la 12 iunie 2013⁸. După acest termen, se prezumă că Directiva 2005/29 a realizat o armonizare totală a materiei. În consecință, abordarea națională a condițiilor de prezentare a prețului ar putea fi menținută numai în măsura în care aceasta reflectă starea dreptului Uniunii.

28. Instanța de trimitere ridică problema dacă anunțul publicitar publicat de Citroën Commerce intră în domeniul de aplicare al Directivei 98/6 și dacă acesta constituie o „ofertă de produs” în sensul directivei respective. În cazul în care situația se prezintă astfel, instanța de trimitere ridică problema dacă trebuie să se înțeleagă că prețul de vânzare care trebuie indicat potrivit Directivei 98/6 include cheltuielile obligatorii de transport al vehiculului.

29. Însă instanța de trimitere ridică de asemenea problema aplicabilității Directivei 2005/29 și nu exclude faptul că prezenta cerere preliminară trebuie să fie soluționată în temeiul directivei respective. În acest caz, instanța de trimitere ridică problema dacă prețul care trebuie indicat în cazul unei „invitații de a cumpăra”, în sensul articolului 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29, trebuie să fie un preț global, și anume care să includă cheltuielile menționate.

30. Confruntat astfel cu o dificultate de interpretare a dreptului Uniunii, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) a hotărât să suspende judecarea cauzei și, prin intermediul deciziei primite de grefa Curții la 27 octombrie 2014, să adreseze acesteia din urmă, în temeiul articolului 267 TFUE, următoarele trei întrebări preliminare:

„1) Publicitatea pentru un produs prin indicarea prețului acestuia reprezintă o ofertă în sensul prevăzut în articolul 1 din Directiva 98/6?

În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare:

2) Prețul de vânzare, care trebuie indicat în conformitate cu articolul 1 și cu articolul 3 alineatul (1) prima teză din Directiva 98/6 la oferirea unui produs în sensul articolului 1, trebuie să cuprindă în mod obligatoriu și costurile aferente transportului unui autovehicul de la producător la comerciant?

În cazul unui răspuns negativ la prima sau la a doua întrebare:

3) În conformitate cu articolul 7 alineatul (4) litera (c) primul caz din Directiva 2005/29, «prețul cu toate taxele incluse» care trebuie indicat, în cazul unei invitații de a cumpăra un autovehicul, în sensul articolului 2 litera (i) din aceeași directivă, trebuie să includă și costurile obligatorii aferente transportului vehiculului de la producător la comerciant?”

31. Reclamanta din litigiul principal, ZLW, guvernul austriac, guvernul maghiar, precum și Comisia Europeană au prezentat observații scrise în fața Curții.

32. În ședința care a avut loc la Curte la data de 30 septembrie 2015, au formulat observații orale reclamanta din acțiunea principală și Comisia.

8 — Cu privire la acest aspect, arătăm totuși că statele membre beneficiau de o astfel de posibilitate cu condiția să fi notificat măsurile respective Comisiei [a se vedea articolul 3 alineatele (5) și (6) din Directiva 2005/29]. Or, din dosar nu reiese că Republica Federală Germania a efectuat o astfel de notificare a dreptului său național relevant pentru soluționarea litigiului principal.

III – Analiză juridică

33. Înainte de toate, trebuie să se delimiteze sfera întrebărilor adresate Curții. Astfel cum a amintit reprezentantul reclamantei din litigiul principal în cadrul ședinței în fața Curții, instanța de trimitere nu urmărește să stabilească dacă publicitatea în cauză în cadrul litigiului principal contravine Directivei 98/6 și/sau dacă aceasta constituie o practică comercială neloială interzisă de Directiva 2005/29. Instanța de trimitere urmărește să afle care este stadiul dreptului Uniunii aplicabil pentru a verifica dacă propria interpretare a dreptului său național este compatibilă cu dreptul Uniunii⁹.

34. Potrivit afirmațiilor instanței de trimitere, anunțul publicitar publicat în presă de reclamanta din litigiul principal contravine dreptului german, care impune ca în anunțurile publicitare să se menționeze prețul total al produselor, și anume, în ceea ce privește împrejurările din speță, prețul care include cheltuielile de transport al vehiculului până la sediul concesionarului ca urmare a caracterului obligatoriu al acestora.

35. Pentru a aprecia compatibilitatea dreptului național cu dreptul Uniunii, trebuie să se răspundă, în esență, la două serii de întrebări. Astfel, într-o primă etapă, va trebui să se determine care directivă reglementează condițiile în care prețul trebuie indicat în anunțurile publicitare și stabilește care este nivelul de exigență, standardul comunitar în această privință. În acest scop și ținând seama de regula privind prioritatea cuprinsă la articolul 3 alineatul (4) din Directiva 2005/29, va fi examinată mai întâi Directiva 98/6. Ulterior, în ipoteza în care s-ar dovedi că dreptul german protejează consumatorii într-o măsură mai mare decât dreptul Uniunii, ar trebui să se verifice, într-o a doua etapă, dacă acesta din urmă autorizează statele membre să mențină sau să instituie măsuri mai restrictive în raport cu cele pe care le prevede.

A – Observație preliminară cu privire la excluderea Directivei 2006/114

36. De la bun început trebuie să se precizeze că litigiul principal nu intră în domeniul de aplicare al Directivei 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă¹⁰. Faptul că acțiunea în justiție nu a fost introdusă de o asociație pentru protecția consumatorilor, ci de un grup care reprezintă interesele concurenților din industria automobilelor ar fi putut lăsa să se creadă că Directiva 2006/114 era aplicabilă întrucât are ca obiect în special „protejarea comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia”¹¹. Cu toate acestea, pe fond, Directiva 2006/114 nu cuprinde nicio dispoziție care să determine condițiile în care prețul trebuie indicat în anunțurile publicitare¹².

B – Cu privire la prima întrebare, referitoare la domeniul de aplicare al Directivei 98/6

37. Prin intermediul primei întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă anunțul publicitar în discuție în litigiul principal poate să intre în domeniul de aplicare al Directivei 98/6 pentru care articolul 1 din PAngV constituie o măsură de transpunere. Pentru aceasta, ar fi suficient, potrivit instanței de trimitere, ca anunțul publicitar respectiv să constituie o „oferire de produse” în sensul articolului 1 din directiva menționată.

9 — Amintită la punctul 26 din prezentele concluzii.

10 — JO L 376, p. 21, Ediție specială, 15/vol. 18, p. 229.

11 — Articolul 1 din Directiva 2006/114. A se vedea de asemenea Hotărârea Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150, punctul 22).

12 — Articolul 3 litera (b) din Directiva 2006/114 se limitează să precizeze că, în vederea determinării caracterului înșelător al publicității, se iau în considerare în special informații cu privire la preț sau la modul de stabilire a prețului și la condițiile în care se distribuie bunurile.

38. Este posibil ca anunțul publicitar publicat de reclamanta din litigiul principal să constituie o ofertă de produse în sensul larg și comun al termenului. Cu toate acestea, în contextul Directivei 98/6, noțiunea „produse oferite de comercianți consumatorilor” vizată la articolul 1 din Directiva 98/6 trebuie interpretată în limitele proprii obiectului acesteia din urmă.

39. Astfel, ținând seama totuși de faptul că instanța de trimitere urmărește să determine care sunt prevederile din dreptul Uniunii în materie de indicare a prețurilor menționate în anunțurile publicitare, trebuie să se constate că obiectivul principal al Directivei 98/6 nu este acesta. Într-adevăr, o serie de elemente ne determină să punem la îndoială relevanța *ratione materiae* a acestei directive pentru soluționarea litigiului principal.

40. În mod cert, din titlul Directivei 98/6 reiese că ea este consacrată protecției consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor oferite acestora din urmă. Totuși, obiectivul respectiv este precizat la articolul 1 din Directiva 98/6, care prevede „indicarea prețului de vânzare și a prețului pe unitate de măsură în cazul produselor oferite [...] consumatorilor pentru o mai bună informare a consumatorilor și pentru a facilita compararea prețurilor”.

41. În acest fel, legiuitorul Uniunii a consacrat în mod cert o obligație generală – aceea de a indica în același timp prețul de vânzare și prețul pe unitatea de măsură¹³ –, însă limitată la cazurile în care această dublă indicare este relevantă sau, cel puțin, permite să se atingă în mod mai eficace obiectivul de a facilita compararea.

42. Chiar dacă această obligație nu este precizată în mod explicit și este formulată, *prima facie*, pentru „toate produsele oferite”, analiza domeniului lexical al Directivei 98/6 ne determină să concluzionăm că ea a fost totuși gândită, în esență, pentru produsele așa-numite de consum curent, înțelegându-se că poate fi vorba atât de produse alimentare, cât și de produse nealimentare¹⁴. În orice caz, în acest mod înțelegem diferitele referiri făcute de Directiva 98/6 la produsele vândute în vrac¹⁵, la ambalarea sau la preambalarea produselor¹⁶, la greutatea netă și la greutatea netă uscată a produselor¹⁷ sau chiar la micile întreprinderi de desfacere cu amănuntul¹⁸.

43. Faptul că Directiva 98/6 nu a fost gândită ca un fel de directivă-cadru referitoare la indicarea prețurilor sau la publicitate în general, ci mai curând ca un text care reglementează condițiile în care prețurile produselor trebuie, în principiu, să facă obiectul unei duble afișări atunci când sunt expuse sau propuse consumatorilor la un punct de vânzare, este confirmat și de lucrările pregătitoare.

44. Astfel, expunerea de motive a Propunerii de directivă a Parlamentului European și a Consiliului privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor¹⁹ demonstrează o serie de preocupări în legătură cu practicile distribuției mari și mijlocii²⁰ în ceea ce privește etichetarea produselor²¹ sau chiar dezvoltarea citirii prețurilor prin intermediul unui cod de bare²².

13 — A se vedea considerentul (7) al Directivei 98/6.

14 — Directiva 98/6 a înlocuit Directiva 79/581/CEE a Consiliului din 19 iunie 1979 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor alimentare (JO L 158, p. 19) și Directiva 88/314/CEE a Consiliului din 7 iunie 1988 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor nealimentare (JO L 142, p. 19).

15 — A se vedea considerentul (7), precum și articolul 2 litera (c) și articolul 3 alineatul (3) din Directiva 98/6.

16 — A se vedea considerentele (5) și (10) și articolul 4 din Directiva 98/6.

17 — A se vedea articolul 4 alineatul (2) al doilea paragraf din Directiva 98/6.

18 — A se vedea considerentele (9) și (14) și articolul 6 din Directiva 98/6.

19 — COM(95) 276 final din 12 iulie 1995.

20 — Punctul 20 din expunerea de motive face referire în special la „gondole”.

21 — A se vedea punctul 17 din expunerea de motive a propunerii de directivă.

22 — A se vedea punctul 20 din expunerea de motive a propunerii de directivă.

45. De asemenea, este interesant de arătat că, deși articolul 1 din propunerea de directivă a fost redactat în sensul că indicarea prețurilor de vânzare și a prețului pe unitatea de măsură trebuia prevăzută pentru „produsele oferite consumatorilor finali de către comercianți”, Comisia a adăugat că aceasta se impunea atunci când dubla indicație era relevantă. Comisia recunoștea astfel că „exist[a] o serie de situații în care compararea prețurilor nu aduce o informație determinată pentru consumator, în special atunci când produsele au caracteristici foarte diferite sau atunci când acestea răspund unor nevoi diferențiate ale consumatorilor. Astfel, aceasta este, de exemplu, situația produselor personalizate, a articolelor de îmbrăcăminte, a *autovehiculelor*, a mobilierului și a tuturor produselor pentru care o indicație de măsură [...] nu aduce o informație utilă pentru a compara prețurile”²³.

46. Astfel, ca urmare a caracteristicilor individuale proprii foarte variate, autovehiculele nu sunt produse pentru care o comparare a prețurilor prin afișarea reglementată de Directiva 98/6 este relevantă imediat pentru consumator. Pentru a fi mai clar, dacă Directiva 98/6 are vocația de a-i facilita consumatorului compararea prețului unui kilogram de tomate – întrucât tomatele sunt un produs care poate fi comparat ușor și, în orice caz, strict echivalent cu tomatele vândute într-un alt magazin – cu atât mai mult, pentru produse de tipul autovehiculelor, indicarea prețului în condițiile descrise de Directiva 98/6 nu poate servi unui astfel de obiectiv ținând seama de gradul de specificitate al fiecărui vehicul²⁴.

47. În consecință, obligația de a indica prețul de vânzare și prețul pe unitatea de măsură impusă de Directiva 98/6 trebuie să fie replasată în contextul obiectivului urmărit de legiuitor care este cel de a asigura o informare omogenă și transparentă în ceea ce privește în special cuantificarea produselor cu ajutorul unui sistem uniform de măsuri care permite stabilirea prețului acestora²⁵ pentru a facilita compararea. Curtea nu a decis diferit atunci când a statuat, în cauza Comisia/Belgia, că „obiectul Directivei 98/6 nu este protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor în general sau în ceea ce privește realitatea economică a anunțurilor privind reducerile de preț, ci protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor în raport cu diferite tipuri de unități de măsură”²⁶.

48. Prin urmare, înclinăm să considerăm, împreună cu Comisia, că principală finalitate a Directivei 98/6 nu este să garanteze protecția consumatorilor în ceea ce privește indicațiile privind prețul în general, ci mai curând să permită o informare suficientă a consumatorilor, făcând posibilă în special compararea prețurilor, atunci când prețul produselor este indicat prin referire la unități de măsură diferite. Această informare suficientă este cerută atunci când același produs este vândut în cantități și în ambalaje variabile, iar consumatorii au un interes de a compara prețul produsului în discuție pe baza aceleiași unități de măsură.

49. Prin urmare, Directiva 98/6 nu constituie norma de referință, în dreptul Uniunii, în materie de indicare a prețurilor în general pentru toate ofertele de produse. Mai mult, aceasta nu are vocația de a reglementa, în general, condițiile în care prețurile trebuie indicate în anunțurile publicitare²⁷. Prin urmare, ea nu este etalonul față de care trebuie apreciată compatibilitatea legislației naționale.

23 — Punctul 27 din expunerea de motive a propunerii de directivă. Sublinierea noastră.

24 — Și aceasta cu atât mai mult cu cât autovehiculele sunt însoțite de o serie de opțiuni.

25 — A se vedea punctul 60 din Concluziile avocatului general Cruz Villalón prezentate în cauza Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2013:769).

26 — Hotărârea Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2014:2064, punctul 59). A se vedea de asemenea punctul 58 și următoarele din Concluziile avocatului general Cruz Villalón prezentate în cauza Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2013:769), la care Curtea face de altfel trimitere.

27 — Astfel, considerăm că, dacă am interpreta articolul 1 din Directiva 98/6 în sensul că produsele sunt oferite din moment ce există un anunț publicitar, precizarea cuprinsă la articolul 3 alineatul (4) din aceeași directivă ar deveni superflua.

50. Rezultă din cele de mai sus că, întrucât Directiva 98/6 nu are ca obiect protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor în general, ci prin indicarea prețurilor produselor oferite prin referire la diferite tipuri de unități de măsură, o dispoziție națională interpretată în sensul că este interzisă, în orice împrejurare, practica unui comerciant care constă în a indica în mod separat, într-un anunț publicitar, prețul unui vehicul, pe de o parte, și quantumul cheltuielilor obligatorii de transport al vehiculului respectiv către consumator, pe de altă parte, nu poate intra în domeniul de aplicare al directivei menționate.

51. Tocmai pentru că dispoziția germană, astfel cum este interpretată de instanța de trimitere, nu intră în domeniul de aplicare al Directivei 98/6, ea nu poate fi considerată nici ca fiind o „dispoziție mai favorabilă” pe care statele membre aveau dreptul să o mențină sau să o adopte în sensul articolului 10 din Directiva 98/6, întrucât aceasta din urmă nu a efectuat o armonizare completă a materiei.

52. În această privință, suntem din nou pe deplin de acord cu analiza avocatului general Cruz Villalón din Concluziile sale prezentate în cauza Comisia/Belgia, potrivit căreia, „în mod logic, aceste dispoziții mai favorabile pot fi interpretate numai ca referindu-se la materia care face obiectul Directivei 98/6, mai exact, informarea consumatorilor cu privire la unitățile de măsură utilizate ca referință pentru stabilirea prețurilor produselor, facilitând compararea prețurilor [...] în raport cu diferite sisteme de măsură”²⁸. În aceste condiții, articolul 10 din Directiva 98/6 nu poate justifica menținerea dispoziției naționale astfel cum a fost interpretată de instanța de trimitere, întrucât o astfel de dispoziție nu se referă la materia care face obiectul Directivei 98/6²⁹.

C – Cu privire la a doua întrebare, referitoare la noțiunea de preț în sensul Directivei 98/6

53. Având în vedere răspunsul pe care îl sugerăm Curții referitor la prima întrebare preliminară adresată de instanța de trimitere, vom consacra acestei întrebări numai câteva considerații succinte, cu titlu subsidiar.

54. Instanța de trimitere solicită Curții să stabilească dacă prețul la care fac referire articolul 1 și articolul 3 alineatul (1) din Directiva 98/6 trebuie să includă cheltuielile obligatorii de transport al vehiculului. Aceste dispoziții trebuie interpretate în lumina articolului 2 litera (a) din directiva respectivă, care definește prețul drept „prețul final al unei unități din produs sau al unei cantități date din produs, inclusiv TVA și toate celelalte taxe”. Reiese din această dispoziție că prețul definitiv este compus din prețul produsului, din TVA și din toate taxele accesorii.

55. Înclinăm spre a aprecia că cheltuielile de transport în discuție în litigiul principal sunt complet străine de Directiva 98/6 și aceasta pentru diferite motive.

56. În primul rând, trebuie să se răspundă instanței de trimitere, care precizează că s-ar putea considera că cheltuielile de transport ar trebui incluse în „prețul de vânzare” al produsului, în sensul Directivei 98/6, ca urmare a caracterului lor obligatoriu, că analiza genezei articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6 conduce la aprecierea că aceasta nu este alegerea pe care a făcut-o legiuitorul, în condițiile în care el a avut, totuși, ocazia de a o explica în textul directivei menționate.

57. Astfel, inițial, propunerea de directivă³⁰ se limita să definească prețul de vânzare drept „prețul valabil pentru o cantitate determinată de produs”³¹.

28 — Concluziile avocatului general Cruz Villalón prezentate în cauza Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2013:769, punctul 63).

29 — A se vedea prin analogie punctul 64 din Concluziile avocatului general Cruz Villalón prezentate în cauza Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2013:769).

30 — A se vedea mai sus nota de subsol 19 din prezentele concluzii.

31 — Articolul 2 din propunerea de directivă. Cheltuielile obligatorii de transport al vehiculului ar putea totuși să intre în această categorie.

58. În propunerea sa modificată³², Comisia propunea dezvoltarea în mod semnificativ a acestei definiții, precizând că prețul definitiv cuprindea „TVA, toate taxele accesorii și costurile serviciilor obligatorii achitate de consumator”³³. Totuși, în Poziția comună (CE) nr. 60/96 adoptată de Consiliul Uniunii Europene la 27 septembrie 1996 în vederea adoptării directivei privind protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor³⁴, Consiliul nu a reținut această formulare și s-a limitat să propună ca prețul de vânzare să fie înțeles drept „prețul valabil pentru o unitate de produs sau pentru o anumită cantitate de produs”³⁵, precizând însă, puțin mai departe în proiectul de directivă, că „prețul de vânzare și prețul pe unitatea de măsură se raportează la prețul final al produsului în condițiile definite de statele membre”³⁶.

59. În consecință, Parlamentul European a adoptat un amendament pentru ca trimiterea la „costurile serviciilor achitate obligatoriu de consumator”, cuprinsă în propunerea modificată, să fie reintrodusă³⁷. Or, o astfel de trimitere lipsește din versiunea finală a articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6. În opinia noastră, aceasta dovedește dificultatea de a ajunge la un acord privind o eventuală definiție legislativă mai precisă a noțiunii de preț și a diferitelor sale componente.

60. În al doilea rând, trebuie să se rețină că legiuitorul a menționat, la momentul precizării noțiunii „preț” în sensul Directivei 98/6, taxele, iar nu cheltuielile. Or, din nou, o astfel de alegere nu este neutră. Astfel, examinarea rapidă a unui eșantion de diferite versiuni lingvistice tinde să confirme caracterul „public” al acestor taxe. Versiunea spaniolă menționează „todos los demás impuestos”, versiunea italiană „ogni altra imposta”, versiunea engleză „all other taxes”, iar versiunea germană „alle sonstigen Steuern einschließt”. Or, în sensul jurisprudenței Curții, o taxă este o sarcină pecuniară, chiar dacă este minimă, impusă unilateral, oricare ar fi denumirea și modul de aplicare ale acesteia³⁸, percepută de stat sau de un organism public. Întrucât cheltuielile de transport sunt percepute de producătorul autovehiculului, ele nu pot fi nici calificate, nici asimilate unei „taxe” în sensul articolului 2 litera (a) din Directiva 98/6.

61. În orice caz și ținând seama de obiectul Directivei 98/6 pe care l-am amintit mai sus, rămânem convinși că astfel de cheltuieli de transport sunt în cele din urmă străine de Directiva 98/6 menționată. O asemenea constatare este de altfel pe deplin coerentă dacă se consideră, după cum susținem, că aceasta din urmă are vocația de a se aplica, în esență, într-un context de punere la dispoziție imediată a produselor oferite, așa-numite de consum curent, după cum este cazul în întreprinderile mici de desfacere cu amănuntul sau în distribuția de nivel mediu și mare³⁹.

62. Întrucât, la încheierea analizei noastre, Directiva 98/6 nu s-a dovedit relevantă pentru soluționarea litigiului principal, trebuie să procedăm în continuare la analiza Directivei 2005/29.

32 — Propunerea modificată de directivă a Parlamentului European și al Consiliului privind protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor, COM(96) 264 final din 24 iunie 1996.

33 — A se vedea articolul 2 literele (a) și (b) din propunerea modificată.

34 — JO C 333, p. 7.

35 — A se vedea articolul 2 litera (a) din Poziția comună nr. 60/96.

36 — A se vedea articolul 4 alineatul (2) din Poziția comună nr. 60/96. Sublinierea noastră.

37 — A se vedea amendamentul 11 din Decizia privind Poziția comună adoptată de Consiliu în vederea adoptării unei Directive a Parlamentului European și a Consiliului privind protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor, doc. A4-0015/97 (JO C 85, p. 26).

38 — A se vedea, în special în ceea ce privește noțiunea de taxă cu efect echivalent unei taxe vamale, Hotărârile Bakker Hillegom (C-111/89, EU:C:1990:177, punctul 9) și Kernkraftwerke Lippe-Ems (C-5/14, EU:C:2015:354, punctul 88 și jurisprudența citată).

39 — Pentru ca totul să fie clar, nu se poate deduce din analiza noastră că ar fi posibil, din cauza unor lacune ale Directivei 98/6 privind definiția „prețului definitiv”, să se afișeze separat prețul unei sticle de lapte de 1 litru și cuantumul cheltuielilor puse în sarcina consumatorului de către distribuitor pentru a transporta sticla până la magazin. Cheltuielile despre care este vorba în litigiul principal sunt de o cu totul altă natură, fiind asimilate mai mult cheltuielilor de livrare a unui produs despre care nu se poate spune că ar fi de consum curent. În orice caz, Directiva 98/6 nu detaliază condițiile în care trebuie indicat prețul definitiv.

D – *Cu privire la a treia întrebare, referitoare la noțiunea de preț în sensul articolului 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29*

63. Directiva 2005/29 este consacrată practicilor comerciale neloiale. Ea cuprinde o serie de precizări referitoare la condițiile în care profesioniștii pot să comunice, în raport cu consumatorii, indicând, dacă este cazul, prețul produsului. În special, articolul 7 alineatul (4) din directiva menționată cuprinde lista cu informațiile considerate semnificative care nu pot fi omise, disimulate sau prezentate astfel încât să inducă în eroare consumatorul în momentul în care este luată o „decizie comercială” în sensul Directivei 2005/29.

64. Prețul cu „toate taxele incluse” se numără printre aceste informații semnificative, iar instanța de trimitere întreabă Curtea dacă această noțiune, definită la articolul 7 alineatul 4 litera (c) din Directiva 2005/29, trebuie interpretată în sensul că include cheltuielile obligatorii de transport al unui autovehicul de la fabricant la consumator. Totuși, înainte de a examina dispoziția menționată, ne vom înceta analiza cu două serii de observații preliminare.

1. Precizări preliminare

65. Pe de o parte, ținem să subliniem că Directiva 2005/29 are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi⁴⁰. Ea a realizat o armonizare completă a materiei⁴¹, astfel încât statele membre nu sunt autorizate, în principiu⁴², să introducă sau să mențină în sistemele juridice proprii măsuri mai restrictive decât cele definite de Directiva 2005/29, nici chiar pentru a asigura un nivel mai ridicat de protecție a consumatorilor⁴³.

66. Pe de altă parte, amintim că, potrivit Directivei 2005/29, practicile comerciale neloiale pot lua două forme. Astfel, poate fi vorba fie despre o acțiune înșelătoare (articolul 6), fie despre o omisiune înșelătoare (articolul 7). Întrucât instanța de trimitere face referire în mod expres la noțiunea de invitație de a cumpăra, care este menționată în mod expres numai la articolul 7 din Directiva 2005/29, înseamnă că aceasta presupune că practica comercială a reclamantei din litigiul principal intră în categoria omisiunilor înșelătoare. Or, având în vedere că, pe de altă parte, instanța menționată nu urmărește, în acest stadiu, să califice *in concreto* comportamentul Citroën Commerce cu privire la Directiva 2005/29, nu este necesar să se revină în prezentele concluzii asupra acestei premise.

40 — Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctul 21).

41 — A se vedea Hotărârile VTB-VAB și Galatea (C-261/07 și C-299/07, EU:C:2009:244, punctul 52), Plus Warenhandels-gesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, punctul 41), Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660, punctul 27), Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, punctul 20), RLVs (C-391/12, EU:C:2013:669, punctul 33), precum și Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2014:2064, punctele 55, 61 și 64) și Ordonanța Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, punctul 34).

42 — Cu excepția autorizării exprese date de Directiva 2005/29 însăși: a se vedea articolul 3 alineatul (9) din Directiva 2005/29 și Hotărârea Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, punctele 21-24).

43 — A se vedea Ordonanța Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, punctul 34 și jurisprudența citată).

2. Cu privire la informația semnificativă referitoare la preț în contextul unei invitații de a cumpăra

67. O practică comercială constituie o omisiune înșelătoare în cazul în care, „analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări”⁴⁴.

68. O invitație de a cumpăra este o formă specială de publicitate care implică o obligație de informare temeinică, precizată la articolul 7 alineatul (4) din Directiva 2005/29⁴⁵. Invitația respectivă este definită la articolul 2 litera (i) din Directiva 2005/29 drept „o comunicare comercială care arată caracteristicile unui produs și prețul *într-o manieră corespunzătoare* mijloacelor de comunicare comercială folosite și care îl determină pe consumator să cumpere un produs”⁴⁶. De aici Curtea a dedus că această dispoziție „nu impune indicarea unui preț final”⁴⁷.

69. Cu toate acestea, în cadrul unei invitații de a cumpăra, „prețul cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod satisfăcător dată fiind natura produsului, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau cheltuielile poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod satisfăcător, menționarea faptului că aceste costuri ar putea fi suportate de consumator”⁴⁸ sunt considerate informații semnificative.

70. Dacă luăm în considerare conținutul strict al întrebării adresate, instanța de trimitere urmărește să obțină doar interpretarea noțiunii „preț cu toate taxele incluse”. Or, *mutatis mutandis*, aceeași concluzie precum cea desprinsă deja din interpretarea noțiunii „taxe accesorii” în contextul Directivei 98/6 se impune întrucât, din nou, o analiză rapidă a versiunilor lingvistice tinde să confirme caracterul public al referirii făcute la „taxe”. Versiunea spaniolă menționează „el precio, incluidos los impuestos”, versiunea italiană „il prezzo comprensivo delle imposte”, versiunea engleză „the price inclusive of taxes”, versiunea germană „der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben”, iar versiunea portugheză „[o] preço, incluindo impostos e taxas”.

71. Prin urmare, nu suntem convinși că cheltuielile obligatorii de transport al vehiculului pot fi interpretate în sensul că trebuie integrate într-un preț „cu toate taxele incluse” în sensul articolului 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29.

72. În orice caz, trebuie extinsă sfera întrebării adresate, fără a ne concentra asupra expresiei „preț cu toate taxele incluse”, ci, dimpotrivă, încercând să identificăm elementele structurale ale articolului 7 din Directiva 2005/29 pentru a defini mai bine intensitatea obligațiilor care decurg de aici în ceea ce privește indicarea prețului.

44 — Articolul 7 alineatul (1) din Directiva 2005/29. Articolul 7 alineatul (2) din aceeași directivă definește o altă formă de omisiune înșelătoare care constă, în ceea ce îl privește pe comerciant, în disimularea unei informații semnificative prevăzute la articolul 7 alineatul (1) sau o furnizează „într-o manieră neclară, neinteligibilă, ambiguă sau nepotrivită” și care are ca rezultat să determine sau să poată determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări. Publicitatea în cauză în cadrul litigiului principal s-ar încadra mai curând în această a doua categorie de omisiuni înșelătoare, în măsura în care se consideră că indicarea separată a prețului autovehiculului și a cuantumului cheltuielilor obligatorii de transport într-o notă de subsol înseamnă să se furnizeze în manieră neclară o informație semnificativă. Reiterăm însă că această dezbateră nu ne preocupă în speță.

45 — A se vedea punctul 22 din Concluziile noastre prezentate în cauza Ving Sverige (EU:C:2011:47).

46 — Sublinierea noastră.

47 — Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctul 36).

48 — Articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29.

73. Astfel, se observă, în primul rând, că articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29 nu se limitează să menționeze prețul cu toate taxele incluse, ci menționează și „modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau cheltuielile poștale”. Reiese din structura textului dispoziției respective că prețul este avut în vedere în cadrul acesteia în toate componentele sale și că textul articolului 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29, interpretat în integralitatea sa, pare în mod clar să aibă în vedere de manieră distinctă, pe de o parte, prețul sau modalitatea sa de calcul și, pe de altă parte, celelalte componente ale prețului precum cheltuielile de transport. În orice caz, interpretarea articolului 7 alineatul (4) litera (c) menționat nu indică faptul că prețul este conceput astfel încât să includă cheltuielile de transport și să facă obiectul unei indicații definitive globale.

74. În al doilea rând, trebuie de asemenea să se constate că omiterea unei informații semnificative precum prețul, astfel cum este definit la articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29, nu constituie, în orice caz, ca atare, o practică comercială neloială întrucât va trebui întotdeauna să se analizeze, de la caz la caz⁴⁹, incidența acestei omisiuni asupra comportamentului consumatorului și asupra luării unei decizii comerciale de către acesta. Din termenii Directivei 2005/29 rezultă că analiza menționată va lua de asemenea în considerare contextul⁵⁰ propriu practicii comerciale în discuție, precum și limitele inerente, în termeni de spațiu sau de timp, ale mediului de comunicare utilizat⁵¹.

75. Astfel, Curtea a statuat deja că „[î]ntinderea informației referitoare la preț va fi stabilită în funcție de natura și de caracteristicile produsului, dar și în funcție de mediul de comunicare folosit pentru invitația de a cumpăra și având în vedere informațiile suplimentare eventual oferite de comerciant. Prin urmare, numai indicarea unui preț de bază într-o invitație de a cumpăra nu poate fi considerată, *per se*, ca fiind o omisiune înșelătoare”⁵². Astfel, Curtea a lăsat instanței de trimitere sarcina de a verifica dacă omiterea modalităților de calcul al „prețului final” nu îi împiedică pe consumatori să ia o decizie comercială în deplină cunoștință de cauză⁵³.

76. Prin urmare, chiar în cazul în care Curtea ar considera că cheltuieli de transport precum cele în discuție în litigiul principal trebuiau incluse în „prețul cu toate taxele incluse” menționat la articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29, nu ar fi mai puțin adevărat că o dispoziție națională interpretată în sensul că interzice în mod absolut invitațiile de a cumpăra care prezintă separat prețul produselor și quantumul cheltuielilor de transport obligatorii ar depăși nivelul de protecție oferit de Directiva 2005/29, întrucât dispoziția menționată ar avea ca efect sancționarea, în general, a omisiunii privind informația semnificativă în discuție – și anume prețul care include cheltuielile obligatorii – acolo unde directiva impune o apreciere de la caz la caz a consecințelor concrete ale omisiunii menționate asupra comportamentului comercial al consumatorului înainte de a putea califica practica comercială în discuție drept „neloială”⁵⁴.

77. În aceste condiții, dispoziția germană astfel cum este interpretată de instanța de trimitere conduce, în fapt, la consacrarea, în toate împrejurările, a unei practici comerciale considerate neloiale; or, astfel de practici sunt enumerate în mod limitativ în anexa I la Directiva 2005/29, al cărei articol 5 alineatul (5) prevede în mod explicit că anexa menționată „poate fi modificată numai prin revizuirea [respectivei] directive”⁵⁵.

49 — A se vedea în general Hotărârile Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctele 51, 58, 59 și 73), precum și Comisia/Belgia (C-421/12, EU:C:2014:2064, punctul 56) și Ordonanța Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, punctele 38 și 39).

50 — Articolul 7 alineatele (1), (2) și (4) din Directiva 2005/29. A se vedea de asemenea Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctele 55, 58 și 73).

51 — Articolul 7 alineatul (3) din Directiva 2005/29. A se vedea de asemenea Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctul 66).

52 — Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctele 68 și 69).

53 — A se vedea Hotărârea Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punctul 71).

54 — A se vedea prin analogie punctele 39-41 din Ordonanța Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

55 — A se vedea prin analogie punctele 38 și 39 din Ordonanța Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

78. Rezultă din ansamblul considerațiilor care precedă că articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29 trebuie interpretat în sensul că informația semnificativă referitoare la preț nu trebuie, în contextul unei invitații de a cumpăra și indiferent care sunt împrejurările, să ia forma unui preț definitiv global care să includă atât prețul produsului, cât și toate celelalte componente ale prețului final care va trebui suportat de consumator. În orice caz, caracterul neloial al unei practici comerciale în materie de indicare a prețului într-o invitație de a cumpăra, astfel cum este definit la articolul 7 alineatul (4) litera (c), trebuie să facă obiectul unei evaluări de la caz la caz. Prin urmare, Directiva 2005/29 se opune unei dispoziții naționale interpretate în sensul că prevede o interdicție generală, fără o evaluare de la caz la caz care să permită stabilirea caracterului neloial, a menționării separate, într-un anunț publicitar, a prețului unui vehicul, pe de o parte, și a cuantumului cheltuielilor obligatorii de transport al vehiculului respectiv, pe de altă parte.

IV – Concluzie

79. Având în vedere toate considerațiile precedente, propunem Curții să răspundă la întrebările adresate de Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) după cum urmează:

- „1) O dispoziție națională interpretată în sensul că este interzisă, în orice împrejurare, practica unui comerciant care constă în a indica în mod separat, într-un anunț publicitar, prețul unui vehicul, pe de o parte, și cuantumul cheltuielilor obligatorii de transport al vehiculului respectiv către consumator, pe de altă parte, nu poate intra în domeniul de aplicare al Directivei 98/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 februarie 1998 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor care nu are ca obiect protecția consumatorilor prin indicarea prețurilor în general, ci prin indicarea prețurilor produselor în raport cu diferite tipuri de unități de măsură.
- 2) Articolul 7 alineatul (4) litera (c) din Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului («Directiva privind practicile comerciale neloiale») trebuie interpretat în sensul că informația semnificativă referitoare la preț nu trebuie, în contextul unei invitații de a cumpăra și indiferent care sunt împrejurările, să ia forma unui preț definitiv global care să includă atât prețul produsului, cât și toate celelalte componente ale prețului final care va trebui suportat de consumator. În orice caz, caracterul neloial al unei practici comerciale în materie de indicare a prețului într-o invitație de a cumpăra, astfel cum este definit la articolul 7 alineatul (4) litera (c), trebuie să facă obiectul unei evaluări de la caz la caz. Rezultă că Directiva 2005/29 se opune unei dispoziții naționale interpretate în sensul că prevede o interdicție generală, fără o evaluare de la caz la caz care să permită stabilirea caracterului neloial, a menționării separate, într-un anunț publicitar, a prețului unui vehicul, pe de o parte, și a cuantumului cheltuielilor obligatorii de transport al vehiculului respectiv, pe de altă parte.”