



Kontakty z Mediami
i Informacja

Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej
KOMUNIKAT PRASOWY nr 75/22
Luksemburg, 5 maja 2022 r.

Wyrok w sprawie C-179/21
Victorinox

Przedsiębiorca, który oferuje, na stronach internetowych takich jak Amazon, towar, którego sam nie wytworzył, powinien poinformować konsumenta o gwarancji producenta, jeżeli czyni z niej centralny lub decydujący element swojej oferty

Spółka absoluts -bikes and more- GmbH & Co. KG („spółka absoluts”) oferowała do sprzedaży, w ramach internetowej platformy handlowej Amazon, towar szwajcarskiego producenta. Strona internetowa Amazon przedstawiająca tę ofertę nie zawierała żadnej informacji na temat gwarancji udzielanej przez spółkę absoluts lub przez osobę trzecią, a jedynie, w rubryce zatytułowanej „Dalsze informacje techniczne”, znajdował się link, za pomocą którego użytkownik mógł uzyskać dostęp do zredagowanej przez producenta karty informacyjnej produktu.

Uznawszy, że spółka absoluts nie przekazała wystarczających informacji w odniesieniu do gwarancji udzielanej przez producenta, spółka będąca jej konkurentem wytoczyła, na podstawie niemieckiego uregulowania dotyczącego nieuczciwej konkurencji, powództwo o nakazanie spółce absoluts zaprzestania składania takich ofert. Sprawa dotarła do Bundesgerichtshof (federalnego trybunału sprawiedliwości, Niemcy), a sąd ten powziął wątpliwości w przedmiocie tego, czy na mocy dyrektywy o prawach konsumentów¹ przedsiębiorca znajdujący się w sytuacji spółki absoluts ma obowiązek informowania konsumenta o istnieniu gwarancji handlowej udzielanej przez producenta. Sąd ten zastanawiał się również nad zakresem takiego obowiązku i warunkami, w jakich on się konkretyzuje.

W ogłoszonym dzisiaj wyroku Trybunał orzekł, że na podstawie dyrektywy o prawach konsumentów **przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi, przed zawarciem umowy, informacji w przedmiocie gwarancji handlowej producenta, jeżeli konsument ma uzasadniony interes w uzyskaniu tych informacji w celu podjęcia decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą.** Trybunał orzekł również, że informacje te powinny obejmować wszelkie wyjaśnienia dotyczące warunków stosowania i realizacji takiej gwarancji umożliwiające konsumentowi podjęcie takiej decyzji.

Ocena Trybunału

W pierwszej kolejności, w odniesieniu do kwestii, czy przedsiębiorca jest zobowiązany poinformować konsumenta o istnieniu gwarancji handlowej producenta², Trybunał wyjaśnił, że w przypadku gdy przedmiot umowy dotyczy towaru wytworzonego przez osobę inną niż przedsiębiorca, obowiązek ten powinien obejmować wszystkie istotne informacje dotyczące tego towaru, tak aby konsument mógł zdecydować, czy zamierza związać się umową z przedsiębiorcą.

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EEG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EEG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. 2011, L 304, s. 64, „dyrektywa o prawach konsumentów”).

² Artykuł 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy o prawach konsumentów. Zgodnie z tym przepisem 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 informacji dotyczących istnienia i warunków obsługi posprzedażnej konsumenta i usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowej.

Zdaniem Trybunału informacje te obejmują główne cechy towaru³, a także, co do zasady, wszystkie gwarancje nierozzerwalnie związane z towarem, do których należy gwarancja handlowa udzielana przez producenta. Trybunał zauważył jednak, że chociaż przekazanie konsumentowi informacji w przedmiocie gwarancji handlowej producenta zapewnia temu konsumentowi wysoki poziom ochrony, to jednak **bezwarunkowy obowiązek udostępnienia takich informacji**, bez względu na okoliczności, **wyduje się nieproporcjonalny**. Taki obowiązek zmuszałby bowiem przedsiębiorców do wykonywania znacznej pracy w zakresie gromadzenia i uaktualniania 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.

W związku z tym Trybunał stwierdził, w ramach wyważenia celów w postaci wysokiego poziomu ochrony konsumentów i konkurencyjności przedsiębiorstw, że **przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi przed zawarciem umowy informacji na temat gwarancji handlowej producenta tylko wtedy, gdy konsument ma uzasadniony interes w uzyskaniu tych informacji** w celu podjęcia decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą. Ten obowiązek przedsiębiorcy nie powstaje zatem przez sam fakt istnienia tej gwarancji, lecz ze względu na istnienie uzasadnionego interesu konsumenta. W tym względzie Trybunał uściślił, że **interes ten występuje wtedy, gdy przedsiębiorca czyni z gwarancji handlowej udzielanej przez producenta centralny lub decydujący element swojej oferty**, zwłaszcza jeżeli używa jej jako argumentu sprzedaży mającego wzmocnić jego konkurencyjność i atrakcyjność jego oferty w porównaniu z ofertami jego konkurentów.

Trybunał dodał, że w celu ustalenia, czy gwarancja handlowa producenta stanowi centralny lub decydujący element oferty przedsiębiorcy, 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 drugiej kolejności, odnośnie do kwestii tego jakie informacje należy przekazać konsumentowi w przedmiocie „warunków” gwarancji handlowej producenta⁴, Trybunał orzekł, że przedsiębiorca jest zobowiązany udzielić konsumentowi – w celu zaspokojenia uzasadnionego interesu konsumenta w uzyskaniu informacji w przedmiocie gwarancji handlowej producenta, aby umożliwić mu podjęcie decyzji o związaniu się umową z przedsiębiorcą – wszelkich informacji dotyczących warunków stosowania i realizacji danej gwarancji handlowej. Poza wyjaśnieniami dotyczącymi okresu obowiązywania i zakresu terytorialnego gwarancji, wyraźnie wymienionymi w art. 6 ust. 2 tiret drugie dyrektywy w sprawie sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji⁵ informacje te mogą obejmować nie tylko miejsce naprawienia szkody lub ewentualne ograniczenia gwarancji, lecz również, stosownie do okoliczności, nazwę i adres gwaranta.

UWAGA: Odesłanie prejudycjalne pozwala sądom państw członkowskich, w ramach rozpatrywanego przez nie sporu, zwrócić się do Trybunału z pytaniem o wykładnię prawa Unii lub o ocenę ważności aktu Unii. Trybunał nie rozpoznaje sporu krajowego. Do sądu krajowego należy rozstrzygnięcie sprawy zgodnie z orzeczeniem Trybunału. Orzeczenie to wiąże w ten sam sposób inne sądy krajowe, które spotkają się z podobnym problemem.

Dokument nieoficjalny, sporządzony na użytek mediów, który nie wiąże Trybunału Sprawiedliwości.

[Pełny tekst](#) wyroku jest publikowany na stronie internetowej CURIA w dniu ogłoszenia.

³ Obowiązek ten został ustanowiony w art. 6 ust. 1 lit. a) dyrektywy o prawach konsumentów.

⁴ Pojęcie to znajduje się w art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy o prawach konsumentów.

⁵ Dyrektywa 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).

Osoba odpowiedzialna za kontakty z mediami: Ireneusz Kolowca ☎ (+352) 4303 2793