



KOMUNIKAT PRASOWY nr 156/23

Luksemburg, 16 października 2023 r.

Postanowienie Trybunału w sprawie C-761/22 | Verband Wirtschaft im Wettbewerb

Reklamy piekarników i okapów nadkuchennych muszą podawać zarówno klasę efektywności energetycznej tych produktów, jak i zakres klas efektywności

Niemiecki sprzedawca dyskontowy mebli Roller umieścił na swojej stronie internetowej reklamę wyposażonej kuchni. Reklama ta wskazywała klasę efektywności energetycznej piekarnika w zabudowie i okapu nadkuchennego, nie wskazując jednak zakresów klas efektywności energetycznej umieszczonych na etykiecie danych urządzeń.

Stowarzyszenie na rzecz walki z nieuczciwą konkurencją wniosło do sądu niemieckiego powództwo o zaniechanie takiej reklamy w przyszłości.

Sąd niemiecki zwrócił się do Trybunału Sprawiedliwości z pytaniem, czy zgodnie z prawem Unii dostawcy i sprzedawcy są zobowiązani do wskazania klasy i zakresu klas efektywności energetycznej w swoich reklamach piekarników i okapów nadkuchennych. W przypadku odpowiedzi twierdzącej sąd odsyłający pragnie ustalić, w jaki sposób mogą to zrobić.

W postanowieniu z 5 października Trybunał stwierdził, że **dostawcy i sprzedawcy produktu są zobowiązani podać w swoich reklamach wizualnych lub technicznych materiałach promocyjnych klasę efektywności energetycznej tego produktu oraz zakres klas efektywności dostępnych na etykiecie danej grupy produktów¹**. Obowiązek ten ma zastosowanie, nawet jeśli Komisja nie przyjęła jeszcze aktu delegowanego określającego, w jaki sposób należy dokonać takiego wskazania.

Trybunał zaznaczył, że do chwili obecnej brak jest takiego aktu delegowanego w odniesieniu do domowych piekarników i okapów nadkuchennych. W tych okolicznościach przyznaje, że dostawcy i sprzedawcy dysponują pewnym zakresem swobody co do sposobu podania klas i zakresów, przy czym swoboda ta podlega ograniczeniom.

I tak reklama powinna w miarę możliwości przyjąć taką samą prezentację klas i zakresów co na etykiecie energetycznej danego piekarnika lub okapu nadkuchennego. W każdym razie, jeżeli taka prezentacja nie jest możliwa, **klasę i zakres należy ukazać w sposób czytelny i widoczny oraz skonfigurować tak, aby odpowiadały wymogom informowania konsumenta.**

Trybunał podaje kilka przykładów w tym względzie, bez uszczerbku dla innych możliwych rozwiązań: reklama może wskazywać w sposób czytelny i widoczny klasę i zakres za pomocą wyrażenia łatwo zrozumiałego dla przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i rozsądnego, takiego jak „[t]en produkt/model posiada klasę efektywności energetycznej [odpowiednia litera] w zakresie od [pierwszej litery] do [ostatniej litery]”, lub też wskazywać literę danej klasy w strzałce, której kolor tła musi być kolorem odpowiedniej

¹ Na podstawie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1369 z dnia 4 lipca 2017 r. ustanawiającego ramy etykietowania energetycznego i uchylającego dyrektywę 2010/30/UE (Dz.U. 2017, L 198, s. 1).

literę zakresu, oraz precyzować obok tej strzałki rozpiętość zakresu za pomocą sformułowania lub równoważnego symbolu łatwo zrozumiałego dla takiego konsumenta. Umieszczenie, rozmiar i czcionkę tych wskazań należy wybrać w taki sposób, aby były one czytelne i widoczne i tym samym jasno wynikały dla tego konsumenta z reklamy.

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 oraz, w stosownych przypadkach, streszczenie](#) postanowienia są publikowane na stronie internetowej CURIA.

Osoba odpowiedzialna za kontakty z mediami: Jarosław Zasada ☎ (+352) 4303 2793

Pozostańmy w kontakcie!

