

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



LUXEMBOURG

BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
Í KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-GUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
SÚDNY DVOR EURÓPSKYCH SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Stampa e Informazione

COMUNICATO STAMPA n. 75/06

19 settembre 2006

Sentenza della Corte di giustizia nella causa C-356/04

Lidl Belgium GmbH & Co KG / Etablissements Franz Colruyt NV

LA PUBBLICITÀ COMPARATIVA PUÒ RIGUARDARE COLLETTIVAMENTE ASSORTIMENTI DI PRODOTTI

Tuttavia, in taluni casi, tale pubblicità comparativa può rivestire un carattere ingannevole

Le società Lidl e Colruyt gestiscono ciascuna in Belgio una catena di grandi magazzini, ciascuna attiva soprattutto nel commercio al minuto di prodotti di consumo corrente.

La Lidl ha intentato un'azione dinanzi al *Rechtbank van koophandel te Bruxelles* al fine di ottenere la cessazione di varie pratiche di pubblicità comparativa della Colruyt. L'organo giurisdizionale ha adito la Corte di giustizia delle Comunità europee con varie questioni pregiudiziali concernenti l'interpretazione della direttiva europea in materia di pubblicità ingannevole e di pubblicità comparativa ¹.

Due sistemi di pubblicità comparativa rilevano nella causa principale.

Nel primo caso, la Colruyt compara il livello generale dei prezzi praticato da essa e dai suoi concorrenti per quanto riguarda i loro assortimenti di prodotti comparabili e ne ricava l'importo di risparmi che possono essere realizzati dal consumatore. Detto livello generale dei prezzi è determinato mensilmente, poi annualmente, in base ad una rilevazione quotidiana dei singoli prezzi di un amplissimo paniere di prodotti di consumo corrente tanto identici (prodotti di marca), tanto simili (prodotti senza marchio o contrassegnati da un marchio proprio del distributore).

Il secondo sistema di pubblicità si basa sull'affermazione secondo la quale tutti i prodotti della Colruyt recanti un'etichetta rossa con la dicitura "BASIC" sono venduti da questa al prezzo più basso offerto sul territorio belga. Detto assortimento di prodotti comprende, da un lato, prodotti di marca e, dall'altro, prodotti venduti senza marchio o col marchio proprio della Colruyt.

¹ Direttiva del Consiglio 10 settembre 1984, 84/450/CEE (GU L 250, pag. 17), come modificata dalla direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 6 ottobre 1997, 97/55/CE (GU L 290, pag. 18).

Anzitutto, la Corte ricorda che, poiché la pubblicità comparativa contribuisce a mettere oggettivamente in evidenza i pregi dei vari prodotti comparabili e quindi a stimolare la concorrenza fra i fornitori di beni e di servizi nell'interesse dei consumatori, per giurisprudenza costante i requisiti imposti alla pubblicità comparativa devono interpretarsi nel senso più favorevole ad essa.

Secondo la Corte, **la direttiva ammette**, in via di principio, **che una pubblicità comparativa riguardi collettivamente assortimenti di prodotti** di consumo corrente venduti da due catene di grandi magazzini concorrenti, purché detti assortimenti siano costituiti, entrambi, da **singoli prodotti che, confrontati in parallelo, soddisfano individualmente l'obbligo di comparabilità.**

La direttiva non implica, in tal caso, che i prodotti e prezzi confrontati - tanto quelli dell'inserzionista quanto quelli dell'insieme dei suoi concorrenti interessati dal raffronto - siano elencati in maniera espressa e esaustiva nel messaggio pubblicitario. Essa richiede peraltro che l'inserzionista indichi dove e come i destinatari del messaggio possano agevolmente prendere conoscenza degli elementi del raffronto, al fine di verificarne o di farne verificare l'esattezza.

La Corte considera inoltre che sia **ingannevole una pubblicità comparativa che vanti il livello generale dei prezzi più basso** dell'inserzionista rispetto ai suoi principali concorrenti, mentre **il raffronto ha avuto per oggetto un paniere di prodotti** quando il messaggio pubblicitario:

- non evidenzia che il raffronto ha avuto per oggetto soltanto un tale paniere e non l'insieme dei prodotti dell'inserzionista;
- non individua gli elementi del raffronto avvenuto o non informa il destinatario sulla fonte di informazione presso la quale tale individuazione è accessibile, o
- comporta un riferimento collettivo ad una forbice di risparmi che possono essere ottenuti dal consumatore che effettui i suoi acquisti presso l'inserzionista piuttosto che presso i suoi concorrenti, senza individuare il livello generale dei prezzi praticati da ciascuno dei detti concorrenti e l'importo dei risparmi che possono essere ottenuti effettuando gli acquisti presso l'inserzionista piuttosto che da ciascuno dei concorrenti.

È compito del giudice a quo verificare se i messaggi pubblicitari in questione nella causa principale presentino siffatte caratteristiche.

*Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna
la Corte di giustizia*

Lingue disponibili: FR, IT, EL, CS, EN, DE, PL, NL, HU, SK, SL

Il testo integrale della sentenza si trova sul sito Internet della Corte

<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=IT&Submit=rechercher&numaff=C->

Di regola tale testo può essere consultato il giorno della pronuncia dalle ore 12 CET.

Per maggiori informazioni rivolgersi alla dott.ssa Estella Cigna Angelidis

tel. (00352) 4303 2582 fax (00352) 4303 2674