

Asunto C-330/23

Petición de decisión prejudicial

Fecha de presentación:

25 de mayo de 2023

Órgano jurisdiccional remitente:

Landgericht Düsseldorf (Tribunal Regional de lo Civil y Penal de Düsseldorf, Alemania)

Fecha de la resolución de remisión:

19 de mayo de 2023

Partes demandante:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Parte demandada:

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

[omissis]

38 O 182/22

[omissis]

LANDGERICHT DÜSSELDORF (TRIBUNAL REGIONAL DE LO CIVIL Y PENAL DE DÜSSELDORF)

RESOLUCIÓN

En el litigio entre

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. [...],

parte demandante,

[omissis]

y

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG [...],

parte demandada,

[*omissis*]

la Sala Octava de lo Mercantil del Landgericht Düsseldorf [*omissis*]

ha resuelto:

Suspender el procedimiento.

Plantear al Tribunal de Justicia de la Unión Europea las siguientes cuestiones prejudiciales relativas a la interpretación del artículo 6 *bis*, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores (DO 1998, L 80, p. 27), modificada por última vez mediante la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión (denominada «Directiva Ómnibus»; DO 2019, L 328, p. 7):

- 1) ¿Debe interpretarse el artículo 6 *bis*, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6 en el sentido de que un porcentaje mencionado en el anuncio de reducción del precio solo puede referirse a lo que a efectos del artículo 6 *bis*, apartado 2, de dicha Directiva es el «precio anterior»?
- 2) ¿Debe interpretarse el artículo 6 *bis*, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6 en el sentido de que, cuando se utiliza en el anuncio de reducción del precio, la publicidad dirigida a hacer hincapié en el precio favorable de una oferta (por ejemplo, la calificación del precio como «precio destacado») debe referirse a lo que a efectos del artículo 6 *bis*, apartado 2, de dicha Directiva es el «precio anterior»?

Fundamentos

A. (Objeto y hechos del litigio principal)

El demandante está incluido en la lista de entidades habilitadas con arreglo al artículo 4 de la Unterlassungsklagengesetz (Ley alemana sobre las Acciones de Cesación) y demanda a la demandada por una publicidad que, a su parecer, perjudica a los intereses de los consumidores. La demandada forma parte del grupo ALDI SÜD. Es la empresa responsable de la imagen publicitaria de este y elabora folletos semanales, que publica en papel y que ofrece para la descarga en línea. En los folletos presenta, entre otras cosas, ofertas de la gama de productos de las tiendas del grupo de empresas.

El folleto correspondiente a la semana 42 (del 17 al 22 de octubre de 2022) presentaba en una [omissis] página, bajo el título «Nuestras 6 ofertas en productos frescos, rebajadas para ti», seis productos alimenticios, cada uno acompañado de un rectángulo blanco con los vértices redondeados (recuadro de precio). En cada recuadro de precio figuraban dos precios: en el medio, uno de mayor tamaño, dotado de un asterisco, y en el ángulo inferior derecho, uno más pequeño, tachado. A cada recuadro de precio se le superponía un «bocadillo» en tres franjas, de color negro, rojo y oro. En el caso de la piña «Rainforest Alliance», el bocadillo llevaba la inscripción «Precio destacado», mientras que para los demás alimentos indicaba el porcentaje de la rebaja. Además, debajo de cada recuadro de precio figuraba el siguiente texto: «Último precio de venta. Precio más bajo de los últimos 30 días: [...]». Los precios indicados, por ejemplo, en el caso de la piña eran «1,49*» y «~~1,69~~» en el recuadro y «1,39» al final del texto de referencia situado bajo el recuadro. En el caso de los «plátanos de comercio justo a granel», el porcentaje indicado era «-23 %», y los tres precios, «1,29*», «~~1,69~~» y «1,29». En cuanto a la imagen general de la página del folleto, véase la imagen 1, reproducida a continuación de los fundamentos, que corresponde a una versión reducida del anexo K2, sin las marcas añadidas por el demandante. Respecto a los detalles de la presentación de las dos ofertas impugnadas, véanse las imágenes 1 y 2. El asterisco hace referencia a un texto situado en la página siguiente del folleto: «Tengan en cuenta que estos artículos solo están disponibles en un número limitado, por lo que en determinados momentos de la campaña pueden hallarse agotados. Todos los artículos carecen de decoración. Algunos de los artículos van acompañados de sugerencias de presentación.»

En cualquier caso, desde mediados de septiembre, el precio de los plátanos de comercio justo a granel que se aplicaba en los establecimientos del grupo de la demandada se mantuvo en todo momento a 1,69 euros/kg, con excepción de la semana del 19 al 24 de septiembre, durante la cual el precio se redujo a 1,29 euros/kg. Durante las cinco semanas anteriores al inicio de la oferta (semanas 37 a 42), la piña «Rainforest Alliance» estuvo a precios por unidad comprendidos entre 1,39 y 1,79 euros. El precio en la semana anterior al inicio de la oferta ascendía a 1,69 euros.

El demandante considera desleal la publicidad relativa a los plátanos y a las piñas, por lo que, por mediación de sus abogados, remitió a la demandada un escrito de requerimiento en que reclamaba (en ambos casos, sin éxito) el reembolso de una cantidad a tanto alzado por los gastos ocasionados, por importe de 243,51 euros.

En la vista, el demandante aclaró que su anunciada pretensión I se refiere únicamente a la publicidad de los plátanos y que en lo sucesivo la precisa mencionándolos explícitamente. Ahora solicita al órgano jurisdiccional que:

- I. Condene a la demandada, so pena de sanciones que se detallan, a abstenerse de hacer, por sí misma o por terceros, publicidad dirigida a los consumidores para la venta de alimentos con una reducción del precio consistente en una rebaja porcentual, tal como se expone en el

anexo K2 (plátanos [*omissis*]), si esta reducción indicada en forma de porcentaje no se refiere al precio más bajo aplicado por la demandada en los últimos 30 días anteriores a la reducción del precio.

- II. Condene a la demandada, so pena de sanciones que se detallan, a abstenerse de hacer, por sí misma o por terceros, publicidad dirigida a los consumidores para la venta de alimentos con una reducción del precio indicada como «precio destacado» con indicación de un precio anterior, tal como se expone el anexo K2 (piñas [*omissis*]), si el precio designado como «precio destacado» es superior al precio aplicado por la demandada durante los últimos 30 días anteriores a la reducción del precio.
- III. Condene a la demandada, además, a pagar a la demandante la cantidad de 243,51 euros, más los intereses devengados al tipo de cinco puntos porcentuales por encima del tipo básico a partir de la fecha de litispendencia (1 de diciembre de 2022).

La demandada solicita al órgano jurisdiccional que:

Desestime la demanda.

Afirma que en la semana civil 42 un competidor también ofreció piñas (pero sin la certificación de «Rainforest Alliance») al precio de 1,49 euros, y todos los demás competidores aplicaron precios más elevados.

B. (Marco jurídico nacional)

I. Disposiciones nacionales

1. Preisangabenverordnung (Reglamento sobre las Indicaciones de Precios), de 12 de noviembre de 2021

«Artículo 1 — Ámbito de aplicación; principio

1. El presente Reglamento regula la indicación de los precios de los bienes entregados o los servicios prestados por los comerciantes a los consumidores.

[...]

Artículo 3 — Obligación de indicar el precio total

1. Quien, como comerciante, ofrezca bienes o servicios a los consumidores o haga publicidad dirigida a los consumidores con indicación de los precios, deberá indicar los precios totales.

[...]

Artículo 11 — Obligación de indicación adicional del precio en caso de reducción del precio de un producto

1. Quien esté obligado a indicar un precio total, al comunicar una reducción del precio de un producto deberá indicar, dirigiéndose a los consumidores, el precio total más bajo que haya aplicado durante los 30 días anteriores a la aplicación de la reducción del precio a los consumidores.

[...]»

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Ley contra la Competencia Desleal)

«Artículo 1 — Finalidad de la ley; ámbito de aplicación

[...]

2. Las normas que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales prevalecerán sobre las disposiciones de la presente Ley a efectos de la apreciación de una práctica comercial desleal.

[...]

Artículo 2 — Definiciones

1. A efectos de la presente ley, se entenderá por:

1) “decisión sobre una transacción”: toda decisión por la que un consumidor u otro operador económico resuelve de qué manera y en qué condiciones efectúa la transacción, si realiza un pago íntegro o parcial, si conserva un producto o servicio o se deshace de él y si ejerce un derecho contractual en relación con dicho producto o servicio, independientemente de si el consumidor u otro operador económico opta por actuar;

2) “práctica comercial”: toda conducta de una persona en beneficio de su propia empresa o de una tercera empresa antes, durante o después de realizar una transacción comercial, que esté directa y objetivamente relacionada con la promoción de la venta o la adquisición de bienes o servicios o con la celebración o ejecución de un contrato relativo a bienes o servicios; también se consideran bienes los bienes inmuebles y los contenidos digitales, y también se consideran servicios los servicios digitales, así como los derechos y obligaciones;

[...]

Artículo 3 — Prohibición de prácticas comerciales desleales

1. Quedan prohibidas las prácticas comerciales desleales.

[...]

Artículo 5 — Prácticas comerciales engañosas

1. Constituye un acto de competencia desleal toda práctica comercial engañosa que pueda llevar al consumidor o a cualquier otro agente del mercado a tomar una decisión económica que de otro modo no hubiera tomado.

2. Se considera engañosa una práctica comercial si contiene información falsa o que pueda inducir a error sobre los siguientes aspectos:

[...]

2) el motivo de la venta, como la existencia de una ventaja particular sobre el precio, el precio o su modo de cálculo, o las condiciones en que se entrega la mercancía o se presta el servicio;

[...]

Artículo 5a — Inducción a error por omisión

1. Asimismo, cometerá un acto de competencia desleal quien induzca a error a un consumidor u otro agente del mercado al no facilitarle información sustancial:

- 1) que el consumidor u otros operadores del mercado, según proceda, necesiten para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa, y
- 2) cuya omisión pueda hacer que el consumidor o cualquier otro operador del mercado tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

2. También se considerará omisión:

- 1) la ocultación de información sustancial,
- 2) el suministro de información esencial de manera poco clara, ininteligible o ambigua, y
- 3) no suministrar información esencial a su debido tiempo.

3. Para apreciar si se ha omitido información esencial, se tendrá en cuenta:

- 1) las limitaciones de espacio o de tiempo que imponga el medio de comunicación elegido para la práctica comercial, y

- 2) cualquier medida adoptada por el comerciante para facilitar información al consumidor o a otros operadores del mercado por medios distintos del medio de comunicación elegido para la práctica comercial.

[...]

Artículo 5b — Información esencial

[...]

4. También se considerará sustancial en el sentido del artículo 5a, apartado 1, la información de la que no pueda ser privado el consumidor en virtud de los reglamentos del Derecho de la Unión o de las disposiciones de transposición de las directivas de la Unión relativas a las comunicaciones comerciales, incluidas la publicidad y la comercialización.

[...]

Artículo 8 — Eliminación y cesación

1. Podrá ejercitarse una acción de eliminación y, en caso de riesgo de reiteración, una acción de cesación contra la persona que realice una práctica comercial ilícita con arreglo a los artículos 3 o 7. Podrá ejercitarse la acción de cesación desde el momento en que exista el riesgo de que se cometa tal infracción de los artículos 3 o 7. [...]

3. Las acciones a las que hace referencia el apartado 1 podrán ser ejercitadas por:

[...]

- 3) las entidades habilitadas incluidas en la lista de entidades habilitadas a que se refiere el artículo 4 de la Ley sobre las Acciones de Cesación, o las entidades habilitadas de otros Estados miembros de la Unión Europea que figuran en la lista de la Comisión Europea a que se refiere el artículo 4, apartado 3, de la Directiva 2009/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores (DO 2009, L 110, p. 30), modificada por última vez mediante el Reglamento (UE) 2018/302 (DO 2018, L 60 I, p. 1);

[...]»

II. Jurisprudencia nacional pertinente

1. El artículo 11 del Reglamento sobre las Indicaciones de Precios, que entró en vigor el 28 de mayo de 2022, aún no ha sido objeto (que se conozca) de

resolución judicial alguna que se ocupe de las cuestiones pertinentes en el presente asunto.

[Aclaración] *[omissis]*

2. La cuestión de las consecuencias de una posible infracción del artículo 11, apartado 1, del Reglamento sobre las Indicaciones de Precios por parte de un comerciante puede resolverse, atendiendo a la jurisprudencia nacional, en el sentido de que un acto comercial que infrinja el artículo 11, apartado 1, del Reglamento sobre las Indicaciones de Precios puede considerarse desleal con arreglo a los artículos 5a, apartados 1 a 3, y 5b, apartado 4, de la Ley contra la Competencia Desleal, de modo que entidades cualificadas como el demandante pueden emprender acciones contra el comerciante de que se trate invocando dicha Ley.

[Aclaración] *[omissis]*

C. (Marco jurídico de la Unión)

I. Disposiciones pertinentes del Derecho de la Unión

1. Directiva 98/6/CE

«Artículo 1 [Ámbito de aplicación]

La presente Directiva tiene por objeto disponer la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y de facilitar la comparación de los precios.

[...]

Artículo 6 bis [Anuncios de reducción del precio]

1. Cualquier anuncio de reducción del precio indicará el precio anterior aplicado por el comerciante durante un período determinado antes de introducir dicha reducción.

2. Por “precio anterior” se entenderá el precio más reducido aplicado por el comerciante durante un período de tiempo que no podrá ser inferior a los treinta días anteriores a la aplicación de la reducción del precio.

[...]»

2. Directiva 2005/29/CE

«Artículo 2 — Definiciones

A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

[...]

- d) “prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores” (en lo sucesivo “prácticas comerciales”): todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores;

[...]

- k) “decisión sobre una transacción”: toda decisión por la que un consumidor opta por comprar o no un producto y resuelve de qué manera y en qué condiciones efectúa la compra, si realiza un pago íntegro o parcial, si conserva un producto o se deshace de él y si ejerce un derecho contractual en relación con dicho producto, tanto si el consumidor opta por actuar como por abstenerse de actuar;

[...]

Artículo 3 — Ámbito de aplicación

1. La presente Directiva será aplicable a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el artículo 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto.

[...]

4. En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente Directiva y otras normas comunitarias que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

[...]

Artículo 4 — Mercado interior

Los Estados miembros no restringirán la libre prestación de servicios ni la libre circulación de mercancías por razones pertinentes al ámbito objeto de la aproximación que lleva a cabo esta Directiva.

[...]

Artículo 6 — Acciones engañosas

1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que contenga información falsa y por tal motivo carezca de veracidad o información que, en la forma que sea, incluida su presentación general, induzca o pueda

inducir a error al consumidor medio, aun cuando la información sea correcta en cuanto a los hechos, sobre uno o más de los siguientes elementos, y que en cualquiera de estos dos casos le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado: [...]

[...]

d) el precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio;

[...]

Artículo 7 — Omisiones engañosas

1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

2. Se considerará también que hay omisión engañosa cuando un comerciante oculte la información sustancial contemplada en el apartado 1, teniendo en cuenta las cuestiones contempladas en dicho apartado, o la ofrezca de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado, o no dé a conocer el propósito comercial de la práctica comercial en cuestión en caso de que no resulte evidente por el contexto, siempre que, en cualquiera de estos casos, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

3. Cuando el medio utilizado para comunicar la práctica comercial imponga limitaciones de espacio o de tiempo, a la hora de decidir si se ha omitido información deberán tenerse en cuenta esas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el comerciante para poner la información a disposición del consumidor por otros medios.

[...]

5. Se considerarán sustanciales los requisitos establecidos por el Derecho comunitario en materia de información relacionados con las comunicaciones comerciales, con inclusión de la publicidad o la comercialización, de los que el anexo II contiene una lista no exhaustiva.

[...]»

II. Interpretación del Derecho de la Unión

1. La interpretación del artículo 6a, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6 suscita dudas en cuanto al alcance del régimen que allí se establece.

Según se desprende del artículo 1 y de los considerandos 1 y 2 de la Directiva 98/6, esta tiene por objeto, en su conjunto, garantizar la información correcta y clara de los consumidores sobre los productos que se les ofrecen. Los considerandos de los actos jurídicos pertinentes, que forman parte del Derecho de la Unión en virtud del artículo 296 TFUE, párrafo segundo, no proporcionan más información sobre su objetivo que sirva para la interpretación del artículo 6 bis, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6. Ni los considerandos de esta Directiva ni los de la Directiva (UE) 2019/2161 (la denominada «Directiva Ómnibus», que introdujo el artículo 6 bis en la Directiva 98/6) contienen explicación alguna de la norma establecida en el artículo 6 bis, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6. De igual manera, la génesis de la disposición, según se deduce de los trabajos preparatorios, no permite aclarar sus antecedentes ([*omissis*]).

En las «Directrices sobre la interpretación y la aplicación del artículo 6 bis de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores», publicadas el 29 de diciembre de 2021 (Comunicación de la Comisión 2021/C-526/02), la Comisión explica cómo ha de aplicarse la disposición, en su opinión (no vinculante: véase la citada Comunicación, p. 131, *in fine*; véase también la sentencia del Tribunal de Justicia de 13 de diciembre de 2012, Expedia, C-226/11, EU:C:2012:795, apartados 24 y siguientes). Allí se dice (*ibidem.*, p. 135 *in medio*):

«En consecuencia, la reducción del precio debe presentarse utilizando como referencia el precio “anterior” indicado, es decir, cualquier reducción porcentual indicada debe basarse en el precio “anterior” establecido de conformidad con el artículo 6 bis:

1. Por ejemplo, cuando el anuncio de reducción del precio sea “un 50 % de descuento” y el precio más reducido durante los treinta días anteriores fuera de 100 euros, el vendedor tendrá que indicar 100 euros como precio “anterior” a partir del cual se calcula la reducción del 50 %, a pesar de que el último precio de venta del bien fuera de 160 euros.»

El demandante considera que este punto de vista es correcto y conforme con el objetivo perseguido por el artículo 6 bis, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6, consistente en hacer lo más transparente posible la ventaja en el precio anunciada. En la doctrina también se sostiene que este aspecto es, cuando menos, digno de consideración ([*omissis*]).

La demandada, por el contrario, afirma que la tesis de la Comisión es errónea. A este respecto, puede invocar la doctrina ya citada en el punto B II 1, donde se sostiene que la referida disposición se limita a imponer una obligación de

información adicional, sin establecer norma alguna en cuanto a la configuración de la publicidad.

A la resolución de esta controversia se dirige la primera cuestión prejudicial.

Por otro lado, el demandante aduce que los mensajes publicitarios que presentan el precio de la oferta como especialmente ventajoso deben hacer referencia también al precio más bajo de los últimos 30 días, determinado con arreglo al artículo 6 *bis*, apartado 2, de la Directiva 98/6, y fundamenta esta interpretación en el objetivo de la normativa de impedir las horquillas de precios. La respuesta a esta cuestión es objeto de la segunda cuestión prejudicial.

2. En cambio, la interpretación de las disposiciones potencialmente aplicables de la Directiva 2005/29 parece haberse aclarado ya. A este respecto, cabe remitirse a la jurisprudencia nacional pertinente, expuesta en el apartado B II 2 de la presente resolución, donde ya se tienen en cuenta las exigencias del Derecho de la Unión en cuanto a la aplicación de la Directiva 2005/29 en el caso concreto (que, en último término, incumbe a los órganos jurisdiccionales nacionales) y a su interacción con los preceptos de la Directiva 98/6.

D. (Propuesta de resolución)

En opinión de esta Sala, procede responder negativamente a las dos cuestiones prejudiciales.

El artículo 6 *bis*, apartados 1 y 2, de la Directiva 98/6, según su tenor literal, se limita a determinar cuándo y en qué condiciones (en concreto, con arreglo al artículo 6 *bis*, apartado 1, de la Directiva 98/6, en cada anuncio de una reducción del precio) debe facilitarse qué información (en concreto, el precio anterior determinado con arreglo al artículo 6 *bis*, apartado 2, de la Directiva 98/6). En cambio, la forma en que debe facilitarse esta información no se especifica ni en el artículo 6 *bis* ni en ningún otro artículo de la Directiva 98/6. En este sentido se diferencia esta norma de los requisitos que la Directiva 98/6 impone a la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida, que, a tenor del artículo 4, apartado 1, primera frase, de la Directiva 98/6, deben ser «inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles».

En este contexto, la postura del demandante acerca de la primera cuestión, en apoyo de la cual puede invocar la opinión de la Comisión, en cuyas Directrices se expresa en el sentido de que el precio anterior determinado con arreglo al artículo 6 *bis*, apartado 2, de la Directiva 98/6 debe utilizarse en todas las circunstancias como valor de referencia para calcular la ventaja respecto al precio, no se corresponde con el modelo normativo de la Directiva 98/6, que, salvo escasas excepciones, se limita a determinar la información que debe facilitarse al consumidor y cuándo. Por lo tanto, esta Sala estima que, para responder a la cuestión de si se puso correctamente a disposición del consumidor la información exigida por la Directiva 98/6, es más adecuado atender a los artículos 6 y 7 de la Directiva 2005/29, que versan sobre estos aspectos, a menos que la Directiva 98/6

regule aspectos específicos de la transmisión de información, algo que no sucede con el ámbito de aplicación del artículo 6 *bis* de la Directiva 98/6. Por lo tanto, no cabe excluir que, en un caso particular, sea desleal la indicación de un porcentaje anterior no calculado a partir del precio determinado con arreglo al artículo 6 *bis*, apartado 2, de la Directiva 98/6. Sin embargo, el carácter desleal no se debería únicamente a la mención de tal porcentaje, sino a un análisis que tuviese en cuenta la publicidad en su conjunto, sobre la base de los requisitos que se derivan de los artículos 6 y 7 de la Directiva 2005/29.

Las consideraciones anteriores son extrapolables, *mutatis mutandis*, a la segunda cuestión prejudicial. Esta se refiere, en mayor medida aún que la primera cuestión, a la licitud de utilizar técnicas publicitarias generalizadas con ocasión del anuncio de una reducción de precios, lo que, a falta de una regulación específica de estos aspectos en la Directiva 98/6, debe apreciarse adecuadamente sobre la base de las exigencias diferenciadas de la Directiva 2005/29.

E. (Pertinencia y explicación de la [incidencia de las posibles respuestas a las] cuestiones prejudiciales [en la resolución del litigio])

El éxito de la demanda depende de la respuesta que se dé a las cuestiones prejudiciales. La demanda es admisible, pero solo será fundada en su totalidad si procede responder las cuestiones prejudiciales según propone la demandante (es decir, afirmativamente).

I. La demanda es admisible. [Aclaración] [*omissis*]

II. La fundamentación de las pretensiones de la demanda depende de la respuesta que se dé a las cuestiones prejudiciales.

1. En caso de respuesta afirmativa a la primera cuestión prejudicial, sería fundada la primera pretensión de la demanda.

[Aclaración] [*omissis*]

2. En cambio, si se diera una respuesta negativa a la primera cuestión prejudicial, la primera pretensión de la demanda carecería de fundamento.

[Aclaración] [*omissis*]

3. En caso de respuesta afirmativa a la segunda cuestión prejudicial, sería fundada la segunda pretensión de la demanda. [Aclaración] [*omissis*]

4. En cambio, si se diera una respuesta negativa a la segunda cuestión prejudicial, la segunda pretensión de la demanda carecería de fundamento.

[Aclaración] [*omissis*]

F. (Finalidad de la remisión)

Parece oportuno hacer uso de la posibilidad que ofrece el artículo 267 TFUE, párrafos primero y segundo, de suspender el procedimiento ya en primera instancia y plantear al Tribunal de Justicia de la Unión Europea las cuestiones prejudiciales pertinentes.

[Aclaración] [*omissis*]

Reproducción de las imágenes

Imagen 1

DOCUMENTO DE TRABAJO

Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.

UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



Bio-Karotten
Ernte aus DEUTSCHLAND
Ursprung: Deutschland, Klasse I, 1-kg-Beutel
-28%
0.99 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



Champignons braun
Ursprung: siehe Etikett, Klasse I, 400-g-Schale, kg-Preis 3.73
-21%
1.49 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



Große Früchte
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück
-25%
1.49 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.99



NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66
-25%
3.33 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 4.44



Fairtrade Bio-Bananen, los
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis
-23%
1.29 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69



Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos
Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23
-15%
1.69 €
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.99

BIS ZU -28% SPAREN.

/// Mehr auf aldi-sued.de/frischekracher

Imagen 2

Imagen 3



[omissis]

DOCUMENTO DE TRABAJO