

Causa C-330/23

Domanda di pronuncia pregiudiziale

Data di deposito:

25 maggio 2023

Giudice del rinvio:

Landgericht Düsseldorf (Germania)

Data della decisione di rinvio:

19 maggio 2023

Ricorrente:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Convenuta:

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

(omissis)

(omissis)

LANDGERICHT DÜSSELDORF (TRIBUNALE DEL LAND, DÜSSELDORF,
GERMANIA)

ORDINANZA

Nella causa

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. (...),

ricorrente,

(omissis)

contro

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG (...),

convenuta,

(omissis)

la 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf (Ottava Sezione Commerciale del Landgericht Düsseldorf) (omissis)

ha così deliberato:

Il procedimento è sospeso.

Alla Corte di giustizia dell'Unione europea vengono sottoposte le seguenti questioni pregiudiziali vertenti sull'interpretazione dell'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 1998, relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori (GU L 80, pag. 27; in prosieguo: la «direttiva sull'indicazione dei prezzi»), modificata da ultimo dalla direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 novembre 2019, che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori (cosiddetta «direttiva omnibus», GU L 328 pag. 7):

1. Se l'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi debba essere interpretato nel senso che una percentuale indicata nell'annuncio di riduzione di un prezzo può riferirsi unicamente al prezzo precedente ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi.
2. Se l'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi debba essere interpretato nel senso che le parti messe in evidenza per finalità promozionali dirette a sottolineare la convenienza di un'offerta (quali, ad esempio, l'indicazione di un prezzo come «Prezzo Sensazionale»), se utilizzate in un annuncio di riduzione di un prezzo devono riferirsi al prezzo precedente ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi.

Motivi

A. (Oggetto e fatti della controversia principale)

La ricorrente è iscritta nell'elenco degli enti legittimati ai sensi dell'articolo 4 dell'UKlaG [Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen («Unterlassungsklagengesetz» oppure «UklaG»)] (legge relativa alle azioni inibitorie in caso di violazioni della normativa a tutela dei consumatori e altre violazioni) e agisce nei confronti della convenuta in ragione di una pubblicità a suo avviso lesiva degli interessi dei consumatori. La convenuta fa parte del gruppo di imprese ALDI SÜD. Essa si occupa della promozione

pubblicitaria esterna del gruppo e predispone con cadenza settimanale dei volantini che diffonde in formato cartaceo e mette a disposizione online per la consultazione. Nei volantini essa presenta, in particolare, talune offerte tratte dall'assortimento delle filiali del gruppo.

Il volantino valido per la 42^a settimana di calendario (dal 17 al 22 ottobre 2022) presentava su una (omissis) pagina, sotto alla scritta «I NOSTRI 6 TOP SELLER REPARTO FRESCO A UN PREZZO RIDOTTO PER TE», sei prodotti alimentari affiancati cui si riferiva, rispettivamente, un rettangolo bianco con angoli arrotondati (riquadro del prezzo). I riquadri del prezzo contenevano due indicazioni del prezzo, vale a dire, al centro, un'indicazione di dimensioni maggiori accompagnata da un asterisco e, nel lato destro inferiore, un'indicazione in caratteri ridotti barrata. A questi riquadri del prezzo erano sovrapposti dei motivi a strisce nero-rosso-oro. Questi motivi contenevano, nel caso del «Rainforest Alliance Ananas (ananas Rainforest Alliance)», la dicitura «Preis-Highlight (Prezzo sensazionale)», mentre nel caso degli altri prodotti alimentari era indicata una riduzione in percentuale. Sotto ciascun riquadro del prezzo era inserito il seguente testo: «Ultimo prezzo di vendita. Prezzo più basso degli ultimi 30 giorni: (...)». Le indicazioni dei prezzi erano formulate, ad esempio nel caso dell'ananas, come segue: «1.^{49*}» e «~~1.69~~» nel riquadro del prezzo e «1.39» alla fine della didascalia sotto il riquadro del prezzo. Nel caso delle «Fairtrade Bio-Bananen, lose (banane biologiche Fairtrade, sfuse)», l'indicazione della percentuale era «-23%» e le tre indicazioni di prezzo «1.^{29*}», «~~1.69~~» e «1.29». Per l'aspetto complessivo della pagina del volantino si rimanda all'immagine 1 riprodotta in calce alla motivazione e che corrisponde a una riproduzione ridotta dell'allegato K 2, senza le sottolineature del ricorrente. Per i dettagli della rappresentazione di entrambe le offerte contestate viene fatto riferimento alle immagini 1 e 2. La segnalazione mediante asterisco è chiarita su una pagina successiva del volantino come segue: «Vi preghiamo di considerare che questi articoli sono disponibili soltanto in numero limitato e che, pertanto, essi potrebbero essere esauriti in determinate fasi dell'offerta. Tutti gli articoli sono senza decorazioni. Articoli in parte mostrati con suggerimenti di presentazione».

Il prezzo richiesto nei negozi del gruppo di imprese cui appartiene la convenuta per le banane biologiche Fairtrade sfuse si attestava, quantomeno da metà settembre, stabilmente su EUR 1,69/kg con l'eccezione della settimana dal 19 al 24 settembre in cui alle banane era applicato un prezzo ridotto di EUR 1,29/kg. Nelle cinque settimane che hanno preceduto l'inizio dell'offerta (settimane di calendario da 37 a 42), all'ananas Rainforest Alliance erano applicati prezzi al pezzo compresi tra EUR 1,39 ed EUR 1,79. Il prezzo nella settimana precedente all'inizio dell'offerta era pari a EUR 1,69.

La ricorrente, ritenendo che, con riferimento alle banane e all'ananas, detta pubblicità fosse sleale, ha diffidato la convenuta mediante lettera di un legale e chiesto – in entrambi i casi inutilmente – il rimborso di una somma forfettaria per i costi così insorti a suo carico pari a EUR 243,51.

In udienza, la ricorrente ha chiarito che la sua preannunciata domanda sub I si riferisce unicamente alla pubblicità delle banane e l'ha integrata formulandola esplicitamente. Essa chiede ora

- I. di condannare la convenuta ad astenersi, pena la comminazione di una sanzione da determinarsi, dal promuovere o dal far promuovere tra i consumatori la vendita di prodotti alimentari attraverso riduzioni di prezzo formulate sotto forma di una riduzione percentuale, come accaduto nel caso dell'allegato K2 [banane (omissis)], se questa riduzione indicata in percentuale non si riferisce al prezzo più basso che la convenuta ha preteso negli ultimi 30 giorni prima della riduzione del prezzo;
- II. di condannare la convenuta ad astenersi, pena la comminazione di una sanzione da determinarsi, dal promuovere o far promuovere tra i consumatori la vendita di prodotti alimentari attraverso una riduzione di prezzo formulata come «Prezzo sensazionale», come accaduto nel caso dell'allegato K 2 [ananas (omissis)], se il prezzo indicato come «Sensazionale» è superiore al prezzo [più basso] che la convenuta ha preteso negli ultimi 30 giorni prima della riduzione del prezzo;
- III. condannare, inoltre, la convenuta a corrispondergli la somma di EUR 243,51 maggiorata di interessi pari al tasso di base maggiorato di cinque punti percentuali a decorrere dalla data di pendenza della lite (1° dicembre 2022).

La convenuta chiede

il rigetto della domanda.

Essa afferma che nella 42^a settimana di calendario anche un concorrente avrebbe proposto degli ananas (tuttavia, privi della certificazione Rainforest Alliance) per EUR 1,49. Tutti gli altri concorrenti avrebbero preteso prezzi più alti.

B. (Contesto normativo nazionale)

I. Disposizioni nazionali

1. Preisangabenverordnung (PAngV, regolamento sull'esposizione dei prezzi) del 12 novembre 2021

«Articolo 1 Ambito di applicazione; principio

(1) Il presente regolamento disciplina l'indicazione dei prezzi per beni o per servizi venduti o erogati da imprenditori a consumatori.

(...)

Articolo 3 Obbligo di indicazione del prezzo complessivo

(1) Chi, in veste di imprenditore, propone ai consumatori beni o servizi oppure, in qualità di fornitore di beni o di servizi, li pubblicizza presso i consumatori indicandone il prezzo, deve indicare i prezzi complessivi.

(...)

Articolo 11 Obbligo aggiuntivo di indicazione del prezzo in caso di riduzioni dei prezzi dei beni

(1) Chiunque sia tenuto a indicare un prezzo complessivo deve, in ogni annuncio di riduzione di un prezzo di un bene, indicare ai consumatori il prezzo complessivo più basso applicato ai consumatori nei 30 giorni precedenti l'applicazione della riduzione di prezzo.

(...).

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, legge sulla repressione della concorrenza sleale)

Articolo 1 Finalità della legge; ambito di applicazione

(...)

(2) Nel valutare se sussista una pratica commerciale sleale, le disposizioni che disciplinano aspetti specifici delle condotte commerciali sleali prevalgono sulle disposizioni della presente legge.

(...)

Articolo 2 Definizioni

(1) Ai sensi della presente legge si intende per

1. «decisione di natura commerciale»: qualsiasi decisione presa da un consumatore o da un altro operatore del mercato relativa a se, in che modo e a quali condizioni concludere un'operazione, effettuare un pagamento, tenere o disfarsi di un bene o di un servizio o esercitare un diritto contrattuale in relazione a un bene o a un servizio. Tale decisione può portare il consumatore o altro operatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla;

2. «pratica commerciale»: qualsiasi azione di una persona a vantaggio della propria impresa o di un'impresa terza, precedente, contemporanea o successiva alla conclusione di un'operazione commerciale, che abbia un collegamento diretto e oggettivo con la promozione del fatturato o l'acquisto di beni o servizi o con la conclusione o l'esecuzione di un contratto avente ad oggetto beni o servizi; per beni si intendono anche gli immobili e i contenuti digitali,

tra i servizi rientrano anche i servizi digitali e per servizi si intendono anche diritti e obbligazioni;

(...)

Articolo 3 Divieto di pratiche commerciali sleali

(1) Le pratiche commerciali sleali sono illecite.

(...)

Articolo 5 Pratiche commerciali ingannevoli

(1) Costituisce un atto di concorrenza sleale qualsiasi pratica commerciale ingannevole tale da indurre il consumatore o altro operatore del mercato ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

(2) Una pratica commerciale è ingannevole quando contiene informazioni errate o altre informazioni atte a trarre in inganno sulle seguenti circostanze:

(...)

2. il motivo della vendita e la presenza di un particolare prezzo di favore, il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o le condizioni in cui il bene è fornito o il servizio erogato;

(...)

Articolo 5a Omissioni ingannevoli

(1) Commette altresì un atto di concorrenza sleale chi induca in errore un consumatore o un altro operatore del mercato omettendo informazioni essenziali

1. di cui il consumatore o l'altro operatore del mercato necessita, a seconda delle circostanze, per poter assumere una decisione consapevole di natura commerciale e

2. la cui omissione sia tale da indurre il consumatore o l'altro operatore del mercato ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

(2) Per omissione si intende anche

1 l'occultamento di informazioni essenziali;

2. la comunicazione di informazioni essenziali in modo non chiaro, incomprensibile o ambiguo, nonché

3. la mancata tempestiva comunicazione di informazioni essenziali.
- (3) Nel valutare se siano state omesse informazioni essenziali occorre tener conto:
1. delle restrizioni in termini di spazio o di tempo determinate dal mezzo di comunicazione scelto per la pratica commerciale, e
 2. di tutte le misure adottate dall'imprenditore volte a mettere a disposizione del consumatore o altro operatore del mercato le informazioni con modalità diverse dal mezzo di comunicazione scelto per la pratica commerciale.

(...)

Articolo 5b Informazioni essenziali

(...)

(4) Si intendono essenziali ai sensi dell'articolo 5a, paragrafo 1, anche le informazioni che non possono essere omesse nei confronti del consumatore in base ai regolamenti di diritto dell'Unione o a norme giuridiche di attuazione delle direttive dell'Unione in materia di comunicazione commerciale, compresi la pubblicità e il marketing.

(...)

Articolo 8 Cessazione e inibitoria

(1) Ogni pratica commerciale illecita ai sensi dell'articolo 3 o dell'articolo 7 può dar luogo a un'ingiunzione di cessazione e, nell'ipotesi di rischio di recidiva, a un'ingiunzione di non fare o a inibitoria. Il diritto di ottenere un provvedimento inibitorio sorge non appena sussista un siffatto rischio di violazione degli articoli 3 o 7. (...)

(3) Legittimati ad agire ai sensi del paragrafo 1 sono:

(...)

3. gli enti legittimati inseriti nell'elenco degli enti legittimati ai sensi dell'articolo 4 dell'Unterlassungsklagengesetz o gli enti legittimati di altri Stati membri dell'Unione europea inseriti nell'elenco della Commissione europea ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 3, della direttiva 2009/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile 2009, relativa a provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori (GU L 110 del 1 maggio 2009, pag. 30), modificata da ultimo con il regolamento (UE) 2018/302 (GU L 60I del 2.3.2018, pag. 1),

(...».

II. 2 Giurisprudenza nazionale pertinente

1. Per quanto noto, ad oggi, non sono state adottate, con riferimento all'articolo 11 della PAngV, entrata in vigore il 28 maggio 2022, decisioni giudiziali che affrontano le questioni qui rilevanti.

[segue esplicazione] (omissis)

2. Sulla base della giurisprudenza nazionale, la questione delle conseguenze di un'eventuale violazione dell'articolo 11, paragrafo 1, della PAngV da parte di un imprenditore può essere definita nel senso che una pratica commerciale, contraria all'articolo 11, paragrafo 1, della PAngV, può essere sleale ai sensi degli articoli 5a, paragrafo da 1 a 3, e 5b, paragrafo 4, dell'UWG, cosicché gli enti legittimati, come la ricorrente, possono agire contro l'imprenditore interessato sulla base dell'UWG.

[segue esplicazione] (omissis)

C. (Contesto normativo di diritto dell'Unione)

I. Disposizioni pertinenti del diritto dell'Unione

1. Direttiva 98/6/CE (direttiva sull'indicazione dei prezzi)

«Articolo 1 [Ambito di applicazione]

La presente direttiva ha lo scopo di prevedere l'indicazione del prezzo di vendita e del prezzo per unità di misura dei prodotti offerti dai commercianti ai consumatori al fine di migliorare l'informazione dei consumatori e di agevolare il raffronto dei prezzi.

(...)

Articolo 6 bis [Annuncio di riduzione di un prezzo]

1. Ogni annuncio di riduzione di un prezzo deve indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione.

2. Per prezzo precedente si intende il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo.

(...».

2. Direttiva 2005/29/CE

«Articolo 2 Definizioni

Ai fini della presente direttiva, si intende per:

(...)

- d) “pratiche commerciali delle imprese nei confronti dei consumatori” (in seguito denominate «pratiche commerciali»): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresi la pubblicità e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;

(...)

- k) “decisione di natura commerciale”: una decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto. Tale decisione può portare il consumatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla;

(...)

Articolo 3 Ambito di applicazione

1. La presente direttiva si applica alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, come stabilite all'articolo 5, poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto.

(...)

4. In caso di contrasto tra le disposizioni della presente direttiva e altre norme comunitarie che disciplinino aspetti specifici delle pratiche commerciali sleali, prevalgono queste ultime e si applicano a tali aspetti specifici.

(...)

Articolo 4 Mercato interno

Gli Stati membri non limitano la libertà di prestazione dei servizi né la libera circolazione delle merci per ragioni afferenti al settore armonizzato dalla presente direttiva.

(...)

Articolo 6 Azioni ingannevoli

1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che contenga informazioni false e sia pertanto non veritiera o in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, inganni o possa ingannare il consumatore medio, anche se l'informazione è di fatto corretta, riguardo a uno o più dei seguenti elementi e in ogni caso lo induca o sia idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:

(...)

d) il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo;

(...)

Articolo 7 Omissioni ingannevoli

1. È considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonché dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, ometta informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induca o sia idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

2. Una pratica commerciale è altresì considerata un'omissione ingannevole quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al paragrafo 1, tenendo conto degli aspetti di cui a detto paragrafo, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa, qualora non risultino già evidenti dal contesto e quando, in uno o nell'altro caso, ciò induce o è idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

3. Qualora il mezzo di comunicazione impiegato per comunicare la pratica commerciale imponga restrizioni in termini di spazio o di tempo, nel decidere se vi sia stata un'omissione di informazioni si tiene conto di dette restrizioni e di qualunque misura adottata dal professionista per mettere le informazioni a disposizione dei consumatori con altri mezzi.

(...)

5. Sono considerati rilevanti gli obblighi di informazione, previsti dal diritto comunitario, connessi alle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità o il marketing, di cui l'allegato II fornisce un elenco non completo.

(...».

II. Interpretazione del diritto dell'Unione

1. L'interpretazione dell'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi solleva talune questioni circa la portata della regolamentazione ivi contemplata.

In base all'articolo 1 e ai considerando 1 e 2 della direttiva sull'indicazione dei prezzi, la disposizione è volta, al pari della direttiva nel suo complesso, a garantire ai consumatori un'informazione corretta e chiara sui prodotti a loro offerti. Spiegazioni più precise sul loro obiettivo, utili ai fini dell'interpretazione dell'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi, non si evincono dai considerando degli atti giuridici pertinenti che, ai sensi dell'articolo 296, secondo comma, TFUE sono parte del diritto dell'Unione. Né i considerando della direttiva sull'indicazione dei prezzi, né quelli della direttiva (UE) 2019/2161 (cosiddetta direttiva omnibus, con cui è stato introdotto l'articolo 6 bis nella direttiva sull'indicazione dei prezzi) contengono una spiegazione della disciplina prevista nell'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi. Nemmeno la genesi della norma, come ricostruibile sulla base dei documenti preparatori, fornisce una qualche informazione sul suo contesto [(omissis)].

Negli «Orientamenti sull'interpretazione e l'applicazione dell'articolo 6 bis della direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori», comunicazione della Commissione 2021/C 526/02, pubblicati il 29 dicembre 2021 [(GU C 526 del 29 dicembre 2021, pag. 130)], la Commissione ha spiegato come debba essere a suo avviso applicata la disposizione, fermo restando che si tratta di un parere non vincolante (v. Commissione, GU C 526 cit., pag. 131 in fine; si veda anche la sentenza della Corte del 13 dicembre 2012 – C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence e a. [punti 24 e segg.]). Al riguardo, si legge quanto segue (v. Commissione, GU C 526 cit., pag. 135, parte centrale):

«Di conseguenza la riduzione di prezzo deve essere presentata indicando il prezzo “precedente” a titolo di riferimento, il che significa che qualunque riduzione percentuale indicata deve essere basata sul prezzo “precedente” stabilito conformemente all'articolo 6 bis.

- Ad esempio, se l'annuncio della riduzione di prezzo offre uno “sconto del 50%” e il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni era di 100 EUR, il venditore dovrà presentare 100 EUR quale prezzo “precedente” sulla cui base calcolare la riduzione del 50 %, anche qualora l'ultimo prezzo di vendita del bene fosse di 160 EUR».

La ricorrente reputa tale interpretazione corretta e ritiene che essa risponda all'obiettivo perseguito dall'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi di presentare il vantaggio di prezzo nel modo

più trasparente possibile. Anche in dottrina si ritiene che tale aspetto meriti di essere, quantomeno, preso in considerazione [(omissis)].

Secondo la convenuta, invece, la posizione della Commissione è errata. Essa può richiamarsi alle posizioni sostenute in dottrina e già citate supra, al punto B II 1, che rimandano al fatto che la disposizione fonderebbe unicamente un obbligo di informazione aggiuntivo senza contenere tuttavia alcuna prescrizione quanto alla struttura del messaggio pubblicitario [(omissis)].

La prima questione pregiudiziale mira a chiarire tale aspetto controverso.

La ricorrente ritiene, inoltre, che i messaggi pubblicitari che presentano il prezzo dell'offerta come particolarmente conveniente dovrebbero riferirsi anch'essi al prezzo più basso degli ultimi 30 giorni, determinato ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi, e trae questa lettura della norma dalla finalità della disciplina di evitare un'altalena di prezzi. La risposta a questo interrogativo è oggetto della seconda questione.

2. Per contro, l'interpretazione delle disposizioni della direttiva 2005/29 potenzialmente applicabili sembra chiara. A questo proposito, si può rimandare alla giurisprudenza nazionale pertinente illustrata supra al punto B II 2, nella quale sono già state prese in considerazione le prescrizioni di diritto dell'Unione relative all'applicazione della direttiva 2005/29 nel singolo caso – applicazione rimessa, in definitiva, ai giudici nazionali – nonché alla sua interazione con le prescrizioni della direttiva sull'indicazione dei prezzi.

D. (Proposta di decisione)

A parere della Sezione adita occorre rispondere in senso negativo a entrambe le questioni pregiudiziali.

L'articolo 6 bis, paragrafo 1 e paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi disciplina, in base alla sua formulazione, unicamente quando e a quali condizioni (vale a dire, ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 1, della direttiva di cui trattasi, in ogni annuncio di riduzione di un prezzo), nonché quali informazioni debbano essere fornite (vale a dire, il prezzo precedente determinato a norma dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, di detta stessa direttiva). Per contro, né nell'articolo 6 bis, né altrove all'interno della direttiva sull'indicazione dei prezzi viene stabilito come queste informazioni debbano essere fornite. Questo aspetto differenzia la disciplina dalle prescrizioni, contenute nella direttiva sull'indicazione dei prezzi, relative al prezzo di vendita e al prezzo per unità di misura, che, a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, prima frase, della direttiva stessa, devono essere «non equivoci, agevolmente identificabili e facilmente leggibili».

In tale contesto, la posizione del ricorrente sulla prima questione pregiudiziale – rispetto alla quale esso può richiamarsi alla Commissione e che, negli orientamenti di quest'ultima, è espressa nel senso che quale misura di riferimento

per il calcolo del vantaggio di prezzo deve essere preso in considerazione, in ogni caso, il prezzo precedente determinato ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi – non corrisponde alla concezione normativa della direttiva sull'indicazione dei prezzi, che, fatte salve poche eccezioni, si limita a stabilire quando e quali informazioni devono essere fornite al consumatore. Pertanto, alla Sezione adita sembrerebbe più appropriato rispondere alla questione se le informazioni imposte dalla direttiva sull'indicazione dei prezzi siano state correttamente fornite al consumatore sulla base degli articoli 6 e 7 della direttiva 2005/29 che disciplinano questo insieme di temi, nei limiti in cui nella direttiva sull'indicazione dei prezzi non sono disciplinati aspetti specifici della trasmissione delle informazioni, il che però non vale per l'ambito disciplinato dall'articolo 6 bis della direttiva sull'indicazione dei prezzi. In tal modo, non si esclude che, nel singolo caso, l'indicazione di una percentuale non riferita a un prezzo precedente determinato ai sensi dell'articolo 6 bis, paragrafo 2, della direttiva sull'indicazione dei prezzi possa essere sleale. Tuttavia, il carattere sleale non risulterebbe già dal solo fatto dell'indicazione di una siffatta percentuale, bensì da una valutazione che prende in esame la struttura complessiva della pubblicità sulla base dei requisiti risultanti dagli articoli 6 e 7 della direttiva 2005/29.

Le considerazioni che precedono valgono, mutatis mutandis, per la seconda questione pregiudiziale. Essa concerne, in misura ancora maggiore rispetto alla prima questione pregiudiziale, l'ammissibilità del ricorso a tecniche pubblicitarie diffuse in occasione dell'annuncio della riduzione di un prezzo, che, in mancanza di una specifica disciplina al riguardo nella direttiva sull'indicazione dei prezzi, deve essere opportunamente valutata sulla base delle prescrizioni differenziate della direttiva 2005/29.

E. (Rilevanza ai fini della decisione e spiegazione degli [effetti delle possibili risposte alle] questioni pregiudiziali [sulla decisione della controversia])

L'esito del ricorso dipende dalla risposta che sarà data alle questioni pregiudiziali. Il ricorso è ricevibile, ma è pienamente fondato solo qualora occorra rispondere alle questioni pregiudiziali nel senso indicato dal ricorrente e, quindi, in senso affermativo.

I. Il ricorso è ricevibile. [segue spiegazione] (omissis)

II. La fondatezza delle domande formulate in ricorso dipende dalla risposta che sarà data alle questioni pregiudiziali.

1. In caso di risposta affermativa alla prima questione pregiudiziale, la prima domanda formulata in ricorso sarebbe fondata.

[segue spiegazione] (omissis)

2. In caso di risposta negativa alla prima questione pregiudiziale, la prima domanda formulata in ricorso sarebbe invece infondata.

[segue esplicazione] (omissis)

3. La seconda domanda formulata in ricorso sarebbe fondata qualora fosse data risposta affermativa alla seconda questione pregiudiziale 2. [segue esplicazione] (omissis)

4. Per contro, in caso di risposta negativa alla seconda questione pregiudiziale, la seconda domanda pregiudiziale sarebbe infondata.

[segue esplicazione] (omissis)

F. (Opportunità del rinvio)

Risulta opportuno avvalersi della possibilità prevista ai sensi dell'articolo 267, primo e secondo comma, TFUE di sospendere la controversia già nel corso del giudizio di primo grado e di sottoporre alla Corte di giustizia dell'Unione europea le questioni pregiudiziali rilevanti ai fini della decisione.

[segue esplicazione] (omissis)

Riproduzione delle immagini

Immagine 1

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, Höchster 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, Höchster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



Große Früchte
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück

Preis-Highlight
1.49 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66

-25%
3.33 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 30 Tage: 4.44



Fairtrade Bio-Bananen, los e
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis

-23%
1.29 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos
Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23

-15%
1.69 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 30 Tage: 1.69

BIS ZU -28% SPAREN.

 Mehr auf aldi-sued.de/frischekracher

Immagine 2

Immagine 3



(omissis)

DOCUMENTO DI LAVORO