

**Lieta C-330/23**

**Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu**

**Iesniegšanas datums:**

2023. gada 25. maijs

**Iesniedzējtiesa:**

*Landgericht Düsseldorf* (Vācija)

**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2023. gada 19. maijs

**Pieteicējs:**

*Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.*

**Atbildētāja:**

*Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG*

---

[..]

38 O 182/22

[..]

*LANDGERICHT DÜSSELDORF* [DISELDORFAS APGABALTIESAS]

LĒMUMS

Lietā

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

pieteicējs,

[..]

pret

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

atbildētāja,

[..]

*Landgericht Düsseldorf 8. Kammer für Handelssachen* [8. komerclietu palāta] [..]

nolēma:

Apturēt tiesvedību.

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 98/6/EK (1998. gada 16. februāris) par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas (OV, L 80, 27. lpp.; turpmāk tekstā – “Cenu norādīšanas direktīva”), kurā jaunākie grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2019/2161 (2019. gada 27. novembris), ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 98/6/EK, 2005/29/EK un 2011/83/ES attiecībā uz Savienības patērētāju tiesību aizsardzības noteikumu labāku izpildi un modernizēšanu, (tā sauktā “Kopotā direktīva”, OV, L 328, 7. lpp.), 6.a panta 1. un 2. punkta interpretācijas nolūkā Eiropas Savienības Tiesai tiek uzdoti šādi jautājumi prejudiciālā nolēmuma sniegšanai:

1. Vai Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka paziņojumā par cenu samazinājumu norādītā procentu likme var attiekties vienīgi uz iepriekšējo cenu Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 2. punkta izpratnē?
2. Vai Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reklāmas izcēlumiem, kas paredzēti, lai uzsvērtu piedāvājuma izdevīgo cenu (piemēram, apzīmējot cenu kā “īpaša cena”), ir jābūt attiecinātiem uz iepriekšējo cenu Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 2. punkta nozīmē, ciktāl šādi uzsvari tiek izmantoti paziņojumā par cenas samazinājumu?

### Pamatojums

#### A. (Tiesvedības priekšmets un fakti)

Prasītājs ir reģistrēts tiesīgo iestāžu sarakstā atbilstīgi *Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen* [Likums par prasībām aizliegt veikt prettiesiskas darbības patērētāju tiesību un citās jomās; turpmāk tekstā – “UKlaG”] 4. pantam un vēršas pret atbildētāju par reklāmu, kas atbildētāja uzskatā nelabvēlīgi ietekmē patērētāju intereses. Atbildētāja ietilpst ALDI SÜD uzņēmumu grupā. Tā ir atbildīga par tās reklāmas ārējo reprezentāciju un sagatavo iknedēļas brošūras, kuras tā publicē papīra formātā un dara pieejamas tiešsaistē. Brošūrās tā cita starpā iepazīstina ar grupas veikalu sortimenta piedāvājumiem.

Prospekta, kas attiecās uz 42. kalendāro nedēļu (2022. gada 17. –22. oktobris), [..]. lappusē zem virsraksta “MŪSU 6 SVAIGUMA GRĀVĒJI AR ATLAIDĒM TEV” bija norādīti seši pārtikas produkti un katram no tiem bija piešķirts balts

horizontāli izvietots taisnstūris ar noapaļotiem stūriem (cenas zīme). Uz cenu zīmēm bija divas cenu norādes, proti, vidū lielāka ar zvaigznīti, bet labā apakšējā stūrī mazāka, kas bija pārsvītrotā. Pāri šīm cenu zīmēm bija izvietoti melnā, sarkanā un zelta krāsā svītroti vilinātāji. “Rainforest Alliance ananasa” gadījumā uz šāda vilinātāja bija izvietots uzraksts “Īpaša cena”, bet citu pārtikas produktu gadījumā – norāde par procentuālo samazinājumu. Zem katras cenu zīmes bija šāds teksts: “Pēdējā pārdošanas cena. Zemākā cena pēdējo 30 dienu laikā: [..]”. Piemēram, ananāsu gadījumā cenu norādes ir šādas: “1,49\*” un “1,69” cenas zīmē, bet “1,39” norādes teksta beigās zem cenas zīmes. “Fairtrade bioloģiskās lauksaimniecības banānu, neiesaiņotu” gadījumā procentu norāde bija “-23 %”, un trīs cenu norādes: “1,29\*”, “1,69” un “1,29”. Attiecībā uz prospekta lapas kopējo attēlu tiek norādīts uz 1. attēlu, kas ir pievienots uzreiz pēc pamatojuma un kas samazinātā formā un bez pieteicēja pievienotajiem marķējumiem atbilst K 2 pielikumā sniegtajam attēlojumam. Attiecībā uz abu piedāvājumu, pret kuriem tiek iebilsts, attēlojuma detaļām tiek norādīts uz 1. un 2. attēlu. Zvaigznītes norāde kādā no turpmākajām prospekta lappusēm tiek skaidrota šādi: “Lūdzam ņemt vērā, ka šīs preces ir pieejamas tikai ierobežotā daudzumā un tādēļ akcijas laikā var būt arī izpārdotas. Visas preces, izņemot dekorācijas. Preces daļēji ar servēšanas ieteikumiem.”

Atbildētājas uzņēmumu grupas veikalos pieprasītā cena par neiesaiņotiem Fairtrade bioloģiskās lauksaimniecības banāniem jebkurā gadījumā kopš septembra vidus nepārtraukti bija 1,69 EUR/kg, izņemot nedēļu no 19. līdz 24. septembrim, kad banānu cena tika samazināta uz 1,29 EUR/kg. Rainforest Alliance ananāsiem piecu nedēļu laikposmā pirms piedāvājuma sākuma (37.–42. kalendāra nedēļa) spēkā bija cena par vienību, kas bija no 1,39 EUR līdz 1,79 EUR. Cena nedēļa pirms piedāvājuma sākuma bija 1,69 EUR.

Pieteicējs uzskata, ka reklāma attiecībā uz banāniem un ananāsiem ir negodīga, tāpēc izteica atbildētājai brīdinājumu, nosūtot advokāta vēstuli, un pieprasīja – abos gadījumos veltīgi – atlīdzināt vienreizēju summu par tam šā iemesla dēļ radītajiem izdevumiem 243,51 EUR apmērā.

Tiesas sēdē pieteicējs precizēja, ka viņa paziņotais I prasījums attiecas tikai uz banānu reklāmu, un papildināja to, nepārprotami nosaucot banānus. Tagad tas lūdz

- I. piespriest atbildētājai, piedraudot ar sīkāk apzīmētām procesuālām sankcijām, pārtraukt reklamēt un/vai ļaut reklamēt patērētājiem pārtikas produktu pārdošanu ar cenu samazinājumu procentos, kā tas noticis saskaņā ar K 2 pielikumu (banāni [..]), ja šis procentos izteiktais samazinājums neattiecas uz zemāko cenu, ko atbildētāja prasījusi pēdējo 30 dienu laikā pirms cenas samazinājuma;
- II. piespriest atbildētājai, piedraudot ar sīkāk apzīmētām procesuālām sankcijām, pārtraukt reklamēt un/vai ļaut reklamēt patērētājiem pārtikas produktu pārdošanu ar cenu samazinājumu kā “īpašu cenu”,

norādot agrāku cenu, kā tas noticis saskaņā ar K 2 pielikumu (ananāss [..]), ja kā “īpaša cena” apzīmētā cena ir augstāka par cenu, ko atbildētāja prasījusi pēdējo 30 dienu laikā pirms cenas samazinājuma;

- III. turklāt piespriet atbildētājam samaksāt tam 243,51 EUR kopā ar procentiem, kas par pieciem procentiem pārsniedz procentu pamatlikmi kopš tiesvedības sākuma (2022. gada 1. decembris).

Atbildētāja lūdz

noraidīt prasību.

Tā apgalvo, ka 42. kalendāra nedēļā konkurents arī esot piedāvājis ananāsus (gan bez *Rainforest Alliance* sertifikāta) par 1,49 EUR. Visi citi konkurenti esot pieprasījuši augstākas cenas.

#### B. (valsts tiesiskais regulējums)

##### I. Valsts noteikumi

1. 2021. gada 12. novembra *Preisangabenverordnung* [Noteikumi par cenu norādīšanu; turpmāk tekstā – “*PAngV*”]

#### **“§ 1. Piemērošanas joma; princips**

1. Šie noteikumi reglamentē kārtību, kādā uzņēmumi norāda preču vai pakalpojumu cenas.

[..]

#### **§ 3. Pienākums norādīt kopējo cenu**

1. Ikvienam, kas kā uzņēmējs piedāvā patērētājiem preces vai pakalpojumus vai kā preču piegādātājs vai pakalpojumu sniedzējs sniedz patērētājiem reklāmu ar cenas norādi, ir jānorāda kopējās cenas.

[..]

#### **§ 11. Papildu pienākums norādīt cenas preču cenas samazinājuma gadījumā**

1. Ikvienam, kam ir pienākums norādīt kopējo cenu, katru reizi, kad tas paziņo par preces cenas samazinājumu, jānorāda patērētājiem zemākā kopējā cena, ko tas patērētājiem piemērojis pēdējo 30 dienu laikā pirms cenas samazinājuma piemērošanas.

[..”

2. *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* [Likums pret negodīgu konkurenci; turpmāk tekstā – “*UWG*”]

### § 1. Likuma mērķis; darbības joma

[..]

2. Noteikumi, kas reglamentē negodīgas komercprakses īpašos aspektus, attiecībā uz negodīgas komercprakses esamības novērtējumu prevalē pār šā likuma noteikumiem.

[..]

### § 2. Definīcijas

1. Šā likuma izpratnē

1) “lēmums par darījuma veikšanu” ir jebkurš patērētāja vai cita tirgus dalībnieka pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem slēgt darījumu, veikt maksājumu, paturēt preci vai pakalpojumu vai atbrīvoties no preces vai pakalpojuma, vai attiecībā uz preci vai pakalpojumu izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs vai cits tirgus dalībnieks nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties;

2) “komercprakse” ir jebkura rīcība, ko kāda persona izdara sava vai cita uzņēmuma labā, pirms tāda komercdarījuma noslēgšanas, tās laikā vai pēc tā noslēgšanas, kurš ir objektīvi saistīts ar preču vai pakalpojumu noieta vai pārdošanas sekmēšanu vai ar līguma, kas attiecas uz precēm un pakalpojumiem, noslēgšanu vai izpildi; preces ir arī nekustamais īpašums un digitāls saturs, bet pakalpojumi – arī tiesības un saistības;

[..]

### 3. pants. Negodīgas komercprakses aizliegums

1. Negodīga komercprakse ir prettiesiska.

[..]

### § 5. Maldinoša komercprakse

1. Kā negodīgas konkurences darbība ir kvalificējama jebkura maldinoša komercprakse, kura var pamudināt patērētāju vai citu tirgus dalībnieku pieņemt tādu lēmumu saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

2. Komercprakse ir maldinoša, ja to veido nepatiesas norādes vai tādas norādes, kas var maldināt, par vienu vai vairākiem šādiem elementiem:

[..]

2) pārdošanas iemeslu, piemēram, īpašas cenas priekšrocības esamību, cenu vai tās aprēķināšanas veidu, vai nosacījumiem, ar kādiem tiek piegādātas preces vai sniegts pakalpojums;

[..]

#### **§ 5a. Maldinoša noklusēšana**

1. Negodīgi rīkojas arī persona, kas maldina patērētāju vai citu tirgus dalībnieku, nesniedzot tam būtisku informāciju,

- 1) kura patērētājam vai citam tirgus dalībniekam attiecīgajos apstākļos ir vajadzīga, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu saistībā ar darījumu, un
- 2) kuras nesniegšana var pamudināt patērētāju vai citu tirgus dalībnieku pieņemt tādu lēmumu saistībā ar darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

2. Par nesniegšanu uzskata arī

- 1) būtiskas informācijas noklusēšanu,
- 2) būtiskas informācijas sniegšanu neskaidrā, nesaprotamā vai pārprotamā veidā, un
- 3) būtiskas informācijas nesavlaicīgu sniegšanu.

3. Novērtējot, vai būtiska informācija ir noklusēta, jāņem vērā:

- 1) tādi ierobežojumi telpā vai laikā, kuri rodas komercpraksei izvēlētā saziņas līdzekļa dēļ, un
- 2) jebkādas darbības, ko uzņēmējs veic, lai patērētājam vai citam tirgus dalībniekam padarītu pieejamu informāciju citā veidā, nekā to ļauj komercpraksei izvēlētais saziņas līdzeklis.

[..]

#### **§ 5b. Būtiska informācija**

[..]

4. Par būtisku 5.a panta 1. punkta izpratnē uzskata arī informāciju, ko uz Savienības tiesību regulu pamata vai saskaņā ar Savienības direktīvu par komerciāliem paziņojumiem, tostarp reklāmu un tirgvedību, transponēšanas noteikumiem nedrīkst slēpt no patērētājiem.

[..]

## § 8. Darbību pārtraukšana un aizliegumi

1. Jebkāda komercprakse, kas atbilstoši 3. vai 7. pantam ir prettiesiska, var būt pamats izdot darbību pārtraukšanas rīkojumu un – atkārtotā riska gadījumā – rīkojumu neveikt darbības vai noteikt aizliegumu. Tiesības lūgt izdot rīkojumu pastāv tik ilgi, kamēr pastāv šādas prettiesiskās prakses atbilstoši 3. vai 7. pantam risks. [..]

3. 1. punktā minētos rīkojumus var lūgt izdot:

[..]

3) tiesīgajām iestādēm, kas ir reģistrētas tiesīgo iestāžu sarakstā atbilstīgi *UKlaG* 4. pantam, vai citu Eiropas Savienības dalībvalstu tiesīgajām iestādēm, kas ir iekļautas Eiropas Komisijas sarakstā saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2009/22/EK (2009. gada 23. aprīlis) par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību (OV 1.5.2009, L 110, 30. lpp.), kurā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (ES) 2018/302 (OV 2.3.2018, L 60I, 1. lpp.), 4. panta 3. punktu,

[..]”

### II. Atbilstošā valsts tiesu prakse

1. Ciktāl zināms, par *PAngV* 11. pantu, kas stājās spēkā 2022. gada 28. maijā, nav bijis Tiesas nolēmumu, kuros būtu aplūkoti attiecīgie jautājumi.

[omissis: izklāsts] [..]

2) Uz jautājumu par sekām, kādas var rasties, ja uzņēmējs jebkādā veidā pārkāpj *PAngV* 11. panta 1. punktu, balstoties uz valsts judikatūru, var atbildēt tādejādi, ka komercprakse, kas pārkāpj *PAngV* 11. panta 1. punktu, var izrādīties negodīga saskaņā ar *UWG* 5.a panta 1.–3. punktu un 5.b panta 4. punktu, tāpēc tiesīgās iestādes, piemēram, pieteicējs, var vērsties pret attiecīgo uzņēmumu, pamatojoties uz *UWG*.

[omissis: izklāsts] [..]

### C. (Savienības tiesību normas)

#### I. Atbilstošās Savienības tiesību normas

1. Direktīva 98/6/EK (Cenu norādīšanas direktīva)

#### **“1. pants [Piemērošanas joma]**

Šīs direktīvas mērķis ir noteikt pārdošanas cenas un mērvienības cenas norādīšanu produktiem, ko tirgotāji piedāvā patērētājiem, lai uzlabotu patērētāju informāciju un veicinātu cenu salīdzināšanu.

[..]

### **6.a pants [Paziņojums par cenu samazinājumu]**

1. Jebkurā paziņojumā par cenas samazinājumu jānorāda iepriekšējā cena, ko tirgotājs piemērojis noteiktā laikposmā pirms cenas samazinājuma piemērošanas.

2. Iepriekšēja cena ir viszemākā cena, ko tirgotājs piemērojis laikposmā, kurš nav īsāks par 30 dienām pirms cenas samazinājuma piemērošanas.

[..]”

## 2. Direktīva 2005/29/EK (NKD)

### **2. pants. Definīcijas**

Šajā direktīvā:

[..]

d) “uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem” (turpmāk – arī “komercprakse”) ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem;

[..]

k) “lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolēmj rīkoties vai no rīcības atturēties;

[..]

### **3. pants. Piemērošanas joma**

1. Šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā.

[..]



4. Ja šī direktīva un citi Kopienas noteikumi, kas reglamentē konkrētus negodīgas komercprakses aspektus, nonāk pretrunā, priekšroku dod minētajiem citiem Kopienas noteikumiem, un tos piemēro attiecībā uz šiem konkrētiem aspektiem.

[..]

#### **4. pants. Iekšējais tirgus**

Dalībvalstis neierobežo nedz pakalpojumu sniegšanas brīvību, nedz brīvu preču apriti tādu iemeslu dēļ, kas ir šīs direktīvas tuvinātajā jomā.

[..]

#### **6. pants. Maldinošas darbības**

1. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja tajā sniedz nepareizu informāciju un tādēļ tā ir nepatiesa vai ja tā jebkāda veidā, tostarp vispārējā sniegumā, maldina vai var maldināt vidusmēra patērētāju, pat ja informācija ir faktiski pareiza, attiecībā uz vienu vai vairākiem šeit turpmāk uzskaitītajiem elementiem un jebkāda gadījumā liek vai var likt patērētājam pieņemt lēmumu veikt darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis:

[..]

d) cena vai cenas aprēķināšanas veids vai konkrēta cenas atvieglojuma esamība;

[..]

#### **7. pants. Maldinoša noklusēšana**

1. Komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, attiecībā uz tās faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus un saziņas līdzekļa nepilnības, tā noklusē būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tādējādi vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

2. Par maldinošu noklusēšanu arī uzskata gadījumus, ja tirgotājs, ņemot vērā 1. punktā aprakstīto, tajā minēto būtisko informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā vai nenorāda uz komercprakses komercnolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un ja tas jebkurā no minētajiem gadījumiem liek vai var likt vidusmēra patērētājam pieņemt tādu lēmumu par darījuma veikšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

3. Ja komercpraksē izmantotā saziņas līdzekļa dēļ rodas vietas vai laika ierobežojumus, tad, konstatējot to, vai informācija ir noklusēta, ņem vērā

tādus ierobežojumus un jebkurus tirgotāja veiktus pasākumus, lai informētu patērētājus ar citiem līdzekļiem.

[..]

5. Kopienas tiesību aktos noteiktās prasības informācijai, kuras attiecas uz komerciālo saziņu, tostarp reklāmu un tirgdarbību, un kuru nepilnīgs uzskaitījums atrodams II pielikumā, uzskata par būtiskām.

[..]”

## II. Savienības tiesību interpretācija

1. Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punkta interpretācija rada jautājumus par tajā paredzētā regulējuma piemērojamību.

Šai normai, tāpat kā visai Cenu norādīšanas direktīvai kopumā, kā formulēts tās 1. pantā un tās 1. un 2. apsvērumā, jāgādā par atbilstīgas un skaidras informācijas sniegšanu patērētājiem par tiem piedāvātajiem produktiem. Attiecīgā tiesību akta apsvērumos, kuri saskaņā ar LESD 296. panta 2. punktu ir Savienības tiesību daļa, nav atrodams tuvāks normas skaidrojums, kas ļautu interpretēt Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punktu. Nedz Cenu norādīšanas direktīvas apsvērumos, nedz Direktīvas (ES) 2019/2161 apsvērumos (tā sauktā “Kopotā direktīva”, kas Cenu norādīšanas direktīvā tika iekļauta, pievienojot 6.a pantu), nav ietverts Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punktā paredzētā regulējuma pamatojums. Arī tiesību normas rašanās vēsture, kā to var secināt no materiāliem, nesniedz nekādu skaidrojumu par šīs tiesību normas izstrādāšanas apstākļiem ([..]).

2021. gada 29. decembrī publicētie “Norādījumi par to, kā interpretējams un piemērojams 6.a pants Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas”, Komisijas paziņojums 2021/C-526/02 ietver Komisijas skaidrojumu par to, kā tās – nesaistošajā (skat. Komisija, iepriekš minētais paziņojums, 131. lpp. *in fine*; skat. arī Tiesas spriedumu, 2012. gada 13. decembris, *Expedia Inc./Autorité de la concurrence* u.c., C-226/11, [24. punkts un turpmākie punkti]) – uzskatā ir jāpiemēro norma. Tajā ir šāds formulējums (skat. Komisija, iepriekš minētais paziņojums, 135. lpp. vidū):

“Attiecīgi cenas samazinājums jānorāda, izmantojot minēto “iepriekšējo” cenu kā atsauci, t. i., norādītajam procentuālajam samazinājumam jāpamatojas uz “iepriekšējo” cenu, kas noteikta saskaņā ar 6.a pantu.

- Piemēram, ja paziņojums par cenas samazinājumu ir “50 % atlaide” un viszemākā cena pēdējo 30 dienu laikā ir 100 EUR, pārdevējam jānorāda 100 EUR kā “iepriekšējā” cena, no kuras aprēķina 50 % samazinājumu, neatkarīgi no tā, ka pēdējā attiecīgo preču pārdošanas cena bija 160 EUR.”

Pieteicējs uzskata, ka šis redzējums ir pareizs un atbilst Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punktā paredzētajam mērķim pēc iespējas pārredzamāk atspoguļot reklamēto cenu priekšrocības. Šis aspekts arī literatūrā tiek uzskatīts par vismaz ievērības cienīgu. ([..]).

Turpretim atbildētāja uzskata, ka Komisijas viedoklis ir nepareizs. Tā var atsaukties uz jau iepriekš B II 1. punktā minētajiem atzinumiem no literatūras, kuros norādīts, ka [minētais] noteikums tikai nosaka papildu pienākumu sniegt informāciju, bet neietver nekādas prasības attiecībā uz reklāmas noformējumu ([..]).

Uz šo domstarpību risinājumu attiecas 1. prejudiciālais jautājums.

Pieteicējs turklāt uzskata, ka reklāmas paziņojumiem, kuros piedāvājuma cena ir atspoguļota kā īpaši izdevīga, arīdzan ir jāattiecas uz viszemāko cenu pēdējo 30 dienu laikā, kas noteikta saskaņā ar Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 2. punktu, un atvasina šo interpretāciju no regulējuma mērķa novērst zemāku cenu simulāciju, tās regulāri un sistemātiski paaugstinot un pazeminot. Atbilde uz šo jautājumu ir 2. prejudiciālā jautājuma priekšmets.

2. Savukārt NKD normuinterpretācija, kuras arī, iespējams, var piemērot, šķiet, ir noskaidrota. Šajā ziņā var norādīt uz attiecīgās valsts judikatūras attēlojumu, kurš ir sniegts iepriekš B II 2. punktā un kurā jau ir ņemtas vērā Savienības tiesību aktu prasības attiecībā uz – galu galā valsts tiesu kompetencē esošo – NKD piemērošanu atsevišķā gadījumā un tās mijiedarbību ar Cenu norādīšanas direktīvas prasībām.

#### D. (Secinājumu priekšlikums)

Palāta uzskata, ka uz abiem minētajiem jautājumiem ir jāatbild noliedzoši.

Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. un 2. punktā saskaņā ar to formulējumu ir tikai paredzēts, kad un kādos apstākļos (proti, atbilstīgi Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 1. punktam katrā paziņojumā par cenas samazinājumu) kāda informācija ir jāsniedz (proti, iepriekšējā cena, kas noteikta saskaņā ar Cenu direktīvas 6.a panta 2. punktu). Savukārt veids, kādā šī informācija ir jāsniedz, nav definēts ne Cenu norādīšanas direktīvas 6.a pantā, ne kādā citā vietā. Tas atšķir regulējumu no Cenu norādīšanas direktīvā ietvertajām prasībām attiecībā uz pārdošanas cenas un vienības cenas norādi, kam saskaņā ar Cenu norādīšanas direktīvas 4. panta 1. punkta pirmo teikumu jābūt “nepārprotamai, viegli nosakāmai un skaidri salasāmai”.

Šajā kontekstā tāds pieteicēja viedoklis par 1. prejudiciālo jautājumu, attiecībā uz kuru tas var atsaukties uz Komisiju un kurš tās norādījumos tiek pausts tādējādi, ka cenas priekšrocības aprēķinā jebkuros apstākļos kā atsauce ir jāizmanto iepriekšējā cena, kas ir noteikta saskaņā ar Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 2. punktu, neatbilst Cenu norādīšanas direktīvas regulējuma konceptam, kas ar dažiem izņēmumiem aprobežojas ar to, ka nosaka, kurā brīdī un kāda informācija

jāsniedz patērētājam. Tāpēc uz jautājumu par to, vai Cenu norādīšanas direktīvā paredzētā informācija ir pienācīgi sniegta patērētājam, palātai šķiet piemērotāk atbildēt, izmantojot šo jomu regulējošo NKD 6. un 7. pantu, ciktāl Cenu norādīšanas direktīvā nav regulēti īpaši informācijas sniegšanas aspekti, kas gan neattiecas uz Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta ietverto jomu. Tas neizslēdz iespēju, ka atsevišķā gadījumā procentu norādīšana, kas netiek attiecināta uz iepriekšējo cenu, kura noteikta saskaņā ar Cenu norādīšanas direktīvas 6.a panta 2. punktu, ir negodīga. Tomēr negodīgums izrietētu nevis no šāda procentu skaitļa nosaukšanas fakta vien, bet gan no kopējā reklāmas noformējuma izvērtēšanas, pamatojoties uz prasībām, kas izriet no NKD 6. un 7. panta.

Iepriekš minētie apsvērumi attiecīgi ir derīgi arī 2. prejudiciālajam jautājumam. Tas vēl vairāk nekā 1. prejudiciālais jautājums attiecas uz plaši izplatītu reklāmas paņēmieni izmantošanas pieļaujamību saistībā ar paziņojumu par cenas samazinājumu, kas, tā kā Cenu norādīšanas direktīvā šie aspekti nav īpaši reglamentēti, mērķim atbilstoši ir jāizvērtē, pamatojoties uz NKD diferencētajām prasībām.

E. (Prejudiciālo jautājumu nozīme un [iespējamo atbilžu ietekmes uz tiesas procesa izlemšanu] skaidrojums)

Pieteikuma iznākums ir atkarīgs no atbildēm uz prejudiciālajiem jautājumiem. Pieteikums ir pieņemams, bet pilnībā pamatots tikai tad, ja uz prejudiciālajiem jautājumiem atbildes ir sniedzamas par labu pieteicējam un tādējādi – apstiprinošas.

I. Pieteikums ir pieņemams. [*omissis*: izklāsts] [..]

II. Prasījumu pamatotība ir atkarīga no atbildēm uz prejudiciālajiem jautājumiem.

1. Ja atbilde uz 1. prejudiciālo jautājumu ir apstiprinoša, I prasījums ir pamatots.

[*omissis*: izklāsts] [..]

2. Savukārt, ja atbilde uz 1. prejudiciālo jautājumu ir noliedzoša, I prasījums ir nepamatots.

[*omissis*: izklāsts] [..]

3) Ja atbilde uz 2. prejudiciālo jautājumu ir apstiprinoša, II prasījums ir pamatots. [*omissis*: izklāsts] [..]

4. Savukārt, ja atbilde uz 2. prejudiciālo jautājumu ir noliedzoša, II prasījums ir nepamatots.

[*omissis*: izklāsts] [..]

F. (Jautājumu uzdošanas lietderība)

Šķiet lietderīgi izmantot LESD 267. panta 1. un 2. punktā paredzēto iespēju apturēt tiesvedību jau pirmajā instancē un procesa izlemšanai svarīgos jautājumus uzdot Eiropas Savienības Tiesai prejudiciāla nolēmuma sniegšanai.

[*omissis*: izklāsts] [..]

Attēli

1. attēls

DARBA VERSIJA

Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.

UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

DEUTSCHLANDS  
**BESTER  
PREIS!**



Ernte aus DEUTSCHLAND

**-28%**

**0.99** €  
1.39

**Bio-Karotten**  
Ursprung: Deutschland, Klasse I, 1-kg-Beutel

Verpackung recyclingfähig  
Verpackung recycelbar

**BIS ZU  
-28%  
SPAREN.**



**-21%**

**1.49** €  
1.89

**Champignons braun**  
Ursprung: siehe Etikett, Klasse I, 400-g-Schale, kg-Preis 3.73

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



Große Früchte

Verpackung 100% aus recyceltem ALU-Druck u. reinerpackt

**Rainforest Alliance Ananas**  
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück

**Preis-Highlight**  
**1.49** €  
1.69

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



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

**-25%**

**3.33** €  
4.44

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 3.99



**GUT bio**

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

**-23%**

**1.29** €  
1.69

Letzter Verkaufspreis, niedrigster 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** €  
1.99

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69

Mehr auf [aldi-sued.de/frischekracher](http://aldi-sued.de/frischekracher)

2. attēls



3. attēls



[..]

DARBA VĒRSĪJA