

Дело C-330/23

Преюдициално запитване

Дата на постъпване в Съда:

25 май 2023 г.

Запитваща юрисдикция:

Landgericht Düsseldorf (Германия)

Дата на акта за преюдициално запитване:

19 май 2023 г.

Ищец:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Ответник:

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

[...]

38 O 182/22

[...]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

по дело със страни

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. (Сдружение за защита на потребителите Баден-Вюртемберг, Германия) [...],

ищец,

[...]

и

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

ответник,

[...]

осми търговски състав на Landgericht Düsseldorf (Областен съд Дюселдорф, Германия) [...]

определи:

Спира производството по делото.

Отправя до Съда на Европейския съюз следните преюдициални въпроси относно тълкуването на член 6а, параграфи 1 и 2 от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 година относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите (ОВ L 80, 1998 г., стр. 27; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 4, стр. 206; наричана по-нататък „Директивата за обозначаването на цените“), последно изменена с Директива (ЕС) 2019/2161 на Европейския парламент и на Съвета от 27 ноември 2019 година за изменение на Директива 93/13/ЕИО на Съвета и на директиви 98/6/ЕО, 2005/29/ЕО и 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета по отношение на по-доброто прилагане и модернизирането на правилата за защита на потребители в Съюза (т.нар. Директива „Омнибус“, ОВ L 328, 2019 г., стр. 7):

1. Трябва ли член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата за обозначаването на цените да се тълкува в смисъл, че процентът, посочен при обявяване на намаляване на цената, може да се отнася само до предишната цена по смисъла на член 6а, параграф 2 от Директивата за обозначаването на цените?
2. Трябва ли член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата за обозначаването на цените да се тълкува в смисъл, че акцентите при рекламата, които следва да подчертаят предлаганата изгодна цена (например обозначението на цената като „хит цена“) тогава, когато са използвани при обявяване на намаляване на цената, трябва да се отнасят до предишната цена по смисъла на член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата за обозначаването на цените?

Мотиви

А. (Предмет на спора и факти в главното производство)

Ищецът е вписан в списъка на организациите с право да представляват потребителите по член 4 от UklG [с пълно заглавие Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (Закон за искове за преустановяване на нарушения на правата на потребителите и на други права, наричан по-нататък „UklG“) и предявява иск срещу ответника относно реклама, която според ищеца засяга интересите на потребителите. Ответникът е част от групата ALDI SÜD. Той отговаря за външния рекламен

имидж на групата и ежеседмично изготвя брошури, които издава на хартиен носител и публикува онлайн. В брошурите се представят по-специално оферти от асортимента на магазините, принадлежащи към групата.

Брошурата, валидна за 42-ата календарна седмица (от 17 до 22 октомври 2022 г.), представя шест хранителни продукта на една [...] страница под заглавието „НАШИТЕ 6 ПОСЛЕДНИ СЕНЗАЦИОННИ НАМАЛЕНИЯ ЗА ТЕБ“, като към всеки от предлаганите продукти е изобразен бял правоъгълник с основа неговата дължина и със заоблени ъгли (ценови надпис). На тези надписи са изписани две цени – първата — с по-голям шрифт и маркирана със звездичка, а втората — в долния десен ъгъл с по-малък шрифт и задраскана с права линия през средата. Над ценовите надписи са изобразени привличащи вниманието банери с ивици в черно червено и златисто. В този банер, по отношение например на продукта „Rainforest Alliance Ananas“ („ананас Rainforest Alliance“) е поместен надписа: „хит цена“, а по отношение на останалите хранителни продукти в банера е посочено съответното процентно намаление. Под всеки отделен ценови надпис е изписан следният текст: „Последна продажна цена. Най-ниска цена през последните 30 дни: [...]“. По отношение на цената например на ананаса в ценовия надпис е посочено следното: „1,49*“ и „1,69“ и „1,39“ в края на текстовото означение под този ценови надпис. По отношение на „Fairtrade Bio-Bananen, lose“ („Fairtrade-био банани на килограм“) посоченото процентно намаление е „-23 %“, а трите посочени цени са „1,29*“, „1,69“ и „1,29“. Общият изглед на страницата от брошурата е представен в изображение 1 след изложението на мотивите на настоящия акт и съответства на умалено изображение на приложение К 2 без поставените от ищеца обозначения. По отношение на подробностите при оформлението на рекламата на двете оспорвани оферти се препраща към изображения 1 и 2. Пояснението на маркирането със звездичка е поместено на някоя от следващите страници на брошурата и гласи следното: „Молим за Вашето внимание! Тези продукти са в ограничено количество и поради това могат да бъдат изчерпани по време на промоцията. По отношение на всички продукти не се включват аксесоарите за декорацията. За някои от продуктите са публикувани предложения за сервирането им.“

Цената на Fairtrade-био бананите в магазините на групата предприятия на ответника от средата на септември е непрекъснато 1,69 евро/kg с изключение на седмицата от 19 до 24 септември, през която цената на бананите е намалена на 1,29 евро/kg. Цената на ананас Rainforest Alliance за брой през петте седмици преди началото на промоцията (от 37-мата до 42-рата календарна седмица) е между 1,39 евро и 1,79 евро. Цената през седмицата преди началото на промоцията е 1,69 евро.

Ищецът счита рекламата на бананите и на ананаса за нелоялна, поради което с писмо от адвокат отправя официална покана до ответника за преустановяване на тази практика, като иска възстановяването на

направените от него разноси в размер на 243,51 евро, като и двете искания не са уважени.

В съдебното заседание ищецът уточнява, че искане I се отнася само до рекламата на бананите и го допълва, като ги посочва изрично. Понастоящем ищецът моли съда:

- I. да осъди ответника да преустанови да рекламира занапред и/или да ползва вече публикувани реклами, насочени към потребителите, с цел продажбата на хранителни продукти, при което намалението на цената е посочено в проценти, както е направено съгласно приложение К2 (банани [...]), когато намалението на цената в проценти не се отнася до най-ниската цена през последните 30 дни, предхождащи намалението, като при неизпълнение се иска да бъде наложена съответната имуществена санкция;
- II. да осъди ответника да преустанови да рекламира занапред и/или да ползва вече публикувани реклами, насочени към потребителите, с цел продажбата на хранителни стоки, при което намалението на цената е обозначено като „хит цена“ с посочване на предходна цена, както е направено съгласно приложение К 2 (ананас [...]), когато посочената като „хит цена“ е по-висока от цената през последните 30 дни, предхождащи намалението, като при неизпълнение да бъде наложена съответната имуществена санкция;
- III. освен това ответникът да бъде осъден да плати на ищеца 243,51 евро заедно с лихва в размер на основния лихвен процент плюс 5 процентни пункта, считано от образуването на съдебното производство (1 декември 2022 г.).

Ответникът моли съда да отхвърли иска.

Ответникът твърди, че през 42-рата календарна седмица негов конкурент също предлага ананас за 1,49 евро (без сертификат от Rainforest Alliance обаче). Цените на всички останали конкуренти били по-високи.

Б. (Национална правна уредба)

I. Национално законодателство

1. Preisangabenverordnung (Наредба за обозначаването на цените, наричана по-нататък „PangV“) от 12 ноември 2021 г.

„Член 1 Приложно поле; Принцип

(1) Настоящата наредба урежда начина, по който търговците обозначават цените на стоките или услугите пред потребителите.

[...]

Член 3 Задължение за обозначаване на общата цена

(1) Който в качеството на търговец предлага на потребителите стоки или услуги или който в качеството на продавач на стоки или услуги ги рекламира пред крайните потребители чрез посочване на определени цени, е длъжен да обозначи общата цена.

[...]

Член 11 Допълнително задължение за обозначаване на цените на стоки при намаляване на цената

(1) Който има задължение за обозначаване на общата цена, е длъжен при всяко обявяване на намаляване на цената да посочи най-ниската обща цена, на която дадена стока се е предлагала на потребителите през последните 30 дни преди намаляването на цената.

[...]

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Закон срещу нелоялната конкуренция, наричан по-нататък „UWG“)

Член 1 Цел на закона; Приложно поле

[...]

(2) Разпоредбите относно специфичните аспекти на нелоялните търговски практики имат предимство пред разпоредбите на този закон при преценката дали е налице нелоялна търговска практика.

[...]

Член 2 Определения

(1) По смисъла на този закон

1. „търговско решение“ е всяко решение на потребител или друг участник на пазара по отношение на това дали, как и при какви условия да сключи сделка, да заплати, да задържи или да се разпореди със стока или услуга или да упражни договорно право във връзка със стока или услуга, независимо дали потребителят или участникът на пазара решава да действа;

2. „търговска практика“ е всяко действие на дадено лице, извършено в полза на собственото му търговско предприятие или в полза на друг търговец преди, по време на или след сключване на определена сделка, което обективно е свързано с рекламата или продажбата на стоки и услуги или със сключването или изпълнението на договор относно стоки или услуги; като стоки могат да се разглеждат и недвижимите вещи, а като услуги – правата и задълженията;

[...]

Член 3 Забрана на нелоялните търговски практики

- (1) Забраняват се нелоялните търговски практики.

[...]

Член 5 Заблуждаващи търговски практики

- (1) Акт на нелоялна конкуренция представлява всяка заблуждаваща търговска практика, която може да подтикне потребителя или друг участник на пазара да вземе решение за сделка, което не би взел при други обстоятелства.

- (2) Търговската практика е заблуждаваща, когато включва неточни или други подвеждащи твърдения относно едно или повече от следните сведения:

[...]

2. причината за продажбата, както и съществуването на специфично ценово предимство, цената или начина, по който е формирана цената или условията, при които се доставят стоките или се предоставят услугите;

[...]

Член 5а Въвеждане в заблуждение чрез бездействие

- (1) Акт на нелоялна конкуренция извършва също този, който въвежда в заблуждение потребител или друг участник на пазара, като не предоставя съществена информация,

1. нужна на потребителите или на другите участници на пазара според обстоятелствата, за да вземат информирано решение за сделка,

2. като това може да подтикне потребителя или друг участник на пазара да вземе решение за сделка, което не би взел при други обстоятелства.
- (2) Непредоставяне на такава информация е също
 - 1 укриването на съществена информация,
 2. предоставянето на съществена информация по неясен, неразбираем или двусмислен начин, както и
 3. когато предоставянето на съществената информация е ненавременно.
 - (3) При преценката дали е налице непредоставяне на съществена информация следва да се вземат предвид:
 1. ограниченията в пространството или времето, наложени от средствата за комуникация при осъществяване на търговската практика, както и
 2. всички действия на търговеца за предоставяне на информация на потребителя или на друг участник на пазара чрез други средства, различни от средствата за комуникация при осъществяване на търговската практика.

[...]

Член 5b Съществена информация

[...]

- (4) Съществена информация по смисъла на член 5а, параграф 1 е всяка информация, от която потребителите не трябва да бъдат лишавани въз основа регламенти на Съюза или на правни разпоредби за транспониране на директиви на Съюза в областта на търговската комуникация, включително рекламата и маркетинга.

[...]

Член 8 Преустановяване и забрана

- (1) Срещу практикуващия незаконна търговска практика по смисъла на член 3 или 7 може да бъде предявен иск за нейното преустановяване, а при опасност от повторност – иск за нейната забрана. Правото да се иска забрана на дадена практика възниква от момента, в който възникне опасност от такова нарушение на член 3 или 7.[...]
- (3) Исковете по параграф 1 могат да се предявяват от:

[...]

3. организациите с право да представляват потребителите, ако представят доказателство, че са включени в списъка на по член 4 от Unterlassungsklagengesetz (или в списъка на Европейската комисия по член 4, параграф 3 от Директива 2009/22/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2009 година относно исковете за преустановяване на нарушения с цел защита на интересите на потребителите (ОВ L 110, 2009 г., стр. 30), последно изменена с Регламент (ЕС) 2018/302 (ОВ L 60I, 2018 г., стр. 1)

[...]“

II. Релевантна национална съдебна практика

1. Доколкото е известно на решаващия съдебен състав, до настоящия момент не са постановявани съдебни решения относно член 11 от PangV, в сила на 28 май 2022 г., които да разглеждат релевантни за настоящия случай въпроси.

[разяснения във връзка с това] [...]

2. Следователно на въпроса какви са последиците от евентуално нарушение на член 11, параграф 1 от PAngV от страна на търговеца, въз основа на националната съдебна практика може да се отговори в смисъл, че търговска практика, която нарушава член 11, параграф 1 от PangV, е нелоялна съгласно член 5a, параграфи 1–3 и член 5b, параграф 4 от UWG, поради което организациите с право да представляват потребителите, каквато е и ищецът, могат да предприемат необходимите действия въз основа на UWG срещу съответния търговец.

[уточнява се] [...]

C. (Правна уредба на Съюза)

I. Относими разпоредби на правото на Съюза

1. Директива 98/6/ЕО (Директивата за обозначаването на цените)

„Член 1 [Приложно поле]

Настоящата директива има за цел да предвиди обозначаване на продажната цена и цената за единица мярка от стоката, предлагана от търговците на потребителите, с цел да се подобри информацията, предоставяна на потребителите, и да се улесни сравнението на цените.

[...]

Член 6а [Обявяване на намаляване на цената]

(1) При всяко обявяване на намаляване на цената се посочва предишната цена, прилагана от търговеца за определен период от време преди въвеждането на намалението на цената.

(2) „Предишна цена“ означава най-ниската цена, прилагана от търговеца за период от време не по-кратък от 30 дни преди въвеждането на намалението на цената.

[...]

2. Директива 2005/29/ЕО (наричана по-нататък „Директивата за нелоялните търговски практики“)

„Член 2 Дефиниции

За целите на настоящата директива:

[...]

г) „търговски практики от търговците към потребителите“ (наричани по-долу за краткост „търговски практики“) са всяко действие, бездействие, поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан с производството, продажба или доставка на стока до потребители;

[...]

к) „решение за сделка“ означава всяко решение, взето от потребител относно това как и при какви условия да купи, да заплати изцяло или частично, да задържи или да се разпорежи със стоката, или да упражни договорно право, свързано със стоката, независимо дали потребителят решава да действа или се въздържа от действие;

[...]

Член 3 Обхват

(1) Настоящата директива се прилага по отношение на нелоялни търговски практики от страна на търговците към потребителите, съгласно разпоредбата на член 5, преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока.

[...]

(4) В случай на противоречие на разпоредбите на настоящата директива и други разпоредби на Общността, уреждащи специфични

аспекти на нелоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

[...]

Член 4 Вътрешен пазар

Държавите членки няма да ограничават нито свободата за предоставяне на услуги, нито свободното движение на стоки по причини, попадащи в областта на сближаването, постигнато с настоящата директива.

[...]

Член 6 Заблуждаващи действия

(1) Заблуждаваща е тази търговска практика, която съдържа невярна информация и следователно е невярна, или по някакъв начин, включително когато посредством цялостното представяне заблуждава или е възможно да заблуди средния потребител дори и ако съдържащата се в нея информация е фактически точна по отношение на един или повече от посочените по-долу елементи, и във всички случаи подтиква или е възможно да подтикне потребителя да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел:

[...]

г) цената или начинът, по който е формирана цената или съществуването на специфично ценово предимство;

[...]

Член 7 Заблуждаващи бездействия

(1) Заблуждаваща е тази търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички характеристики и обстоятелства и ограниченията на средството за комуникация, пропуска съществена информация, необходима на средния потребител съгласно контекста, за да вземе решение за сделка на база осведоменост и следователно подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

(2) Заблуждаващо бездействие е също и търговска практика, при която, отчитайки характеристиките, описани в параграф 1, търговецът укрива или предоставя по неясен, неразбираем, двусмислен или несвоевременен начин такава съществена информация по смисъла на тази алинея, или когато пропуска да определи целта на търговската практика, ако вече не е ясна от контекста, и когато, и в двата случая

това подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

(3) Когато средствата за комуникация при осъществяване на търговска практика налагат ограничения в пространството или времето, тези ограничения и всякакви мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информация на потребителите чрез други средства, ще бъдат взети предвид при вземане на решението дали има пропусната информация.

[...]

(5) Изисквания за предоставяне на информация, установени в законодателството на Общността във връзка с търговски съобщения, включително реклама или продажби, неизчерпателен списък от които се съдържа в приложение II, се считат за съществени.

[...]“

II. Тълкуване на правото на Съюза

1. Тълкуването на член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата за обозначаването на цените повдига въпроси във връзка с обхвата на установения в нея режим.

Разпоредбата, както и цялата Директива относно обозначаването на цените, видно от член 1 и съображения 1 и 2, трябва да гарантират предоставянето на точна и ясна информация на потребителите относно предлаганите стоки. В съображенията към приложимите правни актове, които съгласно член 296, втора алинея ДФЕС са част от правото на Съюза, не са налице допълнителни разяснения относно целта на директивата във връзка с тълкуването на член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата относно обозначаването на цените. Нито съображенията на Директивата относно обозначаването на цените, нито съображенията на Директива 2019/2161 (т.нар. Директива „Омнибус“, с която се въвежда член 6а в Директивата относно обозначаването на цените) съдържат мотиви за установената в член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата относно обозначаването на цените правна уредба. Генезисът на разпоредбата, за който може да се направи извод от материалите, също не дава информация за контекста на разпоредбата ([...]).

В „Насоки за тълкуването и прилагането на член 6а от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите“, публикувани на 29 декември 2021 г., Известие на Комисията 2021/С-526/02, Комисията разяснява как счита, че следва да се прилага разпоредбата, като становището ѝ няма задължителен характер (вж. Комисия, посочено по-горе, стр. 131 долу; вж. също решение от 13 декември 2012 г., Expedia Inc./Autorité

de la concurrence и др., C-226/11, [т. 24 и сл.]). То гласи (вж. Комисия, посочено по-горе, стр. 135, по средата):

„В съответствие с това намалението на цената трябва да бъде представено, като за сравнение се използва обозначената „предишна“ цена, т.е. всяко обозначено процентно намаление трябва да се основава на „предишната“ цена, установена съгласно член 6а:

- например когато обявяването на намаление на цената е „50 % отстъпка“ и най-ниската цена през предходните 30 дни е 100 EUR, продавачът ще трябва да представи като „предишната“ цена, върху която е изчислено 50 % намаление, цената от 100 EUR, въпреки факта, че последната продажна цена на стоката е била 160 EUR.“

Ищецът счита този подход за правилен и смята, че той отговаря на целта на член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата относно обозначаването на цените, а именно рекламираното ценово предимство да бъде представено по възможно най-прозрачния начин. В литературата се счита, че този аспект следва най-малкото да се обмисли ([...]).

От друга страна, ответникът счита становището на Комисията за неправилно. Той се позовава на становищата от литературата, цитирани по-горе в буква Б., II, т. 1., които отбелязват, че разпоредбата обосновава само допълнително задължение за предоставяне на информация, но не съдържа изисквания за оформлението на рекламата ([...]).

Целта на първия въпрос е да се разреши това противоречие.

Освен това ищецът смята, че рекламните съобщения, които представят цената на офертата като особено изгодна, също трябва да се отнасят до най-ниската цена през предходните 30 дни, определена в член 6а, параграф 2 от Директивата относно обозначаването на цените, и извежда това тълкуване на разпоредбата от целта ѝ, а именно да се предотврати влиянието върху цената посредством систематичното ѝ повишаване и намаляване. Това е предмет на втория въпрос.

2. От друга страна, тълкуването на евентуално приложимите разпоредби на Директивата за нелоялните търговски практики изглежда изяснено. В това отношение може да се направи препратка към представеното в буква Б., II, т. 2 приложимо национално законодателство, което отразява разпоредбите на Съюза относно прилагането на Директивата за нелоялните практики в конкретния случай и взаимодействието ѝ с разпоредбите на Директивата относно обозначаването на цените.

Д. (Предложение за решение)

Съдебният състав счита, че на двата преюдициални въпроса следва да се отговори отрицателно.

Член 6а, параграфи 1 и 2 от Директивата относно обозначаването на цените регламентира само кога и при какви условия (съгласно член 6а, параграф 1 от Директивата относно обозначаването на цените при всяко обявяване на намаляване на цената) каква информация следва да се предостави (съгласно член 6а, параграф 2 от Директивата относно обозначаването на цените това е съответната предишна цена). Как следва да бъде предоставена тази информация обаче не е определено нито в член 6а, нито на друго място в Директивата относно обозначаването на цените. Това отличава тази разпоредба от изискванията за обозначаването на продажната цена и цената за единица мярка, които се съдържат в Директивата относно обозначаването на цените, и които съгласно член 4, параграф 1, първо изречение от Директивата относно обозначаването на цените трябва да бъдат „недвусмислени, лесно разбираеми и ясно и четливо изписани.“

Поради това гореизложеното становище на ищеца относно първия въпрос — по отношение на което той може да се позове на Комисията, която посочва в Насоките, че при изчисляването на ценовото предимство във всички случаи трябва да се вземе предвид предишната цена съгласно член 6а, параграф 2 от Директивата относно обозначаването на цените — не отговаря на регулаторния подход на Директивата относно обозначаването на цените, която с малки изключения се ограничава до определяне кога и каква информация следва да се предостави на потребителя. Затова съдебният състав счита за удачно, че на въпроса дали определената в Директивата относно обозначаването на цените информация е била предоставена надлежно на потребителя, трябва да се отговори въз основа на членове 6 и 7 от Директивата за нелоялните практики, които уреждат този въпрос, при положение че в Директивата относно обозначаването на цените не са уредени специфични аспекти на предоставянето на информация, което обаче не е в сила за обхвата на член 6а от Директивата относно обозначаването на цените. Това не изключва възможността в даден случай да е нелоялно да се обозначава процент, който не се отнася до предишната цена съгласно член 6а, параграф 2 от Директивата относно обозначаването на цените. Въпреки това нелоялното обозначаване не се установява само въз основа на фактическото посочване на такъв процент, а въз основа на преценка, която обръща внимание на цялостното оформление на рекламата на базата на изискванията на членове 6 и 7 от Директивата за нелоялните търговски практики.

Гореизложените съображения се прилагат съответно за втория въпрос. Той засяга в още по-голяма степен от първия въпрос допустимостта на използването на разпространени рекламни техники при обявяването на намаляването на цената, което е необходимо да се преценява въз основа на диференцираните разпоредби на Директивата за нелоялните търговски

практики поради липса на специални правила по отношение на тези аспекти в Директивата относно обозначаването на цените.

Д. (Релевантност и уточнение на [последници от евентуалните отговори по отношение на] преюдициалните въпроси [решаването на делото])

Уважаването на иска зависи от отговора на преюдициалните въпроси. Искът е допустим, но ще бъде основателен в неговата цялост само в случай, че отговорът на преюдициалните въпроси е в полза на ищеца, следователно ако се отговори утвърдително.

I. Искът е допустим. [допълнителни разяснения] [...]

II. Основателността на исканията зависи от отговора на преюдициалните въпроси.

1. В случай, че на първия въпрос се отговори утвърдително, искане I ще бъде основателно.

[допълнителни разяснения] [...]

2. Напротив, при отрицателен отговор на първия въпрос, искането по точка I ще бъде неоснователно.

[допълнителни разяснения] [...]

3. Искането по точка II ще бъде основателно в случай, че на втория въпрос се отговори утвърдително. [допълнителни разяснения] [...]

4. Напротив, при отрицателен отговор на втория въпрос, искане II ще бъде неоснователно.

[допълнителни разяснения] [...]

Е. (Целесъобразност на преюдициалното запитване)

Необходимо е да се използва възможността по член 267, първа и втора алинея ДФЕС делото да се спре още на първа инстанция и да се отправят до Съда на Европейския съюз преюдициалните въпроси, които са от значение за решаването на делото.

[допълнителни разяснения] [...]

Възпроизвеждане на изображенията

Изображение 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 90 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 90 Tage: 1.75



Große Früchte
Rain forest Alliance Ananas
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück
-Preis-Highlight
1.49 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.99



NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66
-25%
3.33 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 4.44



GUT bio Fairtrade Bio-Bananen, los
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis
-23%
1.29 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.69



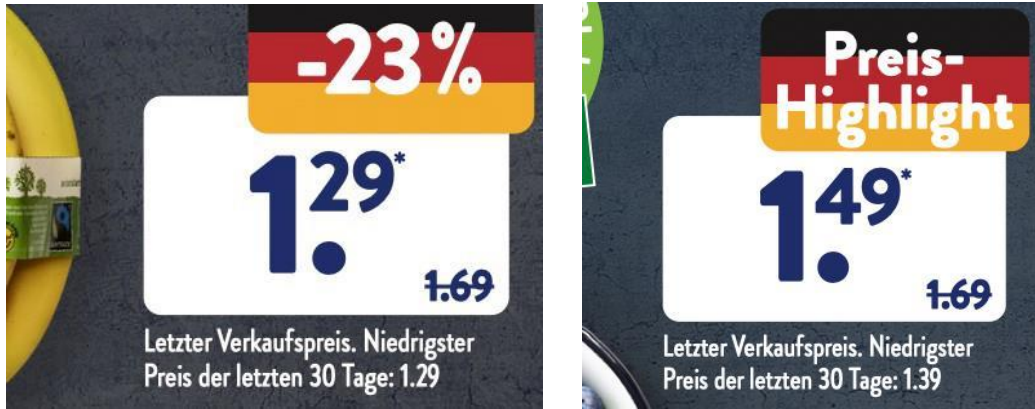
Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos
Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23
-15%
1.69 €
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.99

BIS ZU -28% SPAREN.

 Mehr auf aldi-sued.de/frischekracher

Изображение 2

Изображение 3



[...]

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ