

**Věc C-330/23**

**Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce**

**Datum doručení:**

25. května 2023

**Předkládající soud:**

Landgericht Düsseldorf (Německo)

**Datum předkládacího rozhodnutí:**

19. května 2023

**Žalobce:**

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

**Žalovaná:**

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

---

[omissis]

38 O 182/22

[omissis]

LANDGERICHT DÜSSELDORF (zemský soud v Düsseldorfu, Německo)

USNESENÍ

Ve věci

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

žalobce,

[omissis]

proti

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

žalované,

[*omissis*]

obchodní senát Landgericht Düsseldorf (zemský soud v Düsseldorfu) [*omissis*]

rozhodl takto:

Řízení se přerušuje.

Soudnímu dvoru Evropské unie se za účelem výkladu čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli (Úř. věst. 1998, L 80, s. 27; Zvl. vyd. 15/04, s. 32, dále jen „směrnice o označování cen“), naposledy pozměněné směrnicí Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele (tzv. směrnice Omnibus, Úř. věst. 2019, L 328, s. 7), předkládají následující předběžné otázky:

1. Musí být čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen vykládán v tom smyslu, že procentní údaj uvedený v oznámení o slevě z ceny se může vztahovat výlučně k předchozí ceně ve smyslu čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen?
2. Musí být čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen vykládán v tom smyslu, že propagační zdůraznění, jehož cílem je vyzdvihnout cenovou výhodnost nabídky (jako je například označení ceny jako „cenový hit“), se v případě, že je použito v oznámení o slevě z ceny, musí vztahovat k předchozí ceně ve smyslu čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen?

### Odůvodnění

#### A. (Předmět a skutkový základ sporu v původním řízení)

Žalobce je zapsán v seznamu oprávněných subjektů podle § 4 [Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (zákon o žalobách na zdržení se jednání v oblasti porušování spotřebitelského práva a jiného protiprávního jednání), zkráceně UKlaG] a vůči žalované uplatňuje nároky související s reklamou, která se podle jeho názoru nepříznivě dotýká zájmů spotřebitelů. Žalovaná je součástí skupiny podniků ALDI SÜD. Odpovídá za její propagaci navenek a každý týden vytváří prospekty, které vydává v papírové podobě a zpřístupňuje online. V prospektech mimo jiné prezentuje nabídky ze sortimentu prodejen této skupiny.

Prospekt platný pro 42. kalendářní týden (od 17. do 22. října 2022) na [*omissis*] straně pod nadpisem „UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT“ („6 našich trháků v čerstvosti se slevou pro tebe“) vyobrazoval šest

potravin, ke kterým byl vždy připojen bílý ležatý obdélník se zaoblenými rohy (cenovka). Na cenovkách se nacházely dva cenové údaje, a to uprostřed větší, opatřený hvězdičkou, a v pravém dolním rohu menší, který byl přeškrtnutý. Tyto cenovky byly překryty černo-červeně-zlatě pruhovanými poutači. V případě zboží „*Rainforest Alliance Ananas*“ byl tento poutač opatřen nápisem „*Preis-Highlight*“ („cenový hit“) a u ostatních potravin údajem o výši slevy v procentech. Pod každou cenovkou se nacházel tento text: „*Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: [...]*“ [„Poslední prodejní cena. Nejnižší cena za posledních 30 dní: (...).“]. Například u ananasu byla na cenovce uvedena cena „1,49\*“ [eura] a „1,69“ a na konci informačního textu pod cenovkou „1,39“. U zboží „*Fairtrade Bio-Bananen, lose*“ („Fairtrade bio banány, volné“) byl uveden procentní údaj „-23 %“ a tři cenové údaje „1,29\*“, „1,69“ a „1,29“. Ohledně celkového vzhledu dané stránky prospektu se odkazuje na vyobrazení 1 reprodukované za odůvodněním, které odpovídá zmenšenému znázornění přílohy K 2 bez zvýraznění, která provedl žalobce. Ohledně jednotlivých aspektů prezentace obou napadených nabídek se odkazuje na vyobrazení 1 a [3]. Odkaz označený hvězdičkou je na jedné z následujících stran prospektu vysvětlen takto: „Upozorňujeme, že toto zboží je k dispozici pouze v omezeném množství, a proto může být v určitých obdobích akce vyprodáno. Veškeré zboží je prodáváno bez dekorací. Některé zboží je vyobrazeno s návrhy jeho servírování.“

Cena požadovaná v prodejnách skupiny žalované za volné *fairtrade* bio banány přinejmenším od poloviny září trvale činila 1,69 eura/kg, a to s výjimkou týdne od 19. do 24. září, kdy pro uvedené banány platila cena snižená na 1,29 eura/kg. Pro ananas s certifikátem *Rainforest Alliance* během pěti týdnů předcházejících zahájení dané prodejní akce (37. až 42. kalendářní týden) platily ceny mezi 1,39 eura a 1,79 eura za kus. Cena v týdnu předcházejícím zahájení dané prodejní akce činila 1,69 eura.

Žalobce uvedenou reklamu, pokud jde o banány a ananasy, považuje za nekalou, žalovanou proto prostřednictvím dopisu svého advokáta vyzval k ukončení protiprávního jednání a požadoval – obojí marně – uhrazení paušální náhrady nákladů, které mu v této souvislosti vznikly, ve výši 243,51 eura.

Při ústním jednání žalobce upřesnil, že první návrhové žádání, které uvedl, se vztahuje pouze na propagaci banánů a doplnil je o jejich výslovné označení. Nyní se domáhá, aby předkládající soud

- I. žalované pod pohružkou blíže uvedených pořádkových opatření uložil povinnost zdržet se ve vztahu ke spotřebitelům takové propagace prodeje potravin za ceny snižené formou procentuální slevy, k jaké došlo podle přílohy K 2 [banány [*omissis*]], nebo jejího umožnění, pokud se toto snížení uvedené v procentech nevztahuje k nejnižší ceně, kterou žalovaná požadovala v posledních 30 dnech před snížením ceny;

- II. žalované pod pohružkou blíže uvedených pořádkových opatření uložil povinnost zdržet se ve vztahu ke spotřebitelům takové propagace prodeje potravin za sníženou cenu jako „cenového hitu“, k jaké došlo podle přílohy K 2 [ananas [*omissis*]], nebo jejího umožnění, pokud je cena označená jako „cenový hit“ vyšší než [nejnižší] cena, kterou žalovaná požadovala v posledních 30 dnech před snížením ceny;
- III. žalované dále uložil povinnost zaplatit žalobkyni částku ve výši 243,51 eura a úroky ve výši základní úrokové sazby navýšené o pět procentních bodů ode dne podání žaloby (tj. od 1. prosince 2022).

Žalovaná navrhuje, aby předkládající soud

žalobu zamítl.

Tvrdí, že ve 42. kalendářním týdnu ananas (avšak bez certifikace *Rainforest Alliance*) za 1,49 eura nabízel i jeden konkurent. Všichni ostatní konkurenti podle ní požadovali vyšší ceny.

#### B. (vnitrostátní právní rámec)

##### I. ustanovení vnitrostátního práva

1. Preisangabenverordnung (německé nařízení o označování cen, dále jen „PAngV“) ze dne 12. listopadu 2021

##### **„§ 1 Oblast působnosti; zásada**

(1) Toto nařízení upravuje označování cen zboží nebo služeb podnikatelů, které jsou nabízeny spotřebitelům.

[...]

##### **§ 3 Povinnost uvést celkovou cenu**

(1) Kdo jako podnikatel nabízí zboží nebo služby spotřebitelům nebo jako dodavatel výrobků nebo služeb ve vztahu ke spotřebitelům propaguje výrobky nebo služby s označením ceny, je povinen uvádět celkové ceny.

[...]

##### **§ 11 Další povinnost při označování cen u slev z ceny zboží**

(1) Kdo je povinen uvádět celkovou cenu, je ve vztahu ke spotřebitelům povinen při každém oznámení slevy z ceny zboží uvést nejnižší celkovou cenu, kterou vůči spotřebitelům uplatňoval v posledních 30 dnech před uplatněním slevy z ceny.

[...]“

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (zákon o nekalé soutěži, dále jen „UWG“)

### **„§ 1 Účel zákona; oblast působnosti**

[...]

(2) Právní předpisy upravující zvláštní aspekty nekalých obchodních praktik mají při posuzování, zda se jedná o nekalou obchodní praktiku, přednost před ustanoveními tohoto zákona.

[...]

### **§ 2 Vymezení pojmů**

(1) Pro účely tohoto zákona se rozumí

1. „rozhodnutím o obchodní transakci“ jakékoli rozhodnutí spotřebitele nebo jiného účastníka trhu o tom, zda, jak a za jakých podmínek uzavře obchodní transakci, zaplatí, ponechá si zboží nebo službu nebo se jich zbaví anebo ve vztahu ke zboží nebo službě uplatní právo vyplývající ze smlouvy, a to bez ohledu na to, zda se spotřebitel nebo jiný účastník trhu rozhodne jednat;

2. „obchodní praktikou“ jakékoli jednání určité osoby ve prospěch vlastního nebo cizího podniku před uzavřením obchodní transakce, v jeho průběhu nebo po něm, které přímo a objektivně souvisí s podporou odbytu nebo odběru zboží nebo služeb či s uzavřením nebo plněním smlouvy o zboží nebo službách; za zboží se považují rovněž nemovitosti a digitální obsahy, službami jsou i digitální služby, za služby se považují rovněž práva a povinnosti;

[...]

### **§ 3 Zákaz nekalých obchodních praktik**

(1) Nekalé obchodní praktiky jsou nepřípustné.

[...]

### **§ 5 Klamavé obchodní praktiky**

(1) Nekale jedná ten, kdo se dopustí klamavé obchodní praktiky, která může spotřebitele nebo jiného účastníka trhu vést k rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

(2) Obchodní praktika je klamavá, pokud obsahuje nepravdivé informace nebo jiné informace, které mohou uvést v omyl ohledně následujících okolností:

[...]

2. okolností prodeje, jako je existence konkrétní cenové výhody, ceny nebo způsobu, jakým je vypočtena, nebo podmínek, za kterých dochází k dodání zboží nebo poskytnutí služby;

[...]

### **§ 5a Klamavé opomenutí**

(1) Nekalého jednání se rovněž dopustí ten, kdo spotřebitele nebo jiného účastníka trhu uvede v omyl tím, že opomene uvést podstatnou informaci,

1. kterou spotřebitel nebo jiný účastník trhu v dané souvislosti potřebuje pro informované rozhodnutí o obchodní transakci a
2. jejíž opomenutí může spotřebitele nebo jiného účastníka trhu vést k rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

(2) Za opomenutí uvést informaci se považuje rovněž

1. zatajení podstatných informací,
2. poskytnutí podstatných informací nejasným, nesrozumitelným nebo dvojnásobným způsobem, jakož i
3. poskytnutí podstatných informací v nevhodný čas.

(3) Při posuzování, zda došlo k opomenutí uvést podstatné informace, se vezmou v úvahu:

1. omezení na prostor nebo čas kladená komunikačním prostředkem zvoleným pro danou obchodní praktiku, jakož i
2. veškerá opatření přijatá obchodníkem s cílem poskytnout spotřebiteli nebo jinému účastníkovi trhu informace jiným způsobem než pomocí komunikačního prostředku zvoleného pro danou obchodní praktiku.

[...]

### **§ 5b Podstatné informace**

[...]

(4) Za podstatné ve smyslu § 5a odst. 1 se považují rovněž takové informace, které spotřebiteli nelze zamlčet na základě unijních nařízení nebo právních předpisů provádějících unijní směrnice týkající se obchodních sdělení, včetně reklamy a uvádění na trh.

[...]

## **§ 8 Odstranění závadného stavu a zdržení se jednání**

(1) Vůči tomu, kdo se dopustí obchodní praktiky, která je podle § 3 nebo § 7 nepřipustná, se lze domáhat, aby odstranil protiprávní stav, a v případě nebezpečí opakování, aby se jednání zdržel. Nárok na zdržení se jednání vzniká již tehdy, pokud takové porušení § 3 nebo § 7 hrozí. [...]

(3) Nároky uvedené v odstavci 1 přísluší:

[...]

3. oprávněným subjektům zapsaným v seznamu oprávněných subjektů podle § 4 zákona o žalobách na zdržení se jednání nebo oprávněným subjektům z jiných členských států Evropské unie zapsaným v seznamu Evropské komise podle čl. 4 odst. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/22/ES ze dne 23 dubna 2009 o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů (Úř. věst. 2009, L 110, s. 30), naposledy pozměněné nařízením (EU) 2018/302 (Úř. věst. 2018, L60I, s. 1),

[...]“

## II. Relevantní vnitrostátní judikatura

1. Pokud je známo, nebyla ohledně § 11 PAngV, který nabyl účinnosti dne 28. května 2022, vydána žádná soudní rozhodnutí, která se zabývala otázkami, jež jsou relevantní v projednávané věci.

[bližší objasnění] [*omissis*]

2. Na otázku, jaké důsledky má případné porušení § 11 odst. 1 PAngV ze strany podnikatele, lze na základě vnitrostátní judikatury odpovědět v tom smyslu, že obchodní praktika, která je v rozporu s § 11 odst. 1 PAngV, může podle § 5a odst. 1 až 3 a § 5b odst. 4 UWG představovat nekalé jednání, takže oprávněné subjekty, jako je žalobce, mohou proti dotyčnému podnikateli na základě UWG podat žalobu.

[bližší objasnění] [*omissis*]

## C. (unijní právní rámec)

### I. relevantní ustanovení unijního práva

1. směrnice 98/6/ES (směrnice o označování cen)

**„Článek 1 [Oblast působnosti]**

Účelem této směrnice je stanovit označování prodejní ceny a jednotkové ceny výrobků nabízených obchodníky spotřebitelům, aby se tak zlepšila informovanost spotřebitelů a usnadnilo porovnávání cen.

[...]

### **Článek 6a [Oznámení o slevě z ceny]**

1. Veškerá oznámení o slevě z ceny musí uvádět předchozí cenu, kterou obchodník uplatňoval po určité období před uplatněním slevy z ceny.

2. Předchozí cenou se rozumí nejnižší cena, kterou obchodník uplatňoval během období ne kratšího než 30 dnů před uplatněním slevy z ceny.

[...]

## 2. Směrnice 2005/29/ES (směrnice o nekalých obchodních praktikách)

### **„Článek 2 Definice**

Pro účely této směrnice se rozumí:

[...]

d) „obchodními praktikami vůči spotřebiteli“ (dále také jen „obchodní praktiky“) jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli;

[...]

k) „rozhodnutím o obchodní transakci“ rozhodnutí spotřebitele o tom, zda, jak a za jakých podmínek produkt koupí, zaplatí za něj najednou nebo částečně, ponechá si jej nebo se jej zbaví anebo ve vztahu k němu uplatní právo vyplývající ze smlouvy, ať již se spotřebitel rozhodne jednat nebo zdržet se jednání;

[...]

### **Článek 3 Oblast působnosti**

1. Tato směrnice se vztahuje na nekalé obchodní praktiky vůči spotřebitelům, jak je stanoveno v článku 5, před obchodní transakcí týkající se produktu, v jejím průběhu a po ní.

[...]



4. V případě rozporu mezi ustanoveními této směrnice a jinými pravidly Společenství, která upravují určité aspekty nekalých obchodních praktik, jsou tato jiná pravidla Společenství pro tyto určité aspekty rozhodná a použijí se.

[...]

#### **Článek 4 Vnitřní trh**

Členské státy neomezí svobodu poskytování služeb ani volný pohyb zboží z důvodů spadajících do oblasti, kterou tato směrnice sbližuje.

[...]

#### **Článek 6 Klamavá jednání**

1. Obchodní praktika je považována za klamavou, pokud obsahuje nesprávné informace, a je tedy nepravdivá, nebo pokud jakýmkoli způsobem, včetně celkového předvedení, uvádí nebo je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl ve vztahu k jednomu nebo k více z níže uvedených bodů, i když informace jsou věcně správné, což v obou případech vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil:

[...]

d) cena nebo způsob výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody;

[...]

#### **Článek 7 Klamavá opomenutí**

1. Obchodní praktika je považována za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést závažné informace, které v dané souvislosti průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí o obchodní transakci, čímž způsobí nebo může způsobit, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

2. Za klamavé opomenutí je také považováno, pokud obchodník závažné informace uvedené v odstavci 1 zatají nebo poskytne nejasným, nesrozumitelným nebo dvojznačným způsobem nebo v nevhodný čas vzhledem k okolnostem popsaným v uvedeném odstavci anebo neuvede obchodní záměr obchodní praktiky, není-li patrný ze souvislosti a pokud to v obou případech vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

3. Pokud sdělovací prostředek, jímž se obchodní praktika šíří, klade omezení na prostor a čas, je třeba při rozhodování o tom, zda došlo k opomenutí informací, vzít v úvahu tato omezení i veškerá opatření, která obchodník přijal k zajištění přístupu spotřebitelů k informacím jinými prostředky.

[...]

5. Požadavky na informace stanovené právními předpisy Společenství v souvislosti s obchodní komunikací, včetně reklamy a uvádění na trh, jejichž demonstrativní výčet je uveden v příloze II, jsou považovány za podstatné.

[...]“

## II. Výklad unijního práva

1. Výklad čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen vyvolává otázky ohledně rozsahu působnosti právní úpravy, která je v něm obsažena.

Cílem tohoto ustanovení, stejně jako celé směrnice o označování cen, je podle jejího článku 1 a bodů 1 a 2 odůvodnění zajistit, aby byly spotřebitelům poskytnuty přesné a jednoznačné informace o výrobcích, které jsou jim nabízeny. Odůvodnění příslušných právních aktů, které jsou podle čl. 296 druhého pododstavce SFEU součástí unijního práva, neposkytuje bližší objasnění jejich cílů, které je relevantní pro výklad čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen. Odůvodnění právní úpravy zavedené čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen neobsahuje ani odůvodnění směrnice o označování cen, ani odůvodnění směrnice (EU) 2019/2161 (tzv. směrnice Omnibus, kterou byl článek 6a vložen do směrnice o označování cen). Informace o kontextu daného ustanovení neposkytuje ani historie jeho vzniku, jak vyplývá z legislativních podkladů [*omissis*].

Komise v „pokynech k výkladu a uplatňování článku 6a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli“, sdělení Komise 2021/C 526/02, zveřejněných dne 29. prosince 2021, objasnila, jak je podle jejího – nezávazného [viz Komise, *op. cit.*, s. 131 dole; viz též rozsudek Soudního dvora ze dne 13. prosince 2012, *Expedia Inc. v. Autorité de la concurrence a další*, C-226/11, (bod 24 a násl.)] – názoru třeba dané ustanovení uplatňovat. Uvádí se v nich (viz Komise, *op. cit.*, s. 135 uprostřed):

„V souladu s tím musí být sleva z ceny prezentována s použitím uvedené ‚předchozí‘ ceny jako ceny referenční, tj. jakákoliv uvedená procentuální sleva z ceny musí být založena na ‚předchozí‘ ceně stanovené v souladu s článkem 6a:

- Pokud je například oznámení o slevě z ceny ‚50 % sleva‘ a nejnižší cena za předchozích 30 dní byla 100 EUR, bude prodejce muset

prezentovat jako „předchozí“ cenu 100 EUR, ze kterých se vypočítá 50 % snížení, nehledě na to, že poslední prodejní cena zboží byla 160 EUR.“

Žalobce tento závěr považuje za správný a domnívá se, že je v souladu s cílem sledovaným čl. 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen, kterým je co nejtransparentnější prezentace propagované cenové výhody. Tento aspekt je i v odborné literatuře považován přinejmenším za hodný zřetele [*omissis*].

Naproti tomu žalovaná považuje názor Komise za nesprávný. Může se dovolávat názorů uváděných v odborné literatuře, které byly zmíněny již výše v oddílu B II 1 a poukazují na skutečnost, že toto ustanovení pouze zakládá další informační povinnost, ale neobsahuje žádný požadavek na ztvárnění reklamy [*omissis*].

Vyřešení tohoto rozporu je cílem první předběžné otázky.

Žalobce má mimoto za to, že reklamní sdělení, která prezentují nabídkovou cenu jako obzvláště cenově výhodnou, se musí vztahovat k nejnižší ceně za posledních 30 dní zjištěné podle čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen, a k tomuto chápání daného ustanovení dospívá na základě cíle uvedené úpravy, kterým je zamezit pohrávání si s cenami. Odpověď na tuto otázku je předmětem druhé předběžné otázky.

2. Naproti tomu výklad případně použitelných ustanovení směrnice o nekalých obchodních praktikách se jeví jako jasný. V tomto ohledu lze odkázat na vylíčení příslušné vnitrostátní judikatury uvedené výše v oddílu B II 2, která již zohledňuje požadavky unijního práva týkající se uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách v konkrétních případech, které v konečném důsledku přísluší vnitrostátním soudům, a jejího vztahu k požadavkům stanoveným směrnicí o označování cen.

#### D. (návrh rozhodnutí)

Podle předkládajícího senátu je třeba na obě předložené předběžné otázky odpovědět záporně.

Článek 6a odst. 1 a 2 směrnice o označování cen podle svého znění upravuje pouze to, kdy a za jakých podmínek (podle čl. 6a odst. 1 směrnice o označování cen konkrétně při veškerých oznámeních o slevě z ceny) musí být poskytnuty jaké informace (konkrétně předchozí cena zjištěná podle čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen). Naproti tomu způsob, jakým mají být tyto informace poskytnuty, není stanoven ani v článku 6a, ani v jiném ustanovení této směrnice. V tom se daná právní úprava odlišuje od požadavků, které jsou ve směrnici o označování cen obsaženy ohledně označování prodejní ceny a jednotkové ceny, které podle čl. 4 odst. 1 první věty této směrnice musí být „jednoznačné, snadno rozpoznatelné a dobře čitelné“.

S ohledem na výše uvedené není stanovisko žalobce k první předběžné otázce, ohledně něhož se může opřít o názor Komise a které je v pokynech Komise vyjádřeno v tom smyslu, že jako referenční hodnota pro výpočet cenové výhody musí být za všech okolností použita předchozí cena zjištěná podle čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen, v souladu s koncepcí právní úpravy obsažené v této směrnici, která se až na několik výjimek omezuje na stanovení toho, kdy musí být spotřebiteli poskytnuty jaké informace. Předkládající senát má proto za to, že na otázku, zda byly spotřebiteli řádně poskytnuty informace požadované směrnicí o označování cen, je spíše třeba odpovědět na základě článků 6 a 7 směrnice o nekalých obchodních praktikách, které upravují tuto problematiku, a to v rozsahu, v jakém ve směrnici o označování cen nejsou upraveny zvláštní aspekty poskytování informací, což však neplatí pro oblast, na kterou se vztahuje článek 6a směrnice o označování cen. To nevylučuje, že uvedení procentního údaje, který se nevztahuje k předchozí ceně zjištěné v souladu s čl. 6a odst. 2 směrnice o označování cen, je v konkrétních případech nekalé. Nekalá povaha by však nevyplývala již z pouhé skutečnosti, že byl uveden takový procentní údaj, nýbrž z posouzení, které zohledňuje celkové ztvárnění reklamy, provedeného na základě požadavků vyplývajících z článků 6 a 7 směrnice o nekalých obchodních praktikách.

Výše uvedené úvahy platí obdobně, pokud jde o druhou předběžnou otázku. Tato otázka se ještě větší měrou než první předběžná otázka týká přípustnosti používání běžných reklamních technik při oznamování slev z ceny, kterou je vzhledem k absenci zvláštní úpravy těchto aspektů ve směrnici o označování cen vhodné posoudit na základě požadavků vyvozených ze směrnice o nekalých obchodních praktikách.

E. [relevantnost předběžných otázek pro rozhodnutí projednávané věci a jejich objasnění (z hlediska dopadů možných odpovědí na tyto otázky na vyřešení sporu)]

Úspěch žaloby závisí na odpovědích na předložené předběžné otázky. Žaloba je přípustná, avšak v plném rozsahu je opodstatněná pouze v případě, že je na předložené předběžné otázky třeba odpovědět ve smyslu, který navrhuje žalobce – a tedy kladně.

I. Žaloba je přípustná. [bližší objasnění] [*omissis*]

II. Opodstatněnost návrhových žádání žalobce závisí na odpovědích na předběžné otázky.

1. V případě kladné odpovědi na první předběžnou otázku by první návrhové žádání žalobce bylo opodstatněné.

[bližší objasnění] [*omissis*]

2. Naopak v případě záporné odpovědi na první předběžnou otázku by první návrhové žádání žalobce bylo neopodstatněné.

[bližší objasnění] [*omissis*]

3. Druhé návrhové žádání žalobce by bylo opodstatněné, pokud by odpověď na druhou předběžnou otázku byla kladná. [bližší objasnění] [*omissis*]

4. Naopak v případě záporné odpovědi na druhou předběžnou otázku by druhé návrhové žádání žalobce bylo neopodstatněné.

[bližší objasnění] [*omissis*]

F. (účelnost předložení žádosti o rozhodnutí o předběžné otázce)

Zdá se, že je namístě využít možnosti uvedené v čl. 267 prvním a druhém pododstavci SFEU, která umožňuje přerušit řízení již v prvním stupni a předložit Soudnímu dvoru Evropské unie předběžné otázky, které jsou relevantní pro rozhodnutí projednávané věci.

[bližší objasnění] [*omissis*]

PRACOVNÍ DOKUMENT

Reprodukcce vyobrazení

Vyobrazení 1

**Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.**

## UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

**DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!**



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

**-28%**  
**0.99** 1.39

Letzter Verkaufspreis, Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 0.99



**Große Früchte**

**Rain forest 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 LIEBLINGE 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: 3.33



**GUT bio**

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

**-23%**  
**1.29** 1.69

Letzter Verkaufspreis, Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.29



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

**-21%**  
**1.49** 1.89

Letzter Verkaufspreis, Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



**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

**BIS ZU -28% SPAREN.**

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

Vyobrazení 2



Vyobrazení 3



[omissis]

PRACOVNÍ DOKUMENT