

**Υπόθεση C-330/23**

**Αίτηση προδικαστικής αποφάσεως**

**Ημερομηνία κατάθεσης:**

25 Μαΐου 2023

**Αιτούν δικαστήριο:**

Landgericht Düsseldorf (Γερμανία)

**Ημερομηνία της αποφάσεως του αιτούντος δικαστηρίου:**

19 Μαΐου 2023

**Ενάγουσα:**

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

**Εναγομένη:**

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

---

[παραλειπόμενα]

38 O 182/22

[παραλειπόμενα]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

ΔΙΑΤΑΞΗ

Επί της διαφοράς

της Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. (ένωσης προστασίας καταναλωτών του ομόσπονδου κράτους Βάδης-Βυρτεμβέργης, Γερμανία) [...],

ενάγουσας,

[παραλειπόμενα]

κ α τ ά

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

εναγομένης,

[παραλειπόμενα]

το 8ο τμήμα εμπορικών διαφορών του Landgericht Düsseldorf (πρωτοδικείου Ντίσελντορφ, Γερμανία) [παραλειπόμενα]

εξέδωσε την ακόλουθη διάταξη:

Αναστέλλει την ενώπιόν του διαδικασία.

Υποβάλλει στο Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα σχετικά με την ερμηνεία του άρθρου 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές (ΕΕ L 80, σ. 27· στο εξής: οδηγία περί αναγραφής τιμών), όπως τροποποιήθηκε πλέον πρόσφατα με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Νοεμβρίου 2019, για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών (λεγόμενη οδηγία Omnibus, ΕΕ L 328, σ. 7):

1. Έχει το άρθρο 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών την έννοια ότι ένα ποσοστό που αναγράφεται σε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής πρέπει να αναφέρεται αποκλειστικά στην προγενέστερη τιμή κατά την έννοια του άρθρου 6α, παράγραφος 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών;
2. Έχει το άρθρο 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών την έννοια ότι η διαφημιστική έμφαση με την οποία υπογραμμίζεται το πλεονέκτημα τιμής σε μια προσφορά (όπως παραδείγματος χάριν ο χαρακτηρισμός της τιμής ως «τιμή-highlight»), όταν χρησιμοποιείται σε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής, πρέπει να αναφέρεται στην προγενέστερη τιμή κατά την έννοια του άρθρου 6α, παράγραφος 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών;

#### Σκεπτικό

##### A. (Αντικείμενο και πραγματικά περιστατικά της διαφοράς της κύριας δίκης)

Η ενάγουσα είναι καταχωρισμένη στον κατάλογο νομιμοποιούμενων φορέων του άρθρου 4 του UKlaG (Unterlassungsklagengesetz, νόμου περί αγωγών παραλείψεως) και στρέφεται κατά της εναγομένης λόγω μιας διαφήμισης που κατά την άποψή της θίγει τα συμφέροντα των καταναλωτών. Η εναγομένη ανήκει στον όμιλο επιχειρήσεων ALDI SÜD. Έχει την ευθύνη της προς τα έξω διαφημιστικής επικοινωνίας του ομίλου και καταρτίζει κάθε εβδομάδα ενημερωτικά φυλλάδια τα οποία εκδίδει σε έγχαρτη μορφή και καθιστά διαθέσιμα

στο διαδίκτυο. Στα ενημερωτικά φυλλάδια παρουσιάζει, μεταξύ άλλων, προσφορές από το φάσμα προϊόντων των καταστημάτων του ομίλου.

Το ενημερωτικό φυλλάδιο που προοριζόταν για την 42η ημερολογιακή εβδομάδα (από την 17η έως την 22α Οκτωβρίου 2022) παρουσίαζε σε μια [παραλειπόμενα] σελίδα υπό τον τίτλο «ΤΑ ΕΞΙ ΦΡΕΣΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΑΙΣΘΗΣΗ ΣΕ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΣΕΝΑ» έξι τρόφιμα, σε καθένα από τα οποία αντιστοιχούσε ένα λευκό ορθογώνιο σε οριζόντια θέση με στρογγυλεμένες γωνίες (πινακίδα τιμής). Στις πινακίδες τιμής αναγράφονταν δύο τιμές, ήτοι στο μέσον μία μεγαλύτερου μεγέθους με αστερίσκο και στην κάτω δεξιά γωνία μία μικρότερου μεγέθους, διαγεγραμμένη. Κάθε μία από τις εν λόγω πινακίδες τιμής επικαλυπτόταν εν μέρει από γραφική παράσταση προσέλκυσης της προσοχής η οποία έφερε λωρίδες σε χρώμα κατά τη σειρά μαύρο, κόκκινο και χρυσό. Η γραφική αυτή παράσταση περιείχε στην περίπτωση του «ανανά Rainforest Alliance» τη φράση «τιμή-highlight» και στα λοιπά τρόφιμα την αναγραφή ποσοστού μείωσης της τιμής. Κάτω από κάθε πινακίδα τιμής υπήρχε το εξής κείμενο: «Τελευταία τιμή πώλησης. Χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών: [...]». Οι αναγραφόμενες τιμές ήταν, παραδείγματος χάριν, στην περίπτωση του ανανά «1.49\*» και «1.69» στην πινακίδα τιμής και «1.39» στο τέλος του κειμένου κάτω από την πινακίδα τιμής. Στην περίπτωση των «βιολογικών μπανανών Fairtrade» το αναγραφόμενο ποσοστό ήταν «-23%» και οι τρεις αναγραφόμενες τιμές «1.29\*», «1.69» και «1.29». Σχετικά με τη συνολική εικόνα της σελίδας του ενημερωτικού φυλλαδίου γίνεται παραπομπή στην εικόνα 1 που παρατίθεται σε συνέχεια του σκεπτικού και η οποία αντιστοιχεί σε υπό σμίκρυνση παρουσίαση του παραρτήματος Κ 2 χωρίς τη σήμανση που έχει εισαχθεί από την ενάγουσα. Σχετικά με λεπτομέρειες της παρουσίασης των δύο αμφισβητούμενων προσφορών γίνεται παραπομπή στις εικόνες 1 και 2. Η ένδειξη που παριστάται με τον αστερίσκο επεξηγείται σε μία από τις επόμενες σελίδες του ενημερωτικού φυλλαδίου ως εξής: «Παρακαλούμε να προσέξετε ότι τα προϊόντα αυτά είναι διαθέσιμα σε περιορισμένο αριθμό και για τον λόγο αυτό μπορεί κάποια στιγμή κατά τη διάρκεια της προωθητικής ενέργειας να εξαντληθούν». Όλα τα προϊόντα είναι χωρίς διακόσμηση. Τα προϊόντα συνοδεύονται εν μέρει από προτάσεις σερβιρίσματος».

Η τιμή των χύμα βιολογικών μπανανών Fairtrade στα καταστήματα του ομίλου ανερχόταν τουλάχιστον από τα μέσα Σεπτεμβρίου σταθερά σε 1,69 ευρώ/kg με εξαίρεση την εβδομάδα από 19 έως 24 Σεπτεμβρίου, κατά την οποία για τις μπανάνες ίσχυε τιμή μειωμένη στα 1,29 ευρώ/kg. Για τον ανανά Rainforest Alliance ίσχυαν κατά τις πέντε εβδομάδες πριν την έναρξη της προσφοράς (ημερολογιακές εβδομάδες 37 έως 42) τιμές μονάδας μεταξύ 1,39 και 1,79 ευρώ. Η τιμή κατά την εβδομάδα πριν από την έναρξη της προσφοράς ανερχόταν σε 1,69 ευρώ.

Η ενάγουσα θεωρεί τη διαφήμιση σε σχέση με τις μπανάνες και τον ανανά αθέμιτη, όχλησε για τον λόγο αυτό την εναγομένη με έγγραφο, το οποίο συνέταξε δικηγόρος, και ζήτησε –ανεπιτυχώς και στις δύο περιπτώσεις– την απόδοση ενός

κατ' αποκοπήν ποσού ύψους 243,51 ευρώ για τις δαπάνες στις οποίες υποβλήθηκε.

Στην επ' ακροατηρίου συζήτηση η ενάγουσα διευκρίνισε ότι το πρώτο αίτημα της αγωγής της αναφέρεται μόνον στη διαφήμιση των μπανανών και το συμπλήρωσε με ρητή αναφορά σε αυτές. Κατόπιν αυτών η ενάγουσα ζητεί από το δικαστήριο

- I. να υποχρεωθεί η εναγομένη, επ' απειλή ειδικότερα καθοριζόμενων μέτρων καταναγκασμού, να παύσει να προβαίνει, η ίδια ή μέσω τρίτων, σε διαφήμιση προς τους καταναλωτές για την πώληση τροφίμων με εκπτώσεις υπό τη μορφή ποσοστιαίας μείωσης, όπως συνέβη κατά το παράρτημα K2 (μπανάνες [παραλειπόμενα]), όταν αυτή η κατά ποσοστό αναγραφόμενη έκπτωση δεν αναφέρεται στη χαμηλότερη τιμή την οποία ζήτησε η εναγομένη κατά τις τελευταίες 30 ημέρες πριν από τη μείωση της τιμής·
- II. να υποχρεωθεί η εναγομένη, επ' απειλή ειδικότερα καθοριζόμενων μέτρων καταναγκασμού, να παύσει να προβαίνει, η ίδια ή μέσω τρίτων, σε διαφήμιση προς τους καταναλωτές για την πώληση τροφίμων με εκπτώσεις υπό τον χαρακτηρισμό «τιμή-highlight» και με αναγραφή μιας προγενέστερης τιμής, όπως συνέβη κατά το παράρτημα K 2 (ανανάς [παραλειπόμενα]), όταν αυτή η χαρακτηριζόμενη ως «τιμή-highlight» τιμή είναι υψηλότερη από τιμή, την οποία ζήτησε η εναγομένη κατά τις τελευταίες 30 ημέρες πριν από τη μείωση της τιμής·
- III. να υποχρεωθεί περαιτέρω η εναγομένη να της καταβάλει το ποσόν των 243,51 ευρώ πλέον τόκων, υπολογιζόμενων με το βασικό επιτόκιο προσαυξημένο κατά πέντε ποσοστιαίες μονάδες, από την επέλευση της εκκρεμοδικίας (1η Δεκεμβρίου 2022).

Η εναγομένη ζητεί

την απόρριψη της αγωγής.

Ισχυρίζεται ότι κατά την 42η ημερολογιακή εβδομάδα ένας ανταγωνιστής προσέφερε επίσης ανανά (χωρίς ωστόσο την πιστοποίηση της Rainforest Alliance) στην τιμή των 1,49 ευρώ. Όλοι οι λοιποί ανταγωνιστές ζητούσαν υψηλότερο τίμημα.

## B. (εθνικό νομικό πλαίσιο)

### I. Διατάξεις του εθνικού δικαίου

1. Preisangabenverordnung (κανονισμός περί αναγραφής των τιμών, PAngV) της 12ης Νοεμβρίου 2021

**«Άρθρο 1 Πεδίο εφαρμογής· βασική αρχή**

(1) Ο παρών κανονισμός ρυθμίζει την αναγραφή των τιμών για αγαθά ή υπηρεσίες που παρέχονται από επιχειρηματίες σε καταναλωτές.

[...]

### **Άρθρο 3 Υποχρέωση αναγραφής της συνολικής τιμής**

(1) Όποιος, ως επιχειρηματίας, προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες σε καταναλωτές ή, ως προσφέρων προϊόντα ή υπηρεσίες, προβαίνει σε διαφήμιση προς τους καταναλωτές αναγράφοντας τις τιμές, οφείλει να αναγράφει τις συνολικές τιμές.

[...]

### **Άρθρο 11 Πρόσθετη υποχρέωση αναγραφής τιμής επί μειώσεων της τιμής προϊόντων**

(1) Όποιος υποχρεούται να αναγράφει τη συνολική τιμή, οφείλει να γνωστοποιεί στους καταναλωτές, σε κάθε ανακοίνωση περί μείωσης της τιμής προϊόντος, τη χαμηλότερη συνολική τιμή που εφάρμοσε έναντι των καταναλωτών εντός των τελευταίων 30 ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.

[...]»

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (νόμος κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, UWG)

### **Άρθρο 1 Σκοπός του νόμου· πεδίο εφαρμογής**

[...]

(2) Διατάξεις που ρυθμίζουν ειδικά ζητήματα αθέμιτων εμπορικών πρακτικών υπερισχύουν, όσον αφορά την εκτίμηση κατά πόσον υπάρχει αθέμιτη εμπορική πρακτική, των διατάξεων του παρόντος νόμου.

[...]

### **Άρθρο 2 Ορισμοί**

(1) Κατά την έννοια του παρόντος νόμου νοείται ως

1. «απόφαση συναλλαγής» κάθε απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής ή άλλος συναλλασσόμενος για το κατά πόσον, πως και υπό ποιους όρους θα προβεί σε συναλλαγή, θα καταβάλει τίμημα, θα κρατήσει ή θα διαθέσει προϊόν ή υπηρεσία ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος ή της υπηρεσίας, ανεξαρτήτως του εάν ο καταναλωτής ή άλλος συναλλασσόμενος αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια·

2. «εμπορική πρακτική» κάθε πράξη ενός προσώπου προς όφελος της δικής του ή τρίτης επιχείρησης, πριν, κατά ή μετά τη σύναψη μιας εμπορικής συναλλαγής, άμεσα και αντικειμενικά συνδεδεμένη με την προώθηση της πώλησης ή της προμήθειας προϊόντων ή υπηρεσιών ή με τη σύναψη ή την εκτέλεση σύμβασης για αγαθά ή υπηρεσίες· στα αγαθά περιλαμβάνονται επίσης τα ακίνητα και το ψηφιακό περιεχόμενο, στις υπηρεσίες περιλαμβάνονται επίσης οι ψηφιακές υπηρεσίες και τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις·

[...]

### **Άρθρο 3 Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών**

- (1) Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

[...]

### **Άρθρο 5 Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές**

- (1) Αθέμιτα ενεργεί όποιος μετέρχεται παραπλανητική εμπορική πρακτική η οποία είναι ικανή να οδηγήσει τον καταναλωτή ή άλλον συναλλασσόμενο να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα λάμβανε.

- (2) Η εμπορική πρακτική είναι παραπλανητική όταν περιλαμβάνει αναληθείς πληροφορίες ή άλλες παραπλανητικές πληροφορίες ως προς ένα ή περισσότερα από τα ακόλουθα στοιχεία:

[...]

2. τον λόγο της πώλησης, όπως την ύπαρξη ειδικής πλεονεκτικής τιμής, την τιμή ή τον τρόπο υπολογισμού της ή τους όρους παράδοσης του αγαθού ή παροχής της υπηρεσίας·

[...]

### **Άρθρο 5α Παραπλάνηση διά παραλείψεως**

- (1) Αθέμιτα ενεργεί επίσης όποιος παραπλανά καταναλωτή ή άλλον συναλλασσόμενο παραλείποντας να του παράσχει μια ουσιώδη πληροφορία

1. που χρειάζεται ο καταναλωτής ή άλλος συναλλασσόμενος, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής και
2. η παράλειψη παροχής της οποίας είναι ικανή να οδηγήσει τον καταναλωτή ή άλλον συναλλασσόμενο στο να λάβει μια απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα λάμβανε.

- (2) Ως παράλειψη νοείται επίσης

1. η απόκρυψη ουσιωδών πληροφοριών,
  2. η παροχή ουσιωδών πληροφοριών κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο ή διαφορούμενο καθώς και
  3. η μη έγκαιρη παροχή ουσιωδών πληροφοριών.
- (3) Κατά την αξιολόγηση του κατά πόσον έχουν παραλειφθεί ουσιώδεις πληροφορίες πρέπει να λαμβάνονται υπόψη:
1. περιορισμοί τόπου ή χρόνου λόγω των μέσων επικοινωνίας που έχουν επιλεγεί για την εμπορική πρακτική και
  2. όλα τα μέτρα που λαμβάνει ο επιχειρηματίας για να καταστήσει τις πληροφορίες διαθέσιμες στον καταναλωτή ή σε άλλο συναλλασσόμενο με άλλο τρόπο εκτός των μέσων επικοινωνίας που έχουν επιλεγεί για την εμπορική πρακτική.

[...]

#### **Άρθρο 5b Ουσιώδεις πληροφορίες**

[...]

(4) Ουσιώδεις, κατά την έννοια του άρθρου 5a, παράγραφος 1, είναι και οι πληροφορίες οι οποίες πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή βάσει ενωσιακών κανονισμών ή διατάξεων οι οποίες έχουν θεσπισθεί για τη μεταφορά στην εσωτερική έννομη τάξη ενωσιακών οδηγιών σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, περιλαμβανομένων της διαφήμισης και του μάρκετινγκ.

[...]

#### **Άρθρο 8 Άρση και παράλειψη**

(1) Όποιος μετέρχεται αθέμιτη εμπορική πρακτική κατά την έννοια των άρθρων 3 και 7 δύναται να εναχθεί προς άρση ή, σε περίπτωση κινδύνου επανάληψης της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής στο μέλλον, προς παράλειψή της. Η αξίωση προς παράλειψη γεννάται και στην περίπτωση που υπάρχει απειλή τέτοιας πρακτικής κατά παράβαση των άρθρων 3 ή 7.

(3) Δικαιούχοι των αξιώσεων της παραγράφου 1 είναι:

[...]

3. νομιμοποιούμενοι φορείς οι οποίοι είναι καταχωρισμένοι στον κατάλογο νομιμοποιούμενων φορέων του άρθρου 4 του Unterlassungsklagengesetz (νόμου περί αγωγών παραλείψεως) ή

νομιμοποιούμενοι φορείς από άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίοι είναι καταχωρισμένοι στον κατάλογο που καταρτίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά το άρθρο 4, παράγραφος 3, της οδηγίας 2009/22/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2009, περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών (EE L 110 της 1.5.2009, σ. 30), όπως τροποποιήθηκε πλέον πρόσφατα με τον κανονισμό (ΕΕ) 2018/302 (EE L 601 της 2.3.2018, σ. 1),

[...]»

## II. Σχετική εθνική νομολογία

1. Επί του άρθρου 11 του PAngV (Preisangabenverordnung, κανονισμού περί αναγραφής των τιμών), ο οποίος τέθηκε σε ισχύ την 28η Μαΐου 2022, δεν έχουν εκδοθεί ακόμη –εξ όσων είναι γνωστά– δικαστικές αποφάσεις οι οποίες αποφαίνονται σχετικά με τα ερωτήματα που τίθενται στην υπό κρίση υπόθεση.

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

2. Στο ερώτημα, ποιες συνέπειες επισύρει η παραβίαση του άρθρου 11, παράγραφος 1, του PAngV (Preisangabenverordnung, κανονισμού περί αναγραφής των τιμών) εκ μέρους μιας επιχείρησης, μπορεί βάσει της εθνικής νομολογίας να δοθεί η απάντηση ότι μια εμπορική πρακτική που παραβιάζει το άρθρο 11, παράγραφος 1, του PAngV (Preisangabenverordnung, κανονισμού περί αναγραφής των τιμών), μπορεί να θεωρηθεί αθέμιτη σύμφωνα με τα άρθρα 5a, παράγραφοι 1 έως 3, 5b, παράγραφος 4, του UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού), με αποτέλεσμα νομιμοποιούμενοι φορείς όπως η ενάγουσα να μπορούν να στραφούν κατά της εν λόγω επιχείρησης δυνάμει του UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού).

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

## Γ. (Το νομικό πλαίσιο της Ένωσης)

### I. Σχετικές διατάξεις του δικαίου της Ένωσης

#### 1. Οδηγία 98/6/EK (Οδηγία περί αναγραφής τιμών)

##### **«Άρθρο 1 [Πεδίο εφαρμογής]**

Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές, προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.



[...]

**Άρθρο 6α [Ανακοίνωση περί μείωσης τιμής]**

(1) Σε κάθε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής υποδεικνύεται η προγενέστερη τιμή που εφάρμοζε ο έμπορος για καθορισμένο χρονικό διάστημα πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.

(2) Ως προγενέστερη τιμή νοείται η χαμηλότερη τιμή που εφάρμοσε ο έμπορος κατά τη διάρκεια χρονικού διαστήματος όχι συντομότερο των 30 ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.

[...]

**2. Οδηγία 2005/29/EK (Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές)****«Άρθρο 2 Ορισμοί**

Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας νοούνται ως:

[...]

δ) “εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές” (οι οποίες αναφέρονται στο εξής και ως «εμπορικές πρακτικές»): κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός εμπορευομένου, άμεσα συνδεδεμένη με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές:

[...]

ια) “απόφαση συναλλαγής”: απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το κατά πόσον, πώς και υπό ποιους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά, θα καταβάλει τίμημα πλήρως ή εν μέρει, θα κρατήσει ή θα διαθέσει προϊόν ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος, είτε ο καταναλωτής αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια είτε όχι:

[...]

**Άρθρο 3 Πεδίο εφαρμογής**

(1) Η παρούσα οδηγία ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, όπως αυτές θεσπίζονται στο άρθρο 5, πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζόμενη με ένα συγκεκριμένο προϊόν.

[...]

(4) Σε περίπτωση σύγκρουσης των διατάξεων της παρούσας οδηγίας με άλλους κοινοτικούς κανόνες που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι τελευταίοι επικρατούν και εφαρμόζονται επί των πτυχών αυτών.

[...]

#### **Άρθρο 4 Εσωτερική αγορά**

Τα κράτη μέλη δεν περιορίζουν ούτε την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών ούτε την ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών για λόγους που εμπίπτουν στον τομέα όπου επιδιώκεται η προσέγγιση της νομοθεσίας μέσω της παρούσας οδηγίας.

[...]

#### **Άρθρο 6 Παραπλανητικές πράξεις**

(1) Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι επομένως αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίασής της, εξαπατά ή ενδέχεται να εξαπατήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε:

[...]

δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής πλεονεκτικής τιμής

[...]

#### **Άρθρο 7 Παραπλανητικές παραλείψεις**

(1) Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

(2) Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο εμπορευόμενος αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην

παράγραφο 1, λαμβανομένων υπόψη των ζητημάτων που περιγράφονται στην εν λόγω παράγραφο, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.

(3) Όταν το μέσο που χρησιμοποιείται για την ανακοίνωση της εμπορικής πρακτικής επιβάλλει περιορισμούς τόπου ή χρόνου, οι περιορισμοί αυτοί καθώς και τα μέτρα που λαμβάνει ο εμπορευόμενος για να καταστήσει την πληροφορία προσιτή στους καταναλωτές με άλλο τρόπο, λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να καθοριστεί αν η πληροφορία έχει παραλειφθεί.

[...]

(5) Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που θεσπίζονται από το κοινοτικό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης ή του μάρκετινγκ, των οποίων ενδεικτικός κατάλογος περιλαμβάνεται στο παράρτημα II, θεωρούνται ουσιώδεις.

[...]»

## II. Ερμηνεία του δικαίου της Ένωσης

1. Η ερμηνεία του άρθρου 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών εγείρει ερωτήματα ως προς την εμβέλεια της ρύθμισης που θεσπίζεται με τη διάταξη αυτή.

Η εν λόγω διάταξη, αλλά και η οδηγία περί αναγραφής τιμών στο σύνολό της, όπως προκύπτει από το άρθρο 1 και από τις αιτιολογικές σκέψεις 1 και 2 της οδηγίας, αποσκοπεί να διασφαλίσει την ακριβή και σαφή ενημέρωση των καταναλωτών επί των προϊόντων που τους προσφέρονται. Από τις αιτιολογικές σκέψεις των κρίσιμων νομικών πράξεων, οι οποίες σύμφωνα με το άρθρο 296, παράγραφος 2, της ΣΛΕΕ αποτελούν μέρος του δικαίου της Ένωσης, δεν προκύπτουν, προς τον σκοπό ερμηνείας του άρθρου 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών, περαιτέρω διευκρινίσεις σχετικά με τον σκοπό της διάταξης. Οι αιτιολογικές σκέψεις της οδηγίας περί αναγραφής τιμών και οι αιτιολογικές σκέψεις της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 (λεγόμενης οδηγίας Omnibus, με την οποία εισήχθη το άρθρο 6α στην οδηγία περί αναγραφής τιμών) δεν περιέχουν αιτιολογία σχετικά με τη ρύθμιση του άρθρου 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών. Από το ιστορικό θέσπισης της διάταξης, όπως μπορεί να γίνει αντιληπτό από το υλικό τεκμηρίωσης, δεν προκύπτουν επίσης διευκρινίσεις σχετικά με τον δικαιολογητικό λόγο της ρύθμισης ([παραλειπόμενα]).

Στις δημοσιευθείσες στις 29 Δεκεμβρίου 2021 «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την ερμηνεία και την εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας 98/6/ΕΚ του

Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές», ανακοίνωση της Επιτροπής 2021/C-526/02, η Επιτροπή διευκρίνισε με ποιον τρόπο κατά τη δική της, μη δεσμευτική (πρβλ. Επιτροπή, όπ.π. σ. 131 στο τέλος· βλ. επίσης ΔΕΕ, απόφαση της 13ης Δεκεμβρίου 2012 – C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence κ.λπ. [σκέψεις 24 επ.]) άποψη πρέπει να εφαρμόζεται η διάταξη. Στις εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές διαλαμβάνεται (πρβλ. Επιτροπή, όπ.π. σ. 135 στο μέσον):

- «Κατά συνέπεια, η μείωση της τιμής πρέπει να παρουσιάζεται με τη χρήση της αναγραφόμενης “προγενέστερης” τιμής ως αναφορά, δηλαδή κάθε αναγραφόμενη ποσοστιαία μείωση πρέπει να βασίζεται στην “προγενέστερη” τιμή που καθορίζεται σύμφωνα με το άρθρο 6α.
- Για παράδειγμα, όταν η ανακοίνωση μείωσης της τιμής είναι “50 % έκπτωση” και η χαμηλότερη τιμή κατά τις 30 προηγούμενες ημέρες ήταν 100 EUR, ο πωλητής θα πρέπει να παρουσιάσει το ποσό των 100 EUR ως «προγενέστερη» τιμή από την οποία υπολογίζεται η μείωση 50 %, παρά το γεγονός ότι η τελευταία τιμή πώλησης του αγαθού ήταν 160 EUR.»

Η ενάγουσα συντάσσεται με την ως άνω άποψη και θεωρεί ότι αυτή ανταποκρίνεται στον επιδιωκόμενο με το άρθρο 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών σκοπό της παρουσίασης του διαφημιζόμενου πλεονεκτήματος τιμής με τη μεγαλύτερη δυνατή διαφάνεια. Στη βιβλιογραφία θεωρείται επίσης ότι η πτυχή αυτή θα άξιζε τουλάχιστον να εξεταστεί ([παραλειπόμενα]).

Αντιθέτως, η εναγομένη θεωρεί την άποψη της Επιτροπής εσφαλμένη. Μπορεί να επικαλεσθεί τις απόψεις της θεωρίας που ήδη αναφέρθηκαν στο σημείο Β ΙΙ.1 ανωτέρω, οι οποίες επισημαίνουν ότι η διάταξη προβλέπει απλώς μια πρόσθετη υποχρέωση πληροφόρησης, αλλά δεν περιέχει καμία απαίτηση για τη διαμόρφωση της διαφήμισης ([παραλειπόμενα]).

Το πρώτο προδικαστικό ερώτημα αποβλέπει στην επίλυση αυτής της διχογνωμίας.

Η ενάγουσα θεωρεί περαιτέρω ότι προωθητικοί ισχυρισμοί οι οποίοι παρουσιάζουν την τιμή της προσφοράς ως εξαιρετικά χαμηλή θα έπρεπε επίσης να αναφέρονται στην κατά το άρθρο 6α, παράγραφος 2, υπολογιζόμενη χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών και συνάγει αυτήν την ερμηνεία του κανόνα δικαίου από τον σκοπό της ρύθμισης να αποτρέψει την ταλάντευση των τιμών. Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα αποτελεί αντικείμενο του δεύτερου προδικαστικού ερωτήματος.

2. Αντιθέτως, η ερμηνεία των ενδεχομένως εφαρμοστέων διατάξεων της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές φαίνεται ότι έχει αποσαφηνιστεί. Ως προς

αυτό μπορεί να γίνει παραπομπή στη συναφή εθνική νομολογία που παρατίθεται ανωτέρω υπό Β ΙΙ 2, στην οποία έχουν ήδη ληφθεί υπόψη οι κανόνες του δικαίου της Ένωσης περί της εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στη συγκεκριμένη περίπτωση –που τελικά επαφίεται στα εθνικά δικαστήρια– και περί του συνδυασμού τους με τους κανόνες δικαίου της οδηγίας περί αναγραφής τιμών.

#### Δ. (Πρόταση απόφασης)

Κατά την άποψη του δικάζοντος τμήματος και στα δύο προδικαστικά ερωτήματα πρέπει να δοθεί αρνητική απάντηση.

Οι διατάξεις του άρθρου 6α, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών ρυθμίζουν σύμφωνα με το γράμμα τους μόνον τότε και υπό ποιες προϋποθέσεις (ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 6α, παράγραφος 1, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών σε κάθε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής) πρέπει να παρέχονται ποιες πληροφορίες (ειδικότερα η κατά το άρθρο 6α, παράγραφος 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών υπολογιζόμενη προγενέστερη τιμή). Με ποιον τρόπο πρέπει να παρέχονται οι πληροφορίες αυτές δεν καθορίζεται ούτε στο άρθρο 6α ούτε σε άλλο σημείο της οδηγίας περί αναγραφής τιμών. Αυτό διαφοροποιεί τη ρύθμιση από τις επιταγές της οδηγίας περί αναγραφής τιμών σχετικά με την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής, οι οποίες σύμφωνα με το άρθρο 4, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών πρέπει να είναι «σαφείς, ευκόλως αναγνωρίσιμες και ευανάγνωστες».

Στο ως άνω πλαίσιο, η άποψη της ενάγουσας ως προς το πρώτο προδικαστικό ερώτημα, άποψη υπέρ της οποίας η ενάγουσα μπορεί να επικαλεσθεί την Επιτροπή και την οποία εκφράζουν οι κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής αναφέροντας ότι ως σημείο αναφοράς για τον υπολογισμό της πλεονεκτικής τιμής πρέπει να χρησιμοποιείται σε κάθε περίπτωση η κατά το άρθρο 6α, παράγραφος 2, της οδηγίας περί αναγραφής τιμών υπολογιζόμενη προγενέστερη τιμή, δεν ανταποκρίνεται στη ρυθμιστική αντίληψη που διαπνέει την οδηγία περί αναγραφής τιμών, η οποία πλην ελαχίστων εξαιρέσεων περιορίζεται να καθορίσει τότε και ποιες πληροφορίες πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή. Για τον λόγο αυτό το δικάζον τμήμα θεωρεί πιο εύλογο να απαντήσει στο ερώτημα, κατά πόσον οι προβλεπόμενες στην οδηγία περί αναγραφής τιμών πληροφορίες παρασχέθηκαν προσηκόντως στον καταναλωτή, βάσει των άρθρων 6 και 7 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που ρυθμίζουν αυτόν τον θεματικό κύκλο, στο μέτρο που στην οδηγία περί αναγραφής τιμών δεν ρυθμίζονται ειδικές πτυχές της παροχής πληροφοριών, πράγμα που δεν συμβαίνει σε σχέση με το πεδίο που καλύπτεται από το άρθρο 6α της οδηγίας περί αναγραφής τιμών. Συνεπώς δεν αποκλείεται, σε συγκεκριμένη περίπτωση να είναι αθέμιτη η αναγραφή ποσοστού το οποίο δεν αναφέρεται στην βάση του άρθρου 6α της οδηγίας περί αναγραφής τιμών υπολογιζόμενη προγενέστερη τιμή. Ωστόσο, ο αθέμιτος χαρακτήρας δεν θα προέκυπτε ήδη από το γεγονός και μόνον της αναφοράς ενός τέτοιου ποσοστού, αλλά μέσω μιας συνολικής θεώρησης της

διαμόρφωσης της διαφήμισης βάσει των απαιτήσεων των άρθρων 6 και 7 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Οι ανωτέρω εκτιμήσεις ισχύουν αναλόγως και για το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα. Το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα αφορά ακόμη περισσότερο από ότι το πρώτο το επιτρεπτό της χρήσης διαδεδομένων διαφημιστικών τεχνικών σε περίπτωση ανακοίνωσης περί μείωσης τιμής, το οποίο ελλείπει ειδικής ρύθμισης των εν λόγω πτυχών στην οδηγία περί αναγραφής τιμών πρέπει να εκτιμάται προσηκόντως βάσει των διαφοροποιημένων κανόνων δικαίου της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Ε. (Λυσιτέλεια και εξήγηση των [συνεπειών των δυνατών απαντήσεων επί των] προδικαστικών ερωτημάτων [επί της επίλυσης της διαφοράς]).

Η ευδοκίμηση της αγωγής εξαρτάται από την απάντηση επί των προδικαστικών ερωτημάτων. Η αγωγή είναι παραδεκτή, αλλά εν όλω βάσιμη μόνον εάν στα προδικαστικά ερωτήματα δοθεί απάντηση σύμφωνη προς τις απόψεις της ενάγουσας, δηλαδή καταφατική.

I. Η αγωγή είναι παραδεκτή. [παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

II. Το βάσιμο των αιτημάτων της αγωγής εξαρτάται από την απάντηση που θα δοθεί στα προδικαστικά ερωτήματα.

1. Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης του Δικαστηρίου στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα, το πρώτο αίτημα της αγωγής θα ήταν βάσιμο.

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

2. Αντιθέτως, σε περίπτωση αρνητικής απάντησης του Δικαστηρίου στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα, το πρώτο αίτημα της αγωγής θα ήταν αβάσιμο.

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

3. Το δεύτερο αίτημα της αγωγής θα ήταν βάσιμο σε περίπτωση καταφατικής απάντησης του Δικαστηρίου στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα. [παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

4. Αντιθέτως, σε περίπτωση αρνητικής απάντησης του Δικαστηρίου στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα, το δεύτερο αίτημα της αγωγής θα ήταν αβάσιμο.

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

ΣΤ. (Σκοπιμότητα της προδικαστικής παραπομπής)

Ενδείκνυται να γίνει χρήση της κατά το άρθρο 267, παράγραφοι 1 και 2, υφιστάμενης δυνατότητας να ανασταλεί η διαδικασία ήδη στον πρώτο βαθμό και για τα καθοριστικής σημασίας για την επίλυση της διαφοράς ζητήματα να υποβληθεί προδικαστικό ερώτημα στο Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

[παρατίθεται] [παραλειπόμενα]

Παράθεση των εικόνων

Εικόνα 1

ΕΓΓΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

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

## UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

### DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



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



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



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



**NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren**  
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66  
-25%  
**3.33** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 3.99



**Fairtrade Bio-Bananen, los**  
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis  
-23%  
**1.29** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.59



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

**BIS ZU -28% SPAREN.**

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

Εικόνα 2

Εικόνα 3





[παρλειπόμεινα]

ΕΙΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑ