

Affaire C-330/23

Demande de décision préjudicielle

Date de dépôt :

25 mai 2023

Juridiction de renvoi :

Tribunal régional de Düsseldorf (Allemagne)

Date de la décision de renvoi :

19 mai 2023

Partie requérante :

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Partie défenderesse :

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

[OMISSIS]

38 O 182/22

[OMISSIS]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

(Tribunal régional de Düsseldorf, Allemagne)

DÉCISION

Dans le litige

opposant la Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. (association de consommateurs du Land de Bade-Wurtemberg, Allemagne) [OMISSIS]

Partie requérante,

[OMISSIS]

à

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

Partie défenderesse,

[OMISSIS]

la 8^e chambre commerciale du Landgericht Düsseldorf (Tribunal régional de Düsseldorf) [OMISSIS]

a rendu la décision suivante :

Il est sursis à statuer dans le présent litige.

La Cour de justice de l'Union européenne (ci-après la « Cour ») est saisie, aux fins d'une décision préjudicielle portant sur l'interprétation de l'article 6a, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil, du 16 février 1998, relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs (JO 1998, L 80, p. 27) (ci-après la « directive 98/6 »), modifié en dernier lieu par la directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil, du 27 novembre 2019, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29/CE et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs (JO 2019, L 328, p. 7) (ci-après la « directive 2019/2161 »), des questions suivantes :

1. L'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6 doit-il être interprété en ce sens qu'un pourcentage mentionné dans une annonce d'une réduction de prix doit se référer exclusivement au prix antérieur au sens de l'article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6 ?
2. L'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6 doit-il être interprété en ce sens que, lorsque des mises en exergue publicitaires visant à souligner le caractère avantageux d'une offre au niveau du prix (telles que la désignation du prix comme « prix-choc ») sont utilisées dans une annonce d'une réduction de prix, elles doivent se référer au prix antérieur au sens de l'article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6 ?

Motifs

A. (Objet et faits du litige au principal)

La requérante est inscrite sur la liste des entités qualifiées conformément à l'article 4 du Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts und anderen Verstößen (loi sur les actions en cessation de violations du droit de la consommation et d'autres violations, ci-après l'« UKlaG ») et assigne la défenderesse en justice pour une publicité qui, selon la requérante, porte atteinte aux intérêts des consommateurs. La défenderesse fait partie du groupe d'entreprises ALDI SÜD. Elle est responsable de l'image publicitaire externe du

groupe et élabore chaque semaine des prospectus qu'elle diffuse sur papier et qu'elle met à disposition en ligne pour consultation. Dans ces prospectus, elle présente, entre autres, des offres de l'assortiment des filiales du groupe.

Le prospectus valable pour la 42^e semaine civile (du 17 au 22 octobre 2022) présentait sur une page, sous le titre « NOS SUPER PROMO SUR LES PRODUITS FRAIS A PRIX RÉDUITS POUR TOI », six produits alimentaires auxquels était associé, pour chacun d'en eux, un rectangle blanc incliné aux coins arrondis (encart prix). Deux indications de prix figuraient dans les encarts prix, à savoir une indication de prix plus grande, marquée d'un astérisque, au milieu, et une indication de prix plus petite, barrée, dans le coin inférieur droit. Sur ces encarts prix étaient [partiellement] superposées des accroches [composées du drapeau allemand aux couleurs noir, rouge et or]. Dans le cas de l'« ananas Rainforest Alliance », cette accroche était accompagné de la mention « Prix-choc » (« Preis-Highlight ») et, pour les autres produits alimentaires, d'une indication de réduction en pourcentage. Sous chaque encart prix figurait le texte suivant : « Dernier prix de vente. Prix le plus bas des 30 derniers jours : [...] ». Les indications de prix étaient, par exemple, pour les ananas, « 1.^{49*} » et « ~~1.69~~ » dans l'encart prix et « 1.39 » à la fin du texte d'indication sous l'encart prix. Dans le cas des « bananes bio en vrac issues du commerce équitable », l'indication de pourcentage était « -23 % » et les trois indications de prix étaient « 1.^{29*} », « ~~1.69~~ » et « 1.29 ». En ce qui concerne l'image globale de la page du prospectus, il est renvoyé à la figure 1 reproduite à la suite des motifs, qui correspond à une représentation réduite de l'annexe K 2 sans les marques apposées par la requérante. Pour les détails de la présentation des deux offres contestées, il est renvoyé aux photos 1 et 2. L'astérisque renvoie sur une page ultérieure du prospectus à la mention : « Nous attirons votre attention sur le fait que ces articles ne sont disponibles qu'en nombre limité et peuvent donc être épuisés à certains moments de l'action [promotionnelle]. Les articles n'incluent pas la décoration. Ils sont pour partie accompagnés de suggestions de présentation ».

Le prix demandé dans les magasins du groupe de la défenderesse pour les bananes bio en vrac issues du commerce équitable s'élevait, en tout état de cause, à 1,69 euro/kg sans interruption depuis la mi-septembre, à l'exception de la semaine du 19 au 24 septembre, au cours de laquelle un prix réduit de 1,29 euro/kg leur était appliqué. Les prix unitaires des ananas Rainforest Alliance se situaient entre 1,39 et 1,79 euro au cours des cinq semaines précédant l'ouverture de l'offre (semaines calendaires 37 à 42). Le prix de la semaine précédente était de 1,69 euro.

Estimant que la publicité pour les bananes et les ananas est déloyale, la requérante a donc mis en demeure la défenderesse par courrier d'avocat et lui a réclamé- en vain dans les deux cas – le remboursement d'une somme forfaitaire de 243,51 euro pour les frais qu'elle a ainsi exposés.

Lors de l’audience, la requérante a précisé que sa demande sous I ne concernait que la promotion pour les bananes et l’a complétée par la désignation expresse de celles-ci. Elle conclut désormais à ce qu’il plaise à la juridiction,

- I. condamner la défenderesse, sous peine de sanctions pécuniaires précisées, à cesser de faire et/ou de faire faire de la publicité pour la vente de denrées alimentaires en indiquant des réductions de prix sous la forme d’un pourcentage de réduction, comme cela a été fait selon l’annexe K2 (bananes [OMISSIS]), lorsque cette réduction, exprimée en pourcentage, ne se réfère pas au prix le plus bas pratiqué par la défenderesse au cours des 30 jours précédant la réduction de prix ;
- II. condamner la défenderesse, sous peine de sanctions pécuniaires précisées, à ne pas faire et/ou faire faire de la publicité auprès des consommateurs pour la vente de denrées alimentaires avec une réduction de prix en tant que « prix-choc », en indiquant un prix antérieur, comme cela a été fait selon l’annexe K 2 (ananas [OMISSIS]), lorsque le prix désigné comme « prix-choc » est supérieur au prix demandé par la défenderesse au cours des 30 jours précédant la réduction de prix ;
- III. condamner en outre la défenderesse à verser à la requérante la somme de 243,51 euros, majorée d’un intérêt de cinq points au-dessus du taux de base à compter de la litispendance (1^{er} décembre 2022).

La défenderesse conclut à ce qu’il plaise au Tribunal

rejeter le recours.

Elle affirme qu’au cours de la 42^e semaine civile, un concurrent aurait également proposé des ananas (mais sans la certification *Rainforest Alliance*) pour 1,49 euro. Tous les autres concurrents auraient pratiqué des prix plus élevés.

B. (le cadre juridique national)

I. les dispositions nationales

1. La Preisangabenverordnung (règlement relatif à l’indication des prix, ci-après la « PAngV ») du 12 novembre 2021

« § 1 Champ d’application ; Principe

1) Le présent règlement régit l’indication des prix des biens ou des services fournis par les professionnels aux consommateurs.

[...]

§ 3 Obligation d’indication du prix total

1) Quiconque, en tant que professionnel, propose des biens ou des services aux consommateurs ou, en tant que fournisseur de biens ou de services, fait de la publicité auprès des consommateurs en indiquant des prix, doit indiquer les prix totaux.

[...]

§ 11 Obligation supplémentaire d'indication des prix en cas de réduction du prix des marchandises

1) Toute personne tenue d'indiquer un prix total doit, à l'égard des consommateurs, indiquer, chaque fois qu'elle annonce une réduction de prix pour un produit, le prix total le plus bas qu'elle a pratiqué dans les 30 jours précédant l'application de la réduction de prix aux consommateurs.

[...] »

2. Le Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (loi contre la concurrence déloyale, ci-après l'« UWG »)

§ 1 Objet de la loi ; Champ d'application

[...]

2) Les dispositions régissant des aspects particuliers des pratiques commerciales déloyales priment sur les dispositions de la présente loi pour déterminer s'il existe une pratique déloyale.

[...]

§ 2 Définitions

1) Au sens de la présente loi, on entend par

1. « décision commerciale » : toute décision prise par un consommateur ou un autre opérateur économique quant à savoir si, comment et à quelles conditions il entend conclure une transaction, effectuer un paiement, conserver ou fournir un bien ou un service, ou exercer un droit contractuel en rapport avec un bien ou un service, que le consommateur ou l'autre opérateur économique décide ou non d'agir ;

2. « pratique commerciale » : tout comportement d'une personne en faveur de sa propre entreprise ou de l'entreprise d'un tiers, avant, pendant ou après la conclusion d'une transaction commerciale, qui est directement et objectivement lié à la promotion ou à l'achat de biens ou de services ou à la conclusion ou à l'exécution d'un contrat portant sur des biens ou des services ; les biens incluent également les biens immobiliers et les contenus numériques ; les services incluent

également les services numériques ; les services incluent également les droits et obligations ;

[...]

§ 3 Interdiction des pratiques commerciales déloyales

1) Les pratiques commerciales déloyales sont illicites.

[...]

§ 5 Pratiques commerciales trompeuses

1) Agit de manière déloyale quiconque se livre à une pratique commerciale trompeuse qui est de nature à conduire le consommateur ou tout autre acteur du marché à prendre une décision économique qu'il n'aurait pas prise autrement.

2) Une pratique commerciale est trompeuse si elle comporte des allégations inexactes, ou d'autres allégations de nature à induire en erreur, portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

[...]

2. la cause de la vente, telle que l'existence d'un avantage tarifaire particulier, le prix ou la manière dont il est calculé, ou les conditions dans lesquelles le produit est fourni ou le service exécuté ;

[...]

§ 5a Tromperie par omission

1) Agit également de manière déloyale celui qui induit en erreur un consommateur ou un autre acteur du marché en lui dissimulant une information substantielle,

1. dont le consommateur ou un autre acteur du marché a besoin, compte tenu des circonstances, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause, et

2. dont l'omission est susceptible d'amener le consommateur ou un autre acteur du marché à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(2) Constituent également une omission

1. la dissimulation d'informations substantielles,

2. la fourniture d'informations substantielles de manière peu claire, inintelligible ou ambiguë, ainsi que
3. le fait de ne pas fournir des informations substantielles en temps utile.

(3) Pour apprécier si des informations substantielles ont été omises, il convient de tenir compte des éléments suivants :

1. les restrictions spatiales ou temporelles imposées par le moyen de communication choisi pour la pratique commerciale, et
2. toutes les mesures prises par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur ou d'un autre acteur du marché par d'autres moyens que le moyen de communication choisi pour la pratique commerciale.

[...]

§ 5b Informations substantielles

[...]

4) Sont également considérées comme substantielles au sens de l'article 5a, paragraphe 1, les informations qui ne peuvent être dissimulées au consommateur en vertu des règlements de l'Union ou de la législation transposant les directives de l'Union relatives aux communications commerciales, y compris la publicité et le marketing.

[...]

§ 8 Actions en suppression de l'état de fait illicite et en cessation

1) Quiconque se livre à une pratique commerciale illicite au regard de l'article 3 ou de l'article 7 [de la présente loi] peut faire l'objet d'une action en suppression de l'état de fait illicite et, en cas de risque de récurrence, en cessation. Le droit d'agir en cessation existe dès lors qu'une telle pratique contraire à l'article 3 ou à l'article 7 menace d'apparaître. [...]

3) Sont titulaires des droits conférés par le paragraphe 1 :

[...]

3. les entités qualifiées inscrites sur la liste des entités qualifiées conformément à l'article 4 de l'Unterlassungsklagengesetz (loi relative aux actions en cessation), ou les entités qualifiées d'autres États membres de l'Union incluses dans la liste de la Commission européenne conformément à l'article 4, paragraphe 3, de la directive 2009/22/CE du Parlement européen et du Conseil, du 23 avril 2009, relative aux actions en cessation en matière de protection des

intérêts des consommateurs (JO 2009, L 110, p. 30), modifiée en dernier lieu par le règlement (UE) 2018/302 (JO 2018, L 60I, p. 1),

[...] »

II. Jurisprudence nationale pertinente

1. S'agissant de l'article 11 de la PAngV, qui est entré en vigueur le 28 mai 2022, aucune décision de justice traitant des questions pertinentes en l'espèce n'a été rendue à ce jour à notre connaissance.

[Développements] [OMISSIS]

2. La question des conséquences d'une éventuelle violation de l'article 11, paragraphe 1, de la PAngV par un professionnel peut être résolue sur la base de la jurisprudence nationale en ce sens qu'une pratique commerciale contraire à l'article 11, paragraphe 1, de la PAngV peut être considérée comme déloyale en vertu de l'article 5a, paragraphes 1 à 3, et de l'article 5b, paragraphe 4, de l'UWG, de sorte que des entités qualifiées telles que la requérante peuvent agir contre le professionnel concerné sur la base de l'UWG.

[Développements] [OMISSIS]

C. (cadre juridique de l'Union)

I. Les dispositions pertinentes du droit de l'Union

1. La directive 98/6/CE

« Article 1^{er} [Champ d'application]

La présente directive a pour objet de prévoir l'indication du prix de vente et du prix à l'unité de mesure des produits offerts par des professionnels aux consommateurs, afin d'améliorer l'information des consommateurs et de faciliter la comparaison des prix.

[...]

Article 6 bis [Annonce d'une réduction de prix].

1) Toute annonce d'une réduction de prix indique le prix antérieur appliqué par le professionnel pendant une durée déterminée avant l'application de la réduction de prix.

2) Le prix antérieur désigne le prix le plus bas appliqué par le professionnel au cours d'une période qui n'est pas inférieure à trente jours avant l'application de la réduction de prix.

[...] »

2. La directive 2005/29/CE

« Article 2 – Définitions

Aux fins de la présente directive, on entend par :

[...]

- d) “pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs” (ci-après également dénommées “pratiques commerciales”) : toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d’un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d’un produit aux consommateurs ;

[...]

- k) “décision commerciale” : toute décision prise par un consommateur concernant l’opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d’acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d’un produit ou d’exercer un droit contractuel en rapport avec le produit ; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s’abstenir d’agir ;

[...]

Article 3 – Champ d’application

- 1) La présente directive s’applique aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, telles que définies à l’article 5, avant, pendant et après une transaction commerciale portant sur un produit.

[...]

- 4) En cas de conflit entre les dispositions de la présente directive et d’autres règles communautaires régissant des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales, ces autres règles priment et s’appliquent à ces aspects spécifiques.

[...]

Article 4 – Marché intérieur

Les États membres ne restreignent ni la libre prestation de services, ni la libre circulation des marchandises pour des raisons relevant du domaine dans lequel la présente directive vise au rapprochement des dispositions en vigueur.

[...]

Article 6 Actions trompeuses

1) Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses, et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement :

[...]

d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix ;

[...]

Article 7 – Omissions trompeuses

1) Une pratique commerciale est réputée trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

2) Une pratique commerciale est également considérée comme une omission trompeuse lorsqu'un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au paragraphe 1, dissimule une information substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

3) Lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il convient, en vue de déterminer si des informations ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

[...]

5) Les informations qui sont prévues par le droit communautaire et qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité ou

le marketing, et dont une liste non exhaustive figure à l'annexe II, sont réputées substantielles.

[...] »

II. Interprétation du droit de l'Union

1. L'interprétation de l'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6 soulève des questions sur la portée de la réglementation qui y est contenue.

Cette disposition, comme l'ensemble de la directive 98/6, vise, selon son article 1^{er} et ses considérants 1 et 2, à assurer une information correcte et claire des consommateurs sur les produits qui leur sont proposés. Les considérants des actes pertinents, qui font partie du droit de l'Union conformément à l'article 296, paragraphe 2, TFUE, ne fournissent pas d'informations plus précises sur leur objectif aux fins de l'interprétation de l'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6. Ni les considérants de la directive 98/6 ni ceux de la directive 2019/2161 (dite directive omnibus, par laquelle l'article 6 bis a été inséré dans la directive 98/6) ne contiennent une justification des règles prévues par l'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6. La genèse de la norme, telle qu'elle peut être tirée des travaux préparatoires, ne fournit pas non plus d'informations sur le contexte de la norme ([OMISSIS]).

Dans sa « Communication de la Commission – Orientations concernant l'interprétation et l'application de l'article 6 bis de la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs publiées le 29 décembre 2021 », (2021/C-526/02), la Commission a expliqué comment, selon son opinion – non contraignante (voir communication précitée p. 131 en bas de page ; voir également arrêt du 13 décembre 2012, Expedia, C-226/11, EU:C:2012:795, [points 24 et suiv.]) – il convient d'appliquer la disposition. Elle y indique (voir communication précitée, p. 135 au milieu) :

« Dès lors, la réduction de prix doit être présentée en utilisant le prix “antérieur” indiqué comme référence, c'est-à-dire que toute réduction indiquée en pourcentage doit être fondée sur le prix “antérieur” tel qu'il est établi conformément à l'article 6 bis :

- par exemple, lorsque l'annonce de la réduction du prix est de “50 % de réduction” et le prix le plus bas au cours des trente derniers jours était de 100 EUR, le vendeur devra présenter 100 EUR comme le prix “antérieur” à partir duquel la réduction de 50 % est calculée, bien que le dernier prix de vente du bien soit 160 EUR ». [mise en exergue dans la communication de la Commission]

La requérante estime que ce point de vue est pertinent et qu'il correspond à l'objectif poursuivi par l'article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6, à savoir présenter l'avantage tarifaire annoncé de la manière la plus transparente

possible. Cet aspect est également considéré en doctrine comme méritant au moins d’être pris en considération ([OMISSIS]).

La défenderesse estime au contraire que l’avis de la Commission est erroné. Elle peut se référer aux avis de la doctrine déjà cités au point B II 1 de la présente décision, qui indiquent que la disposition ne fait que créer une obligation d’information supplémentaire, mais ne contient pas de prescription quant à la présentation de la publicité ([OMISSIS]).

La première question préjudicielle vise à résoudre cette controverse.

La requérante estime en outre que les déclarations publicitaires qui présentent le prix de l’offre comme particulièrement avantageux doivent également se référer au prix le plus bas des 30 derniers jours déterminé conformément à l’article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6, et elle déduit cette compréhension de la norme de l’objectif de la réglementation, qui est d’empêcher une tromperie sur les prix. La réponse à cette question fait l’objet de la deuxième question préjudicielle.

2. En revanche, l’interprétation des dispositions éventuellement applicables de la directive 2005/29 semble clarifiée. À cet égard, on peut se référer à la présentation de la jurisprudence nationale pertinente ci-dessus sous B II 2, dans laquelle les exigences juridiques de l’Union pour l’application de la directive 2005/29 dans des cas individuels – qui incombent en dernier ressort aux juridictions nationales – et pour son interaction avec les spécifications de la directive 98/6 sont déjà prises en compte.

D. (proposition de décision)

La chambre de céans estime qu’il convient de répondre par la négative aux deux questions préjudicielles.

L’article 6 bis, paragraphes 1 et 2, de la directive 98/6 se contente de préciser quand et dans quelles conditions (à savoir, conformément à l’article 6 bis, paragraphe 1, de la directive 98/6, à chaque fois qu’une réduction de prix est annoncée) quelles informations doivent être fournies (à savoir le prix antérieur calculé conformément à l’article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6). En revanche, ni l’article 6 bis ni aucune autre disposition de la directive 98/6 ne précise comment ces informations doivent être fournies. Cela distingue cette réglementation des prescriptions contenues dans la directive 98/6 pour l’indication du prix de vente et du prix à l’unité de mesure qui, selon l’article 4, paragraphe 1, première phrase, de cette directive, doivent être « non équivoques, facilement identifiables et aisément lisibles ».

Dans ce contexte, la position de la requérante sur la première question préjudicielle, pour laquelle elle peut se référer à la Commission et qui est exprimée dans les orientations de celle-ci en ce sens que la référence pour le calcul de l’avantage de prix doit être, en toutes circonstances, le prix antérieur déterminé conformément à l’article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6, ne

correspond pas à la conception réglementaire de la directive 98/6, qui se limite, à quelques exceptions près, à déterminer quelles informations doivent être fournies au consommateur et à quel moment. Il semble donc plus approprié à la chambre de céans de répondre à la question de savoir si les informations prescrites par la directive 98/6 ont été correctement fournies au consommateur sur la base des articles 6 et 7 de la directive 2005/29 qui régissent cette thématique, dans la mesure où la directive 98/6 ne régit pas des aspects spécifiques de la communication d'informations, ce qui n'est toutefois pas le cas pour le domaine couvert par l'article 6 bis de la directive 98/6. Il n'est donc pas exclu que, dans certains cas, l'indication d'un pourcentage ne se référant pas au prix antérieur déterminé conformément à l'article 6 bis, paragraphe 2, de la directive 98/6 soit déloyale. Toutefois, le caractère déloyal ne résulterait pas du seul fait de la mention d'un tel pourcentage, mais d'une prise en compte de l'ensemble de la conception de la publicité sur la base des exigences découlant des articles 6 et 7 de la directive 2005/29.

Les considérations qui précèdent valent *mutatis mutandis* pour la deuxième question préjudicielle, qui concerne, plus encore que la première, la licéité de l'utilisation de techniques publicitaires répandues à l'occasion de l'annonce d'une réduction de prix, laquelle, en l'absence de réglementation spécifique de ces aspects dans la directive 2005/29, doit être utilement appréciée au regard des prescriptions différenciées de la directive 98/6.

E. (Pertinence de la décision et explication de [l'incidence des réponses possibles aux] questions préjudicielles [sur la solution du litige])

Le succès du recours dépend de la réponse aux questions préjudicielles. Le recours est recevable, mais n'est fondé dans son intégralité que si les questions préjudicielles appellent une réponse dans le sens souhaité par la requérante et donc une réponse positive.

I. Le recours est recevable. [Développements] [OMISSIS]

II. Le bien-fondé des chefs de demande dépend de la réponse aux questions préjudicielles.

1. S'il devait être répondu par l'affirmative à la première question préjudicielle, la demande sous I serait fondée.

[Développements] [OMISSIS]

2. En revanche, si la réponse à la question préjudicielle 1 devait être négative, la demande sous I serait infondée.

[Développements] [OMISSIS]

3. La demande sous II serait fondée en cas de réponse affirmative à la deuxième question préjudicielle. [Développements] [OMISSIS]

4. En revanche, si la deuxième question préjudicielle devait appeler une réponse négative, la demande sous II serait infondée.

[Développements] [OMISSIS]

F. (opportunité de la saisine)

Il apparaît opportun de faire usage de la possibilité offerte par l'article 267, paragraphes 1 et 2, TFUE de sursoir à statuer dans le présent litige dès la première instance et de poser les questions préjudicielles à la Cour de justice de l'Union européenne.

[Développements] [OMISSIS]

DOCUMENT DE TRAVAIL

Reproduction des illustrations

Photo 1

Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.

UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



Bio-Karotten
Ernte aus DEUTSCHLAND
Gut bio
Ursprung: Deutschland, Klasse I, 1-kg-Beutel

-28%
0.99 1.39

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 1.89

Letzter Verkaufspreis, Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



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: 3.97



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



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

Photo 2



Photo 3



[OMISSIS]

DOCUMENT DE TRAVAIL