

Byla C-330/23

Prašymas priimti prejudicinį sprendimą

Gavimo data:

2023 m. gegužės 25 d.

Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas:

Landgericht Düsseldorf (Vokietija)

Nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą priėmimo data:

2023 m. gegužės 19 d.

Ieškovas:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Atsakovas:

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

<...>

byla Nr. 38 O 182/22

<...>

LANDGERICHT DÜSSELDORF

NUTARTIS

Byloje

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. <...>,

ieškovas,

<...>

prieš

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG <...>,

atsakovą,

<...>

Landgericht Düsseldorf (Diuseldorfo apygardos teismas) 8 komercinių bylų kolegija <...>

nutarė:

Sustabdyti bylos nagrinėjimą.

Pateikti Europos Sąjungos Teisingumo Teismui toliau nurodytus prejudicinius klausimus dėl 1998 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas (OL L 80, 1998, p. 27; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 15 sk., 4 t., p. 32; toliau – Kainų žymėjimo direktyva), su paskutiniais pakeitimais, padarytais 2019 m. lapkričio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2019/2161, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB, 2005/29/EB ir 2011/83/ES, kiek tai susiję su geresniu Sąjungos vartotojų apsaugos taisyklių vykdymo užtikrinimu ir modernizavimu (toliau – direktyva „Omnibus“, OL L 328, 2019, p. 7), 6a straipsnio 1 ir 2 dalių išaiškinimo:

1. Ar Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalys turi būti aiškinamos taip, kad pranešime apie kainos sumažinimą nurodyta procentinė dalis gali būti grindžiama tik ankstesne kaina, kaip ji suprantama pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalį?
2. Ar Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalys turi būti aiškinamos taip, kad reklaminiai akcentai, kuriais siekiama pabrėžti palankią pasiūlymo kainą (pavyzdžiui, kai kaina vadinama „ypač žema“), jei jie naudojami pranešime apie kainos sumažinimą, turi būti grindžiami ankstesne kaina, kaip ji suprantama pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalį?

Motyvai

A. (Pagrindinės bylos dalykas ir faktinės aplinkybės)

Ieškovas yra įrašytas į kompetentingų subjektų sąrašą pagal *UKlaG* [*Unterlassungsklagengesetz* (Ieškinių dėl veiksmų nutraukimo įstatymas), toliau – *UKlaG*] 4 straipsnį ir reiškia pretenzijas atsakovui dėl reklamos, kuri, jo nuomone, daro neigiamą poveikį vartotojų interesams. Atsakovas priklauso ALDI SÜD įmonių grupei. Jis yra atsakingas už išorinę reklamą ir rengia savaitinius reklaminius leidinius, kuriuos leidžia popierine forma ir skelbia internete. Reklaminiuose leidiniuose, be kita ko, pateikiami įmonių grupės parduotuvių asortimento pasiūlymai.

42-ai kalendorinei savaitei (2022 m. spalio 17–22 d.) skirtu kalendorinio leidinio viename <...> puslapyje po antrašte „MŪSŲ 6 ŠVIEŽIOS SENSACIJOS –

SUMAŽINTA KAINA“ buvo pateikti šeši maisto produktai, kiekvienam iš jų buvo priskirtas baltas horizontalus stačiakampis su užapvalintais kampais su jame pažymėta kaina. Stačiakampyje buvo nurodytos dvi kainos: viduryje didesniais rašmenimis, su žvaigždute, o apatiniame dešiniajame kampe mažesniais rašmenimis perbraukta. Ant šių kainų stačiakampių buvo uždėti dėmesį patraukiantys elementai su juodais, raudonais ir auksiniais dryžiais. Prie „Rainforest Alliance“ ananasų šiame elemente buvo parašyta „Ypač žema kaina“, o prie kitų maisto produktų buvo nurodyta, kiek procentų kaina buvo sumažinta. Po kiekvienu kainos stačiakampiu buvo toks tekstas: „Paskutinė pardavimo kaina. Mažiausia kaina per pastarąsias 30 dienų: <...>“. Pavyzdžiui, ananasų kainos buvo nurodytos taip: „1,49*“ ir „1,69“ kainos stačiakampyje ir „1,39“ po kainos stačiakampiu esančio teksto pabaigoje. Prie „sąžiningos prekybos ekologiškų nesupakuotų bananų“ buvo nurodyta procentinė dalis „-23%“ bei trys kainos: „1,29*“, „1,69“ ir „1,29“. Dėl reklaminio leidinio puslapio bendro vaizdo daroma nuoroda į po motyvais pateiktą 1 paveikslą, kuris atitinka sumažintą K 2 priedo atvaizdą be ieškovo padarytų žymėjimų. Dėl dviejų kritikuojamų pasiūlymų pateikimo detalių daroma nuoroda į 1 ir 2 paveikslus. Žvaigždute pažymėta nuoroda tolesniame reklaminio leidinio puslapyje paaiškinama taip: „Atkreipkite dėmesį, kad šių prekių kiekis yra ribotas, todėl tam tikru akcijos metu jos gali būti išparduotos. Visos prekės be puošmenų. Prekės iš dalies rodomos su patarimais dėl serviravimo.“

Tačiau nuo rugsėjo vidurio atsakovo įmonių grupės parduotuvėse nesupakuoti ekologiški sąžiningos prekybos bananai nuolat buvo parduodami už 1,69 EUR/kg, išskyrus savaitę nuo rugsėjo 19 iki 24 d., kai bananų kaina buvo sumažinta iki 1,29 EUR/kg. Penkias savaites iki pasiūlymo pradžios (37–42 kalendorinės savaitės) „Rainforest Alliance“ ananasų vieneto kaina svyravo nuo 1,39 iki 1,79 EUR. Savaitę prieš prasidedant pasiūlymui kaina buvo 1,69 EUR.

Ieškovas mano, kad bananų ir ananasų reklama yra nesąžininga, todėl nusiuntė atsakovui advokato surašytą išpėjimą, kartu pareikalaudamas atlyginti dėl to patirtas 243,51 EUR dydžio vienkartinės išlaidas; tačiau atsakovas į išpėjimą nesureagavo ir išlaidų neatlygino.

Teismo posėdyje ieškovas paaiškino, kad I ieškininio reikalavime nurodo tik bananų reklamą, ir papildė šį reikalavimą aiškiai ją įvardindamas. Dabar jis prašo:

- I. Nurodant, kad priešingu atveju bus skirtos įstatyme nustatytos baudos, įpareigoti atsakovą nebereklamuoti ir (arba) nebeleisti reklamuoti vartotojams parduodamų maisto produktų naudojant procentine dalimi sumažintą kainą, kaip antai matyti iš K2 priedo (bananai <...>), kai šis procentais išreikštas sumažinimas nėra grindžiamas žemiausia kaina, kurią atsakovas taikė per pastarąsias 30 dienų iki kainos sumažinimo;
- II. Nurodant, kad priešingu atveju bus skirtos įstatyme nustatytos baudos, įpareigoti atsakovą nebereklamuoti ir (arba) nebeleisti reklamuoti vartotojams parduodamų maisto produktų naudojant sumažintą „ypač

žemą“ kainą ir nurodant ankstesnę kainą, kaip antai matyti iš K2 priedo (ananasai <...>), kai kaina, nurodyta kaip „ypač žema“, yra didesnė už kainą, kurią atsakovas taikė per pastarąsias 30 dienų iki kainos sumažinimo;

- III. Įpareigoti atsakovą sumokėti ieškovui 243,51 EUR ir palūkanas, 5 % viršijančias bazinę normą, kurios skaičiuojamos nuo bylos iškėlimo (2022 m. gruodžio 1 d.).

Atsakovas prašo:

atmesti ieškinį.

Jis teigia, kad 42-ą kalendorinę savaitę konkurentas taip pat siūlė ananasus (tačiau be „Rainforest Alliance“ sertifikato) už 1,49 EUR. Visi kiti konkurentai taikė didesnes kainas.

B. (Nacionalinis teisinis pagrindas)

I. Nacionalinės teisės aktai

1. 2021 m. lapkričio 12 d. *Preisangabenverordnung* (Nutarimas dėl kainų nurodymo, toliau – *PAngV*)

„1 straipsnis. Taikymo sritis; principas

1. Šis nutarimas reglamentuoja, kaip verslininkai nurodo prekių ar paslaugų kainas vartotojams.

<...>

3 straipsnis. Pareiga nurodyti visą kainą

1. Bet kuris asmuo, kuris kaip verslininkas siūlo prekes ar paslaugas vartotojams arba kuris kaip prekių tiekėjas ar paslaugų teikėjas reklamuoja prekes ar paslaugas vartotojams nurodydamas kainas, privalo nurodyti visą kainą.

<...>

11 straipsnis. Papildoma pareiga nurodyti prekių kainas kainos sumažinimo atveju

1. Kiekvienas asmuo, kuris privalo nurodyti visą kainą, kiekvieną kartą, kai skelbia apie prekės kainos sumažinimą, vartotojams nurodo mažiausią visą kainą, kurią jis taikė vartotojams per pastarąsias 30 dienų iki kainos sumažinimo.

<...>“

2. *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* (Nesąžiningos konkurencijos įstatymas, toliau – UWG)

1 straipsnis. Įstatymo tikslas; taikymo sritis

<...>

2. Nuostatos, reglamentuojančios konkrečius nesąžiningų komercinių veiksmų aspektus, turi viršenybę šio įstatymo nuostatų atžvilgiu nustatant, ar buvo nesąžiningas komercinis veiksmas.

<...>

2 straipsnis. Sąvokos

1. Šiame įstatyme:

1. „sprendimas dėl sandorio“ – bet koks vartotojo ar kito rinkos dalyvio sprendimas dėl to, ar, kaip ir kokiomis sąlygomis sudaryti sandorį, atlikti mokėjimą, pasilikti prekę ar paslaugą arba ją grąžinti arba pasinaudoti sutartine teise, susijusia su preke ar paslauga, neatsižvelgiant į tai, ar vartotojas ar kitas rinkos dalyvis nusprendžia veikti, ar ne;

2) „komercinis veiksmas“ – bet koks asmens elgesys savo ar kito asmens verslo naudai prieš sandorį, jo metu ar po jo, kuris yra tiesiogiai ir objektyviai susijęs su prekių ar paslaugų pardavimo ar pirkimo skatinimu arba su prekių ar paslaugų sutarties sudarymu ar vykdymu; prekėms taip pat priskiriami žemės sklypai ir skaitmeninis turinys, paslaugoms – skaitmeninės paslaugos; paslaugomis taip pat laikomos teisės ir įsipareigojimai;

<...>

3 straipsnis. Nesąžiningų komercinių veiksmų draudimas

1. Nesąžiningi komerciniai veiksmai yra draudžiami.

<...>

5 straipsnis. Klaidinantys komerciniai veiksmai

1. Nesąžiningai elgiasi tas, kas imasi klaidinančių komercinių veiksmų, kurie gali paskatinti vartotoją arba kitą rinkos dalyvį priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

2. Komerciniai veiksmai yra klaidinantys, jeigu vykdomi pateikiant neteisingus teiginius arba kitą galinčią suklaidinti informaciją, susijusią su:

<...>

2) pardavimo priežastimi, kaip antai specialios kainos pasiūlymu, kaina ar jos apskaičiavimo būdu arba prekių pristatymo ar paslaugų teikimo sąlygomis;

<...>

5a straipsnis. Klaidinimas dėl neveikimo

1. Nesąžiningai taip pat elgiasi tas, kas klaidina vartotoją arba kitą rinkos dalyvį neatskleisdamas jam esminės informacijos:

- 1) kuri vartotojui arba kitam rinkos dalyviui atitinkamomis aplinkybėmis reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir
- 2) kurios neatskleidimas gali paskatinti vartotoją arba kitą rinkos dalyvį priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

2. Informacijos neatskleidimu taip pat laikomas:

- 1) esminės informacijos nuslėpimas,
- 2) esminės informacijos pateikimas neaiškiai, nesuprantamai arba dviprasmiškai, ir
- 3) esminės informacijos pateikimas ne laiku.

3. Vertinant, ar buvo neatskleista esminė informacija, atsižvelgiama į:

- 1) vietos arba laiko apribojimus, kuriuos lemia komerciniam veiksmui pasirinktos ryšio priemonės, ir
- 2) visos verslininko priemonės, kuriomis jis siekia pateikti informaciją vartotojui ar kitam rinkos dalyviui kitomis nei komerciniam veiksmui pasirinktomis ryšio priemonėmis.

<...>

5b straipsnis. Esminė informacija

<...>

4. Esminė, kaip tai suprantama pagal 5a straipsnio 1 dalį, taip pat laikoma informacija, kurios vartotojams negalima neatskleisti pagal Sąjungos reglamentus arba Sąjungos direktyvas į nacionalinę teisę perkeliančius teisės aktus komercinės komunikacijos klausimais, įskaitant reklamą ir rinkodarą.

<...>

8 straipsnis. Pažeidimo ištaisymas ir veiksmų nutraukimas

1. Asmeniui, kuris atlieka pagal 3 arba 7 straipsnius neteisėtais laikomus komercinius veiksmus, gali būti pareikštas reikalavimas ištaisyti pažeidimą, o pakartotinio pažeidimo grėsmės atveju – reikalavimas nutraukti veiksmus. Teisė reikalauti nutraukti veiksmus atsiranda jau tuomet, kai kyla tokio pagal 3 arba 7 straipsnius numatyto pažeidimo grėsmė. <...>

3. 1 dalyje nurodytus reikalavimus gali pareikšti:

<...>

3) kompetentingi subjektai, kurie įrodo, kad yra įtraukti į kompetentingų subjektų sąrašą pagal *Unterlassungsklagengesetz* 4 straipsnį, arba kitų Europos Sąjungos valstybių narių kompetentingi subjektai, įrašyti į Europos Komisijos sąrašą pagal 2009 m. balandžio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2009/22/EB dėl ieškinių dėl uždraudimo ginant vartotojų interesus (OL L 110, 2009 5 1, p. 30), su paskutiniais pakeitimais, padarytais Reglamentu (ES) 2018/302 (OL L 60I, 2018 3 2, p. 1), 4 straipsnio 3 dalį,

<...>“

II. Taikytina nacionalinė jurisprudencija

1. Kiek žinoma, dėl 2022 m. gegužės 28 d. įsigaliojusio *PAngV* 11 straipsnio kol kas nėra priimta jokių teismo sprendimų, kuriuose būtų nagrinėjami šioje byloje aktualūs klausimai.

[paaškinama] <...>

2. Į klausimą dėl pasekmių, kurias užtraukia galimas verslininko padarytas *PAngV* 11 straipsnio 1 dalies pažeidimas, remiantis nacionaline jurisprudencija galima atsakyti taip, kad komercinis veiksmas, kuriuo pažeidžiama *PAngV* 11 straipsnio 1 dalis, gali būti laikomas nesąžiningu pagal *UWG* 5a straipsnio 1–3 dalis ir 5b straipsnio 4 dalį, todėl kompetentingi subjektai, pavyzdžiui, ieškovas, remdamiesi *UWG* gali imtis veiksmų atitinkamo verslininko atžvilgiu.

[paaškinama] <...>

C. (Sąjungos teisinis pagrindas)I. Taikytini Sąjungos teisės aktai

1. Direktyva 98/6/EB (Kainų žymėjimo direktyva)

„1 straipsnis [Taikymo sritis]

Šia direktyva siekiama nustatyti vartotojams siūlomų prekių pardavimo kainų ir prekių matavimo vieneto kainų žymėjimo taisykles, kurios leistų pagerinti vartotojui teikiamos informacijos kokybę ir palengvintų galimybę palyginti kainas.

<...>

6a straipsnis [Pranešimas apie kainų sumažinimą]

1. Bet kuriame pranešime apie kainų sumažinimą nurodoma ankstesnė kaina, kurią prekiautojas taiko nustatytą laikotarpį prieš pradėdamas taikyti kainų sumažinimą.

2. Ankstesnė kaina – mažiausia kaina, kurią prekiautojas taiko per laikotarpį, kuris negali būti trumpesnis nei 30 dienų iki kainos sumažinimo.

<...>

2. Direktyva 2005/29/EB (NKVD)

„2 straipsnis. Sąvokų apibrėžimai

Šioje direktyvoje:

<...>

d) „įmonių komercinė veikla vartotojų atžvilgiu“ (toliau – komercinė veikla) – bet kuris prekybininko atliekamas veiksmas, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, komercinis pranešimas, įskaitant reklamą ir prekybą, tiesiogiai susijęs su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams;

<...>

k) „sprendimas dėl sandorio“ – bet kuris sprendimas, kurį vartotojas priima dėl produkto pirkimo, pirkimo būdo ir sąlygų, visos sumos sumokėjimo ar mokėjimo dalimis, produkto įsigijimo ar atsisakymo, ar pasinaudojimo su produktu susijusia sutartine teise, nepriklausomai nuo to, ar vartotojas nusprendžia veikti, ar nesiimti veiksmų;

<...>

3 straipsnis. Taikymo sritis

1. Ši direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu, kaip nustatyta šios direktyvos 5 straipsnyje, prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo bei jo metu.

<...>

4. Jeigu šios direktyvos nuostatos prieštarauja kitoms Bendrijos taisyklėms, reglamentuojančioms konkrečius nesąžiningos komercinės veiklos aspektus, pastarosios turės viršenybę ir bus taikomos tiems konkrečiams aspektams

<...>

4 straipsnis. Vidaus rinka

Valstybės narės dėl šia direktyva derinamai sričiai priskiriamų prežasčių neapriboja nei laisvės teikti paslaugas, nei laisvo prekių judėjimo.

<...>

6 straipsnis. Klaidinantys veiksmai

1. Klaidinančia laikoma komercinė veikla, kurioje yra apgaulingos informacijos, ir dėl to ji yra neteisinga, arba kuri bet kuriuo būdu, įskaitant bendrą pristatymą, apgaulinėja arba gali apgauti vidutinį vartotoją, nors informacija ir yra faktiškai tiksli, vieno arba kelių toliau išvardintų elementų atžvilgiu, ir bet kuriuo atveju skatina arba gali paskatinti jį priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs:

<...>

d) kaina arba metodas, kuriuo ji apskaičiuojama, ar konkretaus kainos pranašumo buvimas;

<...>

7 straipsnis. Klaidinantis informacijos neatskleidimas

1. Komercinė veikla laikoma klaidinančia, jeigu toje faktinėje situacijoje, atsižvelgiant į visus jos ypatumus ir aplinkybes bei komunikacijos priemonių ribotumą, ją vykdant neatskleidžiama esminė informacija, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis toje situacijoje galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.

2. Klaidinančiu informacijos neatskleidimu, atsižvelgiant į 1 dalyje numatytus klausimus, taip pat laikomas prekybininko vykdomas 1 dalyje nurodytos esminės informacijos nuslėpimas arba jos pateikimas neaiškiai, neįskaitomai, dviprasmiškai ar ne laiku, arba komercinės veiklos komercinio tikslo, jeigu jis neaiškus iš konteksto, nenurodymas, ir kai dėl to abiem atvejais vidutinis vartotojas paskatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėmis jis nebūtų priėmęs.

3. Jeigu komercinei veiklai perduoti naudojamos komunikacijos priemonės yra ribotos apimties arba laiko prasme, tai, sprendžiant, ar informacija buvo neatskleista, turi būti atsižvelgiama į šį ribotumą bei bet kokias kitas priemones, kurių prekybininkas ėmėsi tam, kad informacija būtų prieinama vartotojams kitais būdais.

<...>

5. Bendrijos teisės nustatyti informaciniai reikalavimai dėl komercinio pranešimo, įskaitant reklamą arba prekybą, kurių neišsamus sąrašas pateikiamas II priede, laikomi esminiais.

<...>“

II. Sąjungos teisės aktų aiškinimas

1. Aiškinant Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalis kyla klausimų dėl jose įtvirtintos nuostatos aprėpties.

Kaip nustatyta Kainų žymėjimo direktyvos 1 straipsnyje bei 1 ir 2 konstatuojamosiose dalyse, šia nuostata, kaip ir visa direktyva, siekiama suteikti vartotojams tikslią ir aiškią informaciją apie jiems siūlomus produktus. Aiškinant Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalis, iš taikytinų teisės aktų motyvų, kurie pagal SESV 296 straipsnio antrą pastraipą yra Sąjungos teisės dalis, daugiau jokios informacijos apie jų tikslą neišplaukia. Nei Kainų žymėjimo direktyvos, nei Direktyvos (ES) 2019/2161 (vadinamosios direktyvos „Omnibus“, kuria į Kainų žymėjimo direktyvą buvo įtrauktas 6a straipsnis) konstatuojamosiose dalyse nėra Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalių nuostatos pagrindimo. Normos genezė, kiek galima spręsti iš jos medžiagos, taip pat nesuteikia jokios informacijos apie normos atsiradimo aplinkybes (<...>).

2021 m. gruodžio 29 d. paskelbtose „Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/6/EB dėl vartotojų apsaugos žymint vartotojams siūlomų prekių kainas 6a straipsnio aiškinimo ir taikymo gairėse“ (Komisijos pranešimas 2021/C-526/02) Komisija paaiškino, kaip ši nuostata turi būti taikoma pagal jos – neprivalomą (žr. p. 131 apačioje; taip pat žr. 2012 m. gruodžio 13 d. Teisingumo Teismo Sprendimo *Expedia Inc. / Autorité de la concurrence ir kt.* 24 ir paskesnius punktus) – nuomonę. Šiose gairėse teigiama (žr. p. 135 viduryje):

„Todėl kainų sumažinimas turi būti nurodomas kaip referencinę kainą naudojant „ankstesnę“ kainą, t. y. bet koks nurodytas procentinis sumažinimas turi būti grindžiamas „ankstesne“ kaina, kaip nustatyta pagal 6a straipsnį:

- Pavyzdžiui, jei pranešimas apie kainų sumažinimą yra „50 % nuolaida“ ir mažiausia kaina per pastarąsias 30 dienų buvo 100 EUR, pardavėjas turės nurodyti, kad „ankstesnė“ kaina, nuo kurios

skaičiuojamas 50 % sumažinimas, yra 100 EUR, nepaisant to, kad paskutinė prekės pardavimo kaina buvo 160 EUR.“

Ieškovas mano, kad ši nuomonė yra teisinga, ir teigia, kad ji atitinka Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalimis siekiamą tikslą kuo skaidriau pateikti reklamuojamą kainos pranašumą. Šis aspektas teisinėje literatūroje taip pat laikomas bent jau vertu dėmesio (<...>).

Priešingai, atsakovas mano, kad Komisijos nuomonė yra neteisinga. Jis remiasi pirmiau B dalies II skyriaus 1 skirsnyje minėtomis teisinėje literatūroje pateiktomis nuomonėmis, kuriose nurodoma, kad norma tik nustato papildomą pareigą teikti informaciją, bet nenumato jokio reikalavimo dėl reklamos dizaino (<...>).

Pirmuoju prejudiciniu klausimu siekiama išsiaiškinti šią kontroversiją.

Ieškovas taip pat mano, kad reklaminiai teiginiai, kuriuose pasiūlymo kaina pristatoma kaip ypač palanki, taip pat turi būti grindžiami žemiausia pastarųjų 30 dienų kaina, nustatyta pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalį, ir tokį normos supratimą kildina iš reglamento tikslo užkirsti kelią kainų šokinėjimams. Atsakymo į šį klausimą siekiama antruoju prejudiciniu klausimu.

2. Tuo tarpu galimai taikytinų NKVD nuostatų aiškinimas atrodo aiškesnis. Šiuo atžvilgiu galima pateikti nuorodą į pirmiau B dalies II skyriaus 2 skirsnyje pristatytą taikytiną nacionalinę jurisprudenciją, kurioje jau atsižvelgta į Sąjungos teisės reikalavimus, susijusius su NKVD taikymu konkrečioje byloje (kurio galiausiai privalo laikytis nacionaliniai teismai) ir jų sąveika su Kainų žymėjimo direktyvos reikalavimais.

D. (Siūlomas sprendimas)

Kolegijos nuomone, į abu prejudicinius klausimus reikia atsakyti neigiamai.

Pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 ir 2 dalių formuluotes jos reglamentuoja tik tai, kada, kokiomis sąlygomis (t. y. pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 1 dalį bet kuriame pranešime apie kainų sumažinimą) ir kokia informacija (t. y. ankstesnė kaina, nustatyta remiantis Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalimi) turi būti pateikta. Kita vertus, nei 6a straipsnyje, nei kitose Kainų žymėjimo direktyvos nuostatose nenurodyta, kaip ši informacija turi būti pateikiama. Tuo ši nuostata skiriasi nuo Kainų žymėjimo direktyvoje nustatytų reikalavimų pardavimo kainai ir matavimo vieneto kainai, kurios pagal Kainų žymėjimo direktyvos 4 straipsnio 1 dalies pirmą sakinį turi būti „nurodytos nedviprasmiškai, matomoje vietoje ir lengvai įskaitomos“.

Atsižvelgiant į tai, ieškovo nuomonė dėl pirmojo prejudicinio klausimo, dėl kurios jis gali remtis Komisija ir kuri išreiškta Komisijos gairėse nurodant, kad ankstesnė kaina, nustatyta pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalį, visais atvejais turi būti naudojama kaip orientacinė vertė kainos pranašumui

apskaičiuoti, neatitinka reguliavimo koncepcijos Kainų žymėjimo direktyvoje, kuri, išskyrus kelias išimtis, apsiriboja nustatymu, kokia informacija ir kada turi būti pateikta vartotojui. Todėl kolegijai atrodo, kad į klausimą, ar informacija, kurios reikalaujama pagal Kainų žymėjimo direktyvą, buvo tinkamai pateikta vartotojui, tikslingiau atsakyti remiantis NKVD 6 ir 7 straipsniais, kurie reglamentuoja šią sritį, nebent Kainų žymėjimo direktyvoje būtų reglamentuojami konkretūs informacijos teikimo aspektai, tačiau tai netaikoma Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio reglamentuojamai sričiai. Tai reiškia, kad negalima atmesti galimybės, kad konkrečiu atveju procentinės dalies, kuri nėra grindžiama ankstesne kaina, nustatyta pagal Kainų žymėjimo direktyvos 6a straipsnio 2 dalį, nurodymas yra nesąžiningas. Tačiau nesąžiningumą lemtų ne vien tik tokio procentinio dydžio nurodymas, bet ir viso reklaminio skelbimo dizaino vertinimas remiantis NKVD 6 ir 7 straipsniuose nustatytais reikalavimais.

Pirmiau išdėstyti argumentai *mutatis mutandis* taikomi antram prejudiciniam klausimui. Dar labiau nei pirmasis prejudicinis klausimas jis susijęs su plačiai paplitusių reklamos metodų naudojimo skelbiant apie kainų sumažinimą leistinumumu, kuris, nesant konkretaus šių aspektų reglamentavimo Kainų žymėjimo direktyvoje, turi būti tikslingai vertinamas remiantis diferencijuotais NKVD reikalavimais.

E. (Reikšmė sprendimui pagrindinėje byloje priimti ir [galimų atsakymų į] prejudicinius klausimus [poveikio sprendimui pagrindinėje byloje] paaiškinimas)

Tai, ar ieškinys bus patenkintas, priklauso nuo atsakymo į prejudicinius klausimus. Ieškinys yra priimtinas, tačiau pagrįstas tik tuo atveju, jei į nurodytus klausimus būtų atsakyta ieškovo naudai, taigi, teigiamai.

I. Ieškinys yra priimtinas. [paaiškinama] <...>

II. Ieškinio reikalavimų pagrįstumas priklauso nuo atsakymo į prejudicinius klausimus.

1. Jei atsakymas į pirmąjį prejudicinį klausimą būtų teigiamas, I ieškinio reikalavimas būtų pagrįstas.

[paaiškinama] <...>

2. Bet jei atsakymas į pirmąjį prejudicinį klausimą būtų neigiamas, I ieškinio reikalavimas būtų nepagrįstas.

[paaiškinama] <...>

3. II ieškinio reikalavimas būtų pagrįstas, jei į antrąjį prejudicinį klausimą būtų atsakyta teigiamai. [paaiškinama] <...>

4. Bet jeigu atsakymas į antrąjį prejudicinį klausimą būtų neigiamas, II ieškinio reikalavimas būtų nepagrįstas.

[paaškinama] <...>

F. (Prašymo priimti prejudicinį sprendimą tikslingumas)

Atrodo tikslinga pasinaudoti SESV 267 straipsnio pirmoje ir antroje pastraipose numatyta galimybe sustabdyti bylos nagrinėjimą dar pirmoje instancijoje ir kreiptis į Europos Sąjungos Teisingumo Teismą su atitinkamais prejudiciniais klausimais.

[paaškinama] <...>

Paveikslai

1 pav.

DARBINIS VERTINIMAS

Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.

UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



**Ernte aus
DEUTSCHLAND**

Gut bio

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

-28%

0.99 1.39

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 0.99



-21%

1.49 1.89

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

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



Große Früchte

u n v e r p a c k t

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 LIEBUNGE
Heidelbeeren**

Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I,
500-g-Packung, kg-Preis 6.66

-25%

3.33 4.44

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 3.99



GUT bio

FAIRTRADE

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

-23%

1.29 1.69

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos
Ursprung: Italien, Klasse II,
400-g-Packung,
kg-Preis 4.23

-15%

1.69 1.99

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69

Mehr auf aldi-sued.de/frischekracher

2 pav.

3 pav.



-23%

1.29*

1.69

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.29



Preis-Highlight

1.49*

1.69

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39

<...>

DARBINIS VERTIMAS