



Raccolta della giurisprudenza

Causa C-13/15

**Procedimento penale
contro
Cdiscount SA**

[domanda di pronuncia pregiudiziale
proposta dalla Cour de cassation (Francia)]

«Rinvio pregiudiziale — Articolo 99 del regolamento di procedura della Corte — Direttiva 2005/29/CE — Tutela dei consumatori — Pratiche commerciali sleali — Riduzione di prezzo — Marcatura o affissione del prezzo di riferimento»

Massime – Ordinanza della Corte (Sesta Sezione) dell'8 settembre 2015

1. *Questioni pregiudiziali — Competenza della Corte — Interpretazione del diritto nazionale — Esclusione*

(Art. 267 TFUE)

2. *Tutela dei consumatori — Pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori — Direttiva 2005/29 — Ambito di applicazione — Riduzioni di prezzi intese a incitare i consumatori all'acquisto di prodotti su un sito di vendite online — Inclusione*

[Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2005/29, art. 2, d)]

3. *Tutela dei consumatori — Pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori — Direttiva 2005/29 — Pratica commerciale sleale — Nozione — Normativa nazionale che prevede un divieto generale degli annunci di riduzione di prezzo che non indichino il prezzo di riferimento — Insussistenza di un esame caso per caso del carattere sleale di detti annunci — Inammissibilità*

(Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2005/29)

1. V. il testo della decisione.

(v. punti 28, 29)

2. Riduzioni di prezzo il cui obiettivo consiste nell'incitare i consumatori ad acquistare prodotti su un sito di vendite online costituiscono pratiche commerciali ai sensi dell'articolo 2, lettera d), della direttiva 2005/29, sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno e ricadono, conseguentemente, nel suo ambito di applicazione *ratione materiae*.

Dette riduzioni, infatti, si iscrivono chiaramente nel contesto della strategia commerciale di un operatore e sono rivolte direttamente alla promozione e alla vendita di tali prodotti.

(v. punto 32)

3. La direttiva 2005/29, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno, dev'essere interpretata nel senso che osta a disposizioni nazionali che prevedono un divieto generale, senza una valutazione caso per caso che consenta di stabilire il carattere sleale, degli annunci di riduzione di prezzo che non facciano apparire il prezzo di riferimento al momento della marcatura o dell'affissione dei prezzi, allorché dette disposizioni perseguano finalità attinenti alla tutela dei consumatori, ciò che spetta al giudice nazionale verificare.

A tal riguardo, dato che la direttiva 2005/29 realizza un'armonizzazione completa delle norme relative alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, gli Stati membri non possono adottare, come previsto espressamente dall'articolo 4 di quest'ultima, misure più restrittive di quelle definite da detta direttiva, neppure al fine di assicurare un livello superiore di tutela dei consumatori.

La stessa direttiva stabilisce, al suo allegato I, un elenco tassativo di 31 pratiche commerciali che, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 5, di tale direttiva, sono considerate sleali in ogni caso. Di conseguenza, come precisa espressamente il considerando 17 di detta direttiva, tali pratiche commerciali sono le uniche che possono essere considerate sleali senza costituire oggetto di una valutazione caso per caso ai sensi delle disposizioni degli articoli da 5 a 9 della direttiva sulle pratiche commerciali sleali.

Orbene, pratiche consistenti nell'annunciare ai consumatori riduzioni di prezzo che non facciano apparire il prezzo di riferimento al momento della marcatura o dell'affissione dei prezzi non figurano all'allegato I della direttiva. Pertanto, esse possono essere vietate non già in ogni caso, ma solo in esito ad un'analisi specifica che consenta di stabilirne il carattere sleale.

(v. punti 34, 38, 39, 41 e dispositivo)