KONKLUŻJONIJIET TAL-AVUKAT ĠENERALI
SAUGMANDSGAARD ØE
ippreżentati fid-19 ta' Ottubru 2016 [1]

Kawża C-562/15

Carrefour Hypermarchés SAS
vs
ITM Alimentaire International SASU

[talba għal deċiżjoni preliminari mressqa mill-cour d'appel de Paris (qorti tal-appell ta' Pariġi, Franza)]

"Rinviju għal deċiżjoni preliminari — Reklamar qarrieqi — Reklamar komparattiv — Direttiva 2006/114/KE — Artikolu 4(a) u (ċ) — Reklamar li jipparaguna l-prezzijiet ta' prodotti mibjugħa fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs u l-format tagħhom — Legalità — Prattiki kummerċjali żleali — Direttiva 2005/29/KE — Artikolu 7 — Ommissjoni qarrieqa — Tagħrif importanti"

I – **Introduzzjoni**

1. Il-Qorti tal-Ġustizzja diġà ttrattat f'diversi drabi r-reklamar komparattiv, billi ppreċiżat il-kundizzjonijiet ta' legalità ta' tali reklamar [2], elenkati fl-Artikolu 4 tad-Direttiva 2006/114/KE [3]. Din it-talba għal deċiżjoni preliminari hija kontinwazzjoni ta' din il-ġurisprudenza. Il-cour d'appel de Paris (qorti tal-appell ta' Pariġi, Franza) tqajjem aspetti ġodda fir-rigward tal-interpretazzjoni tal-punti (a) u (ċ) ta' dan l-artikolu, li jirrikjedu li r-reklamar komparattiv ma jkunx qarrieqi u li dan jipparaguna b'mod oġġettiv karatteristika essenzjali, rilevanti, verifikabbli u rappreżentattiva waħda jew iktar tal-oġġetti u tas-servizzi pparagunati.

2. Il-kawża prinċipali li wasslet għal din it-talba hija bejn żewġ kumpanniji kompetituri fid-distribuzzjoni mifruxa, jiġifieri ITM Alimentaire International SASU (iktar 'il quddiem "ITM"), kumpannija li tieħu ħsieb l-istrateġija u l-politika kummerċjali tal-ħwienet tal-istabbilimenti Intermarché, u Carrefour Hypermarchés SAS (iktar 'il quddiem "Carrefour"), kumpannija li tagħmel parti mill-grupp Carrefour. Is-suġġett tal-kawża hija kampanja ta' reklamar, imnedija minn Carrefour fl-2012, li kienet tipparaguna l-prezzijiet ta' prodotti ta' ditti ewlenin fil-ħwienet tal-istabbiliment Carrefour u fi ħwienet kompetituri, fosthom dawk tal-ħwienet tal-istabbiliment Intermarché. ITM tallega, b'mod partikolari, li Carrefour ma osservatx id-dispożizzjonijiet nazzjonali dwar in-newtralità u l-oġġettività ta' kull kampanja komparattiva, billi wettqet paragun tal-prezzijiet fl-*ipermarkits* tad-ditta Carrefour ma' dawk fis-*supermarkits* tad-ditta Intermarché, mingħajr ma informat lill-pubbliku dwar il-kriterji tal-għażla tal-ħwienet u dwar id-differenza fil-format tal-punti tal-bejgħ ipparagunati.

1 — Lingwa oriġinali: il-Franċiż.

2 — Ara, b'mod partikolari, is-sentenzi tal-25 ta' Ottubru 2001, Toshiba Europe (C-112/99, EU:C:2001:566), tat-8 ta' April 2003, Pippig Augenoptik (C-44/01, EU:C:2003:205), tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585), kif ukoll tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696).

3 — Direttiva tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-12 ta' Diċembru 2006, dwar reklamar qarrieqi u komparattiv (ĠU 2006, L 376, p. 21).

3. F'dan il-kuntest, il-qorti tar-rinviju tixtieq tkun taf jekk, skont l-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114, paragun tal-prezzijiet ta' prodotti mibjugħa minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni huwiex legali biss jekk il-prodotti jinbiegħu fi ħwienet identiċi f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom. Barra minn hekk, din il-qorti tistaqsi lill-Qorti tal-Ġustizzja jekk il-fatt li l-ħwienet li l-prezzijiet tagħhom huma pparagunati jkunu differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs jew il-format tagħhom, jikkostitwixxix tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29/KE dwar prattiċi kummerċjali żleali fin-negozju mal-konsumatur[4] u, fil-każ ta' risposta fl-affermattiv, liema għandu jkun il-livell ta' tixrid ta' din l-informazzjoni lill-konsumatur. F'dan ir-rigward, il-kawża preżenti tqajjem il-kwistjoni tal-interazzjoni bejn id-Direttiva 2006/114 u d-Direttiva 2005/29.

II – **Il-kuntest ġuridiku**

A – *Id-dritt tal-Unjoni*

1. Id-Direttiva 2006/114

4. L-Artikolu 2(b) tad-Direttiva 2006/114 jipprovdi:

"Għall-finijiet ta' din id-Direttiva:

[…]

(b) 'reklamar qarrieqi' tfisser kull reklamar li, bi kwalunkwe mod, inkluża l-preżentazzjoni tiegħu, iqarraq jew probabbilment iqarraq bil-persuni li lejhom ikun indirizzat jew li għandhom jasal u li, minħabba n-natura qarrieqa tiegħu, probabbilment jaffettwa l-imġiba ekonomika tagħhom jew li, għal dawk ir-raġunijiet, jagħmel ħsara jew probabbilment jagħmel ħsara lil xi kompetitur;

5. L-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 jipprovdi:

"Ir-reklamar komparattiv għandu, safejn il-paragun huwa konċernat, jiġi permess fejn jiġu sodisfatti l-kondizzjonijiet li ġejjin:

(a) ma jqarraqx fis-sens ta' l-Artikoli 2(b), 3 u 8(1) ta' din id-Direttiva jew ta' l-Artikoli 6 u 7 tad-Direttiva 2005/29[…]

[…]

(ċ) jagħmel paragun oġġettiv bejn wieħed jew iżjed mill-karatteristiċi essenzjali, relevanti, verifikabbli u rappreżentattivi ta' dawk il-merkanziji u servizzi, li jistgħu jinkludu l-prezz".

4 — Direttiva 2005/29/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-11 ta' Mejju 2005, dwar prattiċi kummerċjali żleali fin-negozju mal-konsumatur fis-suq intern u li temenda d-Direttiva tal-Kunsill 84/450/KEE, id-Direttivi 97/7/KE, 98/27/KE u 2002/65/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, u r-Regolament (KE) Nru 2006/2004 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill ("Direttiva dwar Prattiċi Kummerċjali Żleali") (ĠU 2005, L 149, p. 22, rettifika ĠU 2006, L 114, p. 86).

2. Id-Direttiva 2005/29

6. Fil-paragrafu (1)(b) tiegħu, l-Artikolu 6 tad-Direttiva 2005/29, intitolat "Azzjonijiet Qarrieqa", jipprovdi:

1. "Prattika kummerċjali għandha titqies bħala qarrieqajekk tikkontjeni tagħrif falz u li għalhekk ma tikkorrispondix għall-verità jew li b'xi mod, anki bil-preżentazzjoni totali tagħha, tqarraq jew x'aktarx tqarraq bil-konsumatur medju, anke jekk it-tagħrif ikun korrett fattwalment, fir-rigward ta' wieħed jew iktar mill-elementi li ġejjin, u li f'kull każ iġġiegħlu jew x'aktarx iġġiegħlu jieħu deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali] li ma kienx jieħu f'ċirkostanzi oħra:

[…]

d) il-prezz jew il-mod kif il-prezz huwa kalkolat, jew l-eżistenza ta' vantaġġ speċifiku fil-prezz".

7. Fil-paragrafi (1) u (2) tiegħu, l-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29, intitolat "Ommissjonijiet qarrieqa", jipprovdi:

"1. Prattika kummerċjali għandha titqies bħala qarrieqameta, fil-kuntest fattwali tagħha, b'kont meħud tal-karatteristiċi u ċ-ċirkostanzi kollha tagħha u tal-limitazzjonijiet tal-mezz ta' komunikazzjoni, tħalli barra tagħrif importanti li l-konsumatur medju għandu bżonn, skond il-kuntest, sabiex jieħu deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali] informata u għaldaqstant tikkawża jew x'aktarx tikkawża li l-konsumatur medju jieħu deċiżjoni transazzjonali li ma kienx jieħu f'ċirkostanzi oħra.

2. Prattika kummerċjali għandha titqies wkoll bħala ommissjoni qarrieqa meta kummerċjant jaħbi jew jipprovdi b'manjiera mhux ċara, mhux intelliġibbli, ambigwa u/jew mhux f'waqtha dak it-tagħrif importanti msemmi fil-paragrafu 1, b'kont meħud tal-kwistjonijiet deskritti f'dak il-paragrafu, jew […] jonqos milli jidentifika l-intenzjoni kummerċjali wara l-prattika kummerċjali jekk din ma tkunx diġà apparenti mill-kuntest u fejn, fi kwalunkwe każ, din tikkawża jew x'aktarx tikkawża li l-konsumatur medju jieħu deċiżjoni transazzjonali li ma kienx jieħu f'ċirkostanzi oħra."

B – *Id-dritt Franċiż*

8. L-Artikolu L. 121-8 tal-kodiċi tal-konsum jipprovdi:

"Kull reklamar li jipparaguna oġġetti jew servizzi billi, b'mod impliċitu jew b'mod espliċitu, jidentifika kompetitur jew oġġetti jew servizzi offruti minn kompetitur, huwa leċitu biss jekk:

1° ma jkunx qarrieqi jew ta' natura li jista' jqarraq;

2° ikun jirrigwarda oġġetti jew servizzi li jissodisfaw l-istess ħtiġijiet jew li huma maħsuba għall-istess għan;

3° ikun jikkompara oġġettivament karatteristika essenzjali, rilevanti, verifikabbli u rappreżentattiva waħda jew iktar ta' dawk l-oġġetti jew servizzi, li jistgħu jinkludu l-prezz."

9. Mid-deċiżjoni tar-rinviju jirriżulta li l-Artikoli L. 121-8 *et seq* tal-kodiċi tal-konsum jikkostitwixxu t-traspożizzjoni tad-Direttiva 2006/114 fid-dritt Franċiż.

III – **Il-kawża prinċipali, id-domandi preliminari u l-proċedura quddiem il-Qorti tal-Ġustizzja**

10. Matul ix-xahar ta' Diċembru 2012, Carrefour nediet kampanja ta' reklamar televiżiva fuq skala kbira, intitolata "Garanzija tal-iktar prezz baxx", billi pparagunat il-prezzijiet ta' 500 prodott ta' ditti ewlenin fil-ħwienet tagħha u fi ħwienet kompetituri u offriet lill-konsumatur li tirrimborsah id-doppju tad-differenza fil-prezz jekk isib prezz irħas xi mkien ieħor. Din il-kampanja, li kienet is-suġġett ta' tmien spots ta' reklamar, kienet turi differenzi fil-prezzijiet favorevoli għall-ħwienet ta' Carrefour meta mqabbla ma' ħwienet kompetituri, fosthom dawk ta' Intermarché.

11. Mit-tieni spot televiżiv 'il quddiem, il-ħwienet ta' Intermarché magħżula għall-paragun kienu kollha supermarkits, filwaqt li l-ħwienet ta' Carrefour kienu kollha ipermarkits. Fl-ispots televiżivi, taħt l-isem Intermarché, b'ittri iżgħar, kien hemm il-kelma "super".

12. Fit-2 ta' Ottubru 2013, wara li intimat lil Carrefour sabiex ittemm it-tixrid ta' dan ir-reklamar, ITM tellgħet lil Carrefour quddiem it-tribunal de commerce de Paris (qorti tal-kummerċ ta' Pariġi, Franza) sabiex, *inter alia*, din tal-aħħar tiġi kkundannata għall-ħlas tas-somma ta' 3 miljun euro bħala danni b'kumpens għad-dannu subit minn ITM, u sabiex jiġi pprojbit it-tixrid fuq it-televiżjoni u fuq l-Internet tar-reklamar inkwistjoni kif ukoll ta' kull prattika ta' reklamar komparattiv ibbażata fuq modalitajiet ta' paragun simili.

13. B'deċiżjoni tal-31 ta' Diċembru 2014, it-tribunal de commerce de Paris (qorti tal-kummerċ ta' Pariġi) ikkundannat lil Carrefour tħallas lil ITM is-somma ta' EUR 800 000 bħala kumpens għad-dannu sostnut, laqgħet it-talbiet ta' projbizzjoni tat-tixrid tar-reklamar u ordnat il-pubblikazzjoni tad-deċiżjoni.

14. Fil-fatt, din il-qorti qieset, *inter alia*, li Carrefour adottat metodu ta' selezzjoni tal-punti tal-bejgħ li kien qarrieqi, li jiffalsifika r-rappreżentattività tal-kwotazzjonijiet tal-prezzijiet u ma josservax ir-rekwiżiti ta' oġġettività li jirriżulta mill-Artikolu L. 121-8 tal-kodiċi tal-konsum, u li dan in-nuqqas ta' oġġettività ta' kampanja ta' reklamar komparattiv kien jikkostitwixxi att ta' kompetizzjoni żleali [5].

15. F'dan ir-rigward, l-imsemmija qorti għamlet il-kunsiderazzjonijiet li ġejjin:

"Fid-dawl tal-fatt li l-ħwienet ta' CARREFOUR magħżula huma ipermarkits, fatt li l-konsumatur ma għandux għarfien ċar tiegħu, minħabba li dan it-tagħrif jinsab biss fuq is-sit tal-internet – u mhux fl-ispots televiżivi, bi kliem b'ittri żgħar fuq il-paġna ewlenija tas-sit CARREFOUR li jippreċiża li l-garanzija tal-iktar prezzijiet baxxi 'hija valida biss fil-ħwienet CARREFOUR u CARREFOUR PLANET. Għaldaqstant din ma hijiex valida fil-ħwienet CARREFOUR Market, CARREFOUR contact, CARREFOUR city';

Li l-ħwienet ta' INTERMARCHÉ magħżula huma kollha, mit-tieni spot 'il quddiem, supermarkits u billi l-bażi tal-paragun żviluppat mingħajr ma ġie informat il-konsumatur;

Li għalhekk, din il-bidla fid-daqs tal-punti tal-bejgħ INTERMARCHÉ magħżula (filwaqt li INTERMARCHÉ għandha 1 336 supermarkit u 79 ipermarkit, jiġifieri 5 % tat-total), li fihom saru l-kwotazzjonijiet tal-prezzijiet, turi n-natura parzjali tal-metodu ta' paragun tal-prezzijiet li huwa kompletament nieqes mill-oġġettività, peress li CARREFOUR tipparaguna, mingħajr ma tgħid dan b'mod espliċitu, il-223 ipermarkit tagħha mal-1 336 supermarkit ta' INTERMARCHÉ;"

5 — It-tribunal de commerce de Paris (qorti tal-kummerċ ta' Pariġi) qieset ukoll li Carrefour kienet naqset milli twettaq l-obbligi tagħha, li jirriżultaw mill-Artikolu L.121-12 tal-kodiċi tal-konsumatur, li tagħti prova tal-eżattezza materjali tad-dikjarazzjonijiet u tal-indikazzjonijiet li kienu jinsabu fir-reklamar inkwistjoni. Barra minn hekk, din il-qorti qieset li l-użu ta' konstatazzjonijiet ta' prezzijiet magħmula diversi xhur qabel it-tixrid tal-ispots televiżivi kien qarrieqi fir-rigward tal-imsemmi artikolu.

16. Carrefour appellat mis-sentenza tat-tribunal de commerce de Paris (qorti tal-kummerċ ta' Pariġi) quddiem il-cour d'appel de Paris (qorti tal-appell ta' Pariġi), li ddeċidiet li tissospendi l-proċeduri quddiemha u li tagħmel lill-Qorti tal-Ġustizzja d-domandi preliminari li ġejjin:

"1) [L-]Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 [għandu] jiġi interpretat fis-sens li paragun tal-prezz ta' prodotti mibjugħa minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni huwa leġittimu biss jekk il-prodotti jinbiegħu fi ħwienet identiċi f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom[?]

2) [I]l-fatt li l-ħwienet li l-prezzijiet tagħhom huma pparagunati huma differenti f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom [jikkostitwixxi] tagħrif importanti, fis-sens tad-[Direttiva 2005/29], li għandu neċessarjament jingieb għall-attenzjoni tal-konsumatur[?]

3) Fil-każ ta' risposta affermattiva […] sa liema grad u/jew b'liema mezz għandu jixxerred dan it-tagħrif lill-konsumatur[?]".

17. Carrefour, ITM, il-Gvern Franċiż kif ukoll il-Kummissjoni Ewropea ppreżentaw osservazzjonijiet bil-miktub, u pparteċipaw fis-seduta tas-6 ta' Lulju 2016.

IV – **Analiżi ġuridika**

A – *Fuq l-interpretazzjoni tal-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 (l-ewwel domanda)*

1. L-interpretazzjonijiet proposti

18. Iż-żewġ partijiet fil-kawża prinċipali jqisu li l-ewwel domanda preliminari teħtieġ risposta negattiva, jiġifieri li l-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 ma jirrikjedix li paragun tal-prezzijiet tal-prodotti mibjugħa minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni jkun jirrigwarda prodotti mibjugħa fi ħwienet identiċi f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom.

19. Il-Gvern Franċiż iqis li paragun tal-prezzijiet magħmul għal prodotti mibjugħa minn ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom jikkostitwixxi paragun oġġettiv fis-sens tal-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114, iżda jista' jikkostitwixxi reklamar komparattiv qarrieqi fis-sens tal-Artikolu 4(a) ta' din id-direttiva, li għandu jiġi vverifikat mill-qorti tar-rinviju.

20. Il-Kummissjoni tqis li, fil-maġġoranza tal-każijiet, asimmetrija fid-daqs u l-format bejn min jirreklama u l-kompetitur ma hijiex ta' natura li tiżgwida lill-konsumatur u taffettwa l-imġiba tiegħu. Madankollu, fil-fehma tal-Kummissjoni, ma jistax jiġi eskluż li, f'ċerti ċirkustanzi, tali differenzi jistgħu jkunu tali li jkollhom natura qarrieqa fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114, u dan ikun jiddependi b'mod partikolari mil-livell ta' tagħrif mogħti lill-konsumatur. Bl-istess mod, il-verifika tal-kundizzjoni ta' oġġettività msemmija fil-punt (ċ) ta' dan l-artikolu tkun tiddependi minn analiżi każ b'każ.

21. Min-naħa tiegħi, inqis li għar-raġunijiet esposti hawn taħt, l-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 ma jipprekludix, fil-prinċipju, li min jirreklama jwettaq paragun għal finijiet ta' reklamar ta' prezzijiet fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom (il-parti A.2)[6]. Madankollu, inqis li reklamar bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali jista', f'ċerti ċirkustanzi, ikollu natura qarrieqa fis-sens tal-imsemmi Artikolu 4(a) (il-parti A.3), u jinjora l-kundizzjoni ta' oġġettività, stabbilita fil-punt (ċ) ta' dan l-artikolu (il-parti A.4).

6 — Mid-deċiżjoni tar-rinviju ma jirriżultax f'liema sens il-qorti tar-rinviju tuża l-kunċetti ta' "format" u ta' "daqs". Fuq il-bażi tal-osservazzjonijiet ippreżentati lill-Qorti tal-Ġustizzja, nissupponi li l-kunċett ta' "format" ifisser it-tip ta' ħanut (pereżempju ipermarkit, supermarkit jew ħanut lokali), filwaqt li l-kunċett ta' "daqs" ifisser l-erja tal-bejgħ tal-ħanut.

2. Fuq il-possibbiltà li, fil-prinċipju, isir paragun tal-prezzijiet ta' prodotti mibjugħa fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom

22. L-Artikolu 4 tad-Direttiva 2006/114 jelenka l-kundizzjonijiet li għandhom jiġu ssodisfatti b'mod kumulattiv sabiex reklamar komparattiv ikun legali[7]. Fost dawn il-kundizzjonijiet, fil-punt (a) ta' dan l-artikolu hemm b'mod partikolari r-rekwiżit li r-reklamar komparattiv ma jkunx qarrieqi u, fil-punt (ċ), ir-rekwiżit li r-reklamar jipparaguna b'mod oġġettiv karatteristika essenzjali, rilevanti, verifikabbli u rappreżentattiva waħda jew iktar ta' dawn l-oġġetti u s-servizzi, inkluż possibbilment il-prezz.

23. Mill-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja dwar id-Direttiva 84/450/KEE[8], li tħassret u ġiet issostitwita bid-Direttiva 2006/114[9], jirriżulta li din l-ewwel direttiva armonizzat b'mod eżawrjenti l-kundizzjonijiet ta' legalità tar-reklamar komparattiv fl-Istati Membri, li jimplika li l-legalità tar-reklamar komparattiv fl-Unjoni Ewropea kollha għandha tiġi evalwata biss fid-dawl tal-kriterji stabbiliti mil-leġiżlatur tal-Unjoni[10].

24. Billi d-Direttiva 2006/114 ikkodifikat id-Direttiva 84/450[11], inqis li l-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja dwar l-interpretazzjoni ta' din id-direttiva tal-aħħar tista' tiġi ttrasposta bis-sħiħ għas-sitwazzjonijiet li jaqgħu taħt id-Direttiva 2006/114.

25. Għar-raġunijiet segwenti, inqis li l-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 ma jipprekludix, fil-prinċipju, li paragun tal-prezzijiet għal finijiet ta' reklamar ikun jirrigwarda prodotti mibjugħa fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, sakemm il-paragun ma jkunx qarrieqi fis-sens tal-imsemmi punt (a) u sakemm dan ikun oġġettiv fis-sens tal-imsemmi punt (ċ).

26. L-ewwel nett, projbizzjoni ġenerali tal-paraguni ta' prezzijiet ta' prodotti mibjugħa fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom ma jkollha ebda bażi fit-test tad-Direttiva 2006/114. Filwaqt li l-Artikolu 4(b) ta' din id-direttiva jirrikjedi li l-oġġetti u s-servizzi li huma s-suġġett tar-reklamar komparattiv ikunu komparabbli[12], tali rekwiżit ma huwiex previst fir-rigward tal-punti tal-bejgħ li fihom jinbiegħu dawn l-oġġetti[13].

7 — Ara l-premessa 11 tad-Direttiva 2006/114. Skont l-Artikolu 2(ċ) ta' din id-direttiva, "reklamar komparattiv" ifisser "kull reklamar li espliċitament jew b'deduzzjoni jidentifika kompetitur jew merkanzija jew servizzi offruti minn kompetitur". Ara, fuq il-kunċett ta' "reklamar komparattiv", is-sentenza tad-19 ta' April 2007, De Landtsheer Emmanuel (C-381/05, EU:C:2007:230, punti 14 sa 24).

8 — Direttiva tal-Kunsill, tal-10 ta' Settembru 1984, dwar l-approssimazzjoni tal-liġijiet, regolamenti u dispożizzjonijiet amministrattivi tal-Istati Membri dwar reklamar qarrieqi (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 15, Vol. 1, p. 227), kif emendata bid-Direttiva 97/55/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tas-6 ta' Ottubru 1997 (ĠU Edizzjoni Speċjali bil-Malti, Kapitolu 15, Vol. 3, p. 365) u bid-Direttiva 2005/29.

9 — Ara l-premessa 1 u l-Artikolu 10 tad-Direttiva 2006/114.

10 — Ara s-sentenzi tat-8 ta' April 2003, Pippig Augenoptik (C-44/01, EU:C:2003:205, punt 44), u tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punt 22). Ara wkoll it-tieni subparagrafu tal-Artikolu (8)(1) tad-Direttiva 2006/114 u l-Artikolu 7(2) tad-Direttiva 84/450.

11 — Ara l-premessa 1 tad-Direttiva 2006/114 u l-punt 4 tal-memorandum ta' spjegazzjoni tal-proposta għal direttiva tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill dwar ir-reklamar qarrieqi u r-reklamar komparattiv, tad-19 ta' Mejju 2006 [COM(2006) 222 finali], li wasslet għall-adozzjoni tagħha.

12 — Skont dan l-Artikolu 4(b), ir-reklamar komparattiv huwa legali sakemm "jagħmel paragun bejn merkanzija jew servizzi li jissodisfaw l-istess ħtiġijiet jew li huma maħsuba għall-istess għan". Ara, għal dak li jirrigwarda din il-kundizzjoni, is-sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punti 24 sa 39), u tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punti 25 sa 40).

13 — Ara, għal dak li jirrigwarda l-paragun tal-prodotti mixtrija permezz ta' kanali ta' distribuzzjoni differenti, is-sentenza tat-8 ta' April 2003, Pippig Augenoptik (C-44/01, EU:C:2003:205, punt 65).

27. It-tieni nett, fil-fehma tiegħi, tali projbizzjoni tkun kuntrarja għall-għanijiet segwiti mill-Artikolu 4 tad-Direttiva 2006/114, jiġifieri, skont il-kliem tal-Qorti tal-Ġustizzja, li "*jħeġġeġ il-kompetizzjoni* bejn il-forniturі ta' oġġetti u ta' servizzi, fl-interess tal-konsumaturi, billi jippermetti lill-kompetituri jinvokaw b'mod oġġettiv il-vantaġġi tal-prodotti differenti paragunabbli u billi jipprojbixxi, fl-istess waqt, prattiċi li jistgħu jikkawżaw distorsjoni tal-kompetizzjoni, jippreġudikaw lill-kompetituri u jkollhom effett negattiv fuq l-għażliet tal-konsumaturi" [14].

28. Huwa minn din il-perspettiva ta' stimolu tal-kompetizzjoni li l-Qorti tal-Ġustizzja kkonstatat li l-kundizzjonijiet ta' legalità tar-reklamar komparattiv "għandhom jiġu interpretati *fl-iktar sens favorevoli*, sabiex jippermettu r-reklamar jipparaguna oġġettivament il-karatteristiċi ta' oġġetti jew ta' servizzi, filwaqt li jiżguraw li r-reklamar komparattiv ma jintużax b'mod antikompetittiv u żleali jew b'mod li jippreġudika l-interessi tal-konsumaturi" [15]. Interpretazzjoni restrittiva tal-Artikolu 4(a) u (ċ), li tkun twassal sabiex jiġi pprojbit, b'mod ġenerali, il-paragun tal-prezz ta' prodotti mibjugħa fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, evidentement ma tkunx l-iktar waħda favorevoli għar-reklamar komparattiv u tkun tista' tikkawża distorsjoni tal-kompetizzjoni permezz tal-prezzijiet.

29. It-tielet nett, tali projbizzjoni diffiċli li tiġi rrikonċiljata mal-enfasi magħmula mill-Qorti tal-Ġustizzja, fil-ġurisprudenza tagħha dwar ir-reklamar komparattiv, fuq il-libertà ekonomika ta' min jirreklama għal dak li jirrigwarda l-modalitajiet tal-paragun. Il-Qorti tal-Ġustizzja b'mod partikolari qieset li l-għażla tan-numru ta' paraguni li min jirreklama jixtieq jagħmel bejn il-prodotti li huwa joffri u dawk li joffru l-kompetituri tiegħu taqa' taħt il-libertà ekonomika ta' min jirreklama [16]. Barra minn hekk, il-Qorti tal-Ġustizzja aċċettat li, taħt ċerti kundizzjonijiet, għandu jkun permess ir-reklamar komparattiv li jirrigwarda, b'mod kollettiv, assortimenti ta' prodotti ta' konsum ta' kuljum ikkummerċjalizzati minn żewġ katini ta' stabbilimenti kbar tal-bejgħ kompetituri u li jirrigwarda l-prezzijiet tagħhom għal dak li jikkonċerna l-assortiment komparabbli tagħhom [17].

30. Fil-fehma tiegħi, xejn ma jippermetti li jitqies *a priori* li l-libertà ekonomika ta' min jirreklama ma testendix ukoll għall-possibbiltà li wieħed iwettaq paragun tal-prezzijiet fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom. Sa fejn min jirreklama jkun kapaċi jwettaq ekonomiji ta' skala, minħabba d-daqs, il-format jew in-numru ta' ħwienet li jkollu, u, konsegwentement, li jbigħ bi prezzijiet irħas minn dawk tal-kompetituri tiegħu, huwa għandu jkollu l-possibbiltà li jikseb vantaġġi minn dan għal finijiet ta' kummerċjalizzazzjoni.

31. Barra minn hekk, reklamar dwar tali differenzi fil-prezzijiet jista' jkun utli għall-konsumaturi, u joffrilhom il-possibbiltà, skont il-kliem tal-Qorti tal-Ġustizzja, li jagħmlu l-aħjar użu mis-suq intern, minħabba li r-reklamar huwa mezz importanti ħafna sabiex jinħolqu swieq ġenwini għall-oġġetti u s-servizzi kollha fi ħdan l-Unjoni [18]. Jien tal-fehma li l-konsumatur medju huwa għalkollox kapaċi jiddeċiedi jekk differenza fil-prezzijiet tiġġustifikax, fil-fehma tiegħu, ix-xiri ta' prodott minn ħanut jew minn ieħor, meta jkun hemm differenzi fil-format jew id-daqs tagħhom, u dan jista' jimplika wkoll differenzi f'termini ta' prossimità ġeografika tal-ħwienet.

14 — Enfasi miżjuda minni. Sentenza tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punt 20 u l-ġurisprudenza ċċitata), li kienet tirrigwarda d-dispożizzjoni korrispondenti għall-Artikolu 3a tad-Direttiva 84/450. Ara wkoll il-premessi 6, 8 u 9 tad-Direttiva 2006/114 u s-sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punt 33).

15 — Enfasi miżjuda minni. Sentenza tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punt 21 u l-ġurisprudenza ċċitata). Ara wkoll is-sentenza tal-25 ta' Ottubru 2001, Toshiba Europe (C-112/99, EU:C:2001:566, punt 37). Din il-ġurisprudenza tikkonċerna l-interpretazzjoni tal-Artikolu 3a tad-Direttiva 84/450 li, essenzjalment, huwa identiku għall-Artikolu 4 tad-Direttiva 2006/114.

16 — Sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punt 29 u l-ġurisprudenza ċċitata).

17 — Sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punt 39).

18 — Sentenza tat-23 ta' Frar 2006, Siemens (C-59/05, EU:C:2006:147, punt 22 u l-ġurisprudenza ċċitata). Ara wkoll il-premessa 6 tad-Direttiva 2006/114. Ara, dwar l-utilità tal-informazzjoni komparattiva dwar il-livell ġenerali tal-prezzijiet f'katini ta' stabbilimenti kbar tal-bejgħ, is-sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punt 35).

32. Jien għaldaqstant inqis li l-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114 ma jipprekludix, fil-prinċipju, sitwazzjoni fejn operatur ta' ipermarkit jipparaguna l-prezzijiet fil-ħanut tiegħu stess ma' dawk fi ħwienet kompetituri differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, bħal supermarkits jew ħwienet lokali, sakemm il-prodotti magħżula għall-paragun ikunu komparabbli u l-paragun ma jkunx qarrieqi fis-sens tal-imsemmi punt (a) u sakemm ikun oġġettiv fis-sens tal-imsemmi punt (ċ).

33. Din il-konklużjoni tapplika wkoll għall-istabbilimenti kbar ta' distribuzzjoni mifruxa, bħal Carrefour u Intermarché [19]. Għalhekk, ma nista' nara ebda bażi legali li tkun tippermetti li tali stabbilimenti jkunu suġġetti għal kundizzjonijiet iktar restrittivi jew supplimentari, għal dak li jikkonċerna r-reklamar komparattiv, meta mqabbla ma' dawk applikabbli għall-atturi ekonomiċi l-oħra skont id-Direttiva 2006/114.

34. Madankollu, bħall-Gvern Franċiż u l-Kummissjoni, inqis li f'ċirkustanzi partikolari, differenza fid-daqs jew fil-format bejn il-ħwienet ta' min jirreklama u dawk tal-kompetitur tista' taffettwa l-legalità tar-reklamar komparattiv fir-rigward tal-kundizzjonijiet previsti fl-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114.

35. Dan jista' jkun il-każ b'mod partikolari meta, bħal fil-każ preżenti, min jirreklama jipparaguna prezzijiet fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom.

36. F'każ bħal dan, jeżisti riskju li r-reklamar komparattiv ikun ta' natura qarrieqa fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 u li dan ma jissodisfax il-kundizzjoni ta' oġġettività prevista fil-punt (ċ) ta' dan l-artikolu. Dan ser nelabora dwaru fil-partijiet segwenti (il-partijiet A.3 u A.4).

3. Fuq il-kundizzjoni prevista fl-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 li r-reklamar komparattiv ma jkunx qarrieqi

37. L-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 jipprevedi, bħala kundizzjoni biex ir-reklamar komparattiv ikun permess, il-fatt li dan ma jkunx qarrieqi, b'mod partikolari fis-sens tal-Artikolu 2(b) ta' din id-direttiva jew fis-sens tal-Artikoli 6 u 7 tad-Direttiva 2005/29 [20].

38. Minn qari kkombinat ta' dawn id-dispożizzjonijiet [21] jirriżulta li l-konstatazzjoni tan-natura qarrieqa ta' reklamar komparattiv fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 tiddependi, minn naħa, mill-kapaċità tiegħu li jiżgwida lill-konsumatur, irrispettivament minn jekk hux b'azzjoni jew b'ommissjoni, u, min-naħa l-oħra, mill-kapaċità tiegħu li jaffettwa l-imġiba ekonomika tal-konsumatur b'mod partikolari billi jaffettwa d-deċiżjoni kummerċjali tiegħu [22], jew li jippreġudika lil kompetitur.

19 — Għall-finijiet ta' dawn il-konklużjonijiet, il-kliem "stabbiliment ta' distribuzzjoni" jfisser grupp ta' ħwienet li joperaw taħt ismijiet kummerċjali identiċi jew simili. Waqt is-seduta, Carrefour innotat li l-isem Carrefour jintuża għall-ipermarkits li jagħmlu parti mill-grupp Carrefour, filwaqt li s-supermarkits li jappartjenu għal dan il-grupp joperaw taħt l-isem Carrefour Market. Mill-osservazzjonijiet ippreżentati minn ITM jirriżulta li l-ipermarkits jappartjenu għall-grupp Intermarché joperaw taħt l-isem kummerċjali Intermarché Hyper filwaqt li s-supermarkits jużaw l-isem Intermarché Super.

20 — L-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 jagħmel riferiment ukoll għall-Artikolu 3 ta' din id-direttiva li jelenka l-karatteristiċi li għandhom jittieħdu inkunsiderazzjoni sabiex jiġi ddeterminat jekk reklamar huwiex qarrieqi, inkluż, skont il-punt (b) tiegħu, "il-prezz jew il-manjiera li bihom l-prezz jiġi kkalkolat, u l-kondizzjonijiet li bihom il-merkanzija tkun provduta jew is-servizzi jkunu mogħtija", kif ukoll għall-Artikolu 8 tal-imsemmija direttiva, li skontu hija ma tostakolax iż-żamma fis-seħħ jew l-adozzjoni mill-Istati Membri ta' dispożizzjonijiet bil-għan li jiżguraw protezzjoni iktar estiża tal-kummerċjanti u l-kompetituri, fir-rigward tar-reklamar qarrieqi.

21 — Ara l-punti 4, 6 u 7 ta' dawn il-konklużjonijiet.

22 — Ara, għal dak li jirrigwarda l-kunċett ta' "deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali]", l-Artikolu 2(k) tad-Direttiva 2005/29.

Reklamar komparattiv ikollu natura qarrieqa wkoll fis-sens ta' dan l-artikolu jekk min jirreklama jonqos milli jinkludi tagħrif importanti, fis-sens tal-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 2005/29, sakemm din l-ommissjoni tkun tista' twassal sabiex il-konsumatur medju jieħu deċiżjoni kummerċjali li ma kienx jieħu f'ċirkustanzi oħra [23].

39. Skont il-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja, hija l-qorti tar-rinviju li għandha tivverifika, fid-dawl taċ-ċirkustanzi tal-każ, jekk, meta jitqiesu l-konsumaturi li lilhom huwa indirizzat, reklamar komparattiv jistax ikun ta' natura qarrieqa, fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 [24]. In-natura qarrieqa ta' reklamar komparattiv b'hekk tiddependi minn evalwazzjoni każ b'każ [25].

40. F'dan ir-rigward, il-qorti tar-rinviju għandha, minn naħa, tieħu inkunsiderazzjoni l-perċezzjoni li jkollu l-konsumatur medju, normalment informat u raġonevolment attent u avżat, tal-prodotti jew tas-servizzi li jkunu s-suġġett tar-reklamar inkwistjoni. Sabiex twettaq l-evalwazzjoni meħtieġa, din il-qorti għandha, min-naħa l-oħra, tieħu inkunsiderazzjoni l-elementi kollha rilevanti tal-kawża, billi tagħti kas, kif jirriżulta mill-Artikolu 3 tad-Direttiva 2006/114, tal-indikazzjonijiet li jinsabu fir-reklamar kontenzjuż u, b'mod iktar ġenerali, tal-karatteristiċi kollha tiegħu [26].

41. F'dan il-każ, Carrefour ipparagunat il-prezzijiet fi ħwienet li kienu biss, mit-tieni spot televiżiv 'il quddiem, ipermarkits tal-istabbilimenti ta' Carrefour u supermarkits tal-istabbilimenti ta' Intermarché, meta dawn iż-żewġ stabbilimenti t-tnejn li huma għandhom kemm ipermarkits kif ukoll supermarkits.

42. Fil-fehma tiegħi, tali paragun asimmetriku jista' jwassal sabiex jiżgwida lill-konsumatur medju fir-rigward tad-differenza reali fil-prezzijiet applikati fil-ħwienet ta' min jirreklama u f'dawk tal-kompetitur, billi jagħti l-impressjoni lil dan il-konsumatur li l-ħwienet kollha li jagħmlu parti minn dawn l-istabbilimenti ttieħdu inkunsiderazzjoni sabiex jiġu kkalkolati l-indikazzjonijiet tal-prezzijiet ippreżentati fir-reklamar, filwaqt li dawn l-indikazzjonijiet jgħoddu biss għal ċerti tipi mill-ħwienet tal-imsemmija stabbilimenti.

43. F'dan ir-rigward, jeħtieġ li jitqies li, b'mod ġenerali, il-prezzijiet tal-oġġetti ta' konsum ta' kuljum jistgħu jvarjaw skont il-format u d-daqs tal-ħanut [27] u li tali paragun asimmetriku għalhekk jista' jkollu l-effett li joħloq jew iżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet bejn min jirreklama u l-kompetitur, skont l-għażla ta' ħwienet li jiġu pparagunati.

44. Barra minn hekk, inqis li tali reklamar li jenfasizza l-livell ġenerali tal-iktar prezzijiet baxxi ta' min jirreklama meta mqabbla mal-kompetituri ġeneralment jista' jinfluwenza b'mod sinjifikattiv l-imġiba ekonomika tal-konsumatur, b'mod partikolari d-deċiżjoni tiegħu li jidħol fil-ħwienet ta' stabbiliment ta' wieħed jew tal-ieħor [28].

45. B'riżultat ta' dan, reklamar bħal dak inkwistjoni fil-kawża prinċipali jista' jkun ta' natura qarrieqa fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114, kwistjoni li għandha tiġi vverifikata mill-qorti tar-rinviju. Din il-qorti, b'mod partikolari, għandha tiddetermina jekk, fir-rigward taċ-ċirkustanzi rilevanti kollha tal-każ, u b'mod partikolari fir-rigward tal-indikazzjonijiet jew l-ommissjonijiet li

23 — Ara, għal dak li jirrigwarda l-kunċett ta' "tagħrif importanti" fis-sens tal-imsemmi Artikolu 7(1), il-punti 62 sa 71 ta' dawn il-konklużjonijiet.

24 — Ara s-sentenza tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punt 46 u l-ġurisprudenza ċċitata).

25 — Ara, f'sens analogu, fir-rigward tad-determinazzjoni tan-natura "żleali" ta' prattika kummerċjali fid-dawl tal-kriterji stabbiliti fl-Artikoli 5 sa 9 tad-Direttiva 2005/29, id-digriet tat-8 ta' Settembru 2015, Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, punt 38 u l-ġurisprudenza ċċitata).

26 — Ara, f'dan is-sens, is-sentenza tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punti 47 u 48, kif ukoll il-ġurisprudenza ċċitata). Ara wkoll il-premessa 18 tad-Direttiva 2005/29.

27 — L-informazzjoni pprovduta lill-Qorti tal-Ġustizzja madankollu ma tippermettix li tiġi ddeterminata l-korrelazzjoni eżatta bejn il-format u d-daqs tal-ħanut minn naħa, u l-livell tal-prezzijiet min-naħa l-oħra.

28 — B'konformità mal-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja, il-kunċett ta' "deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali]" fis-sens tad-Direttiva 2005/29, ma jinkludix biss id-deċiżjoni li jiġi akkwistat jew le prodott, iżda wkoll dik li toħloq rabta diretta magħha, b'mod partikolari dik tad-dħul fil-ħanut. Ara s-sentenza tad-19 ta' Diċembru 2013, Trento Sviluppo u Centrale Adriatica (C-281/12, EU:C:2013:859, punt 36).

jakkumpanjaw ir-reklamar kontenzjuż [29], id-deċiżjoni kummerċjali ta' għadd sinjifikattiv ta' konsumaturi li lilhom huwa indirizzat dan ir-reklamar tistax tittieħed bl-idea żbaljata li l-ħwienet kollha li jagħmlu parti mill-istabbilimenti ttieħdu inkunsiderazzjoni sabiex jiġi kkalkolat il-livell ġenerali tal-prezzijiet u l-ammont tal-iffrankar li jiftaħar bih ir-reklamar u li, għaldaqstant, dawn il-konsumaturi jiffrankaw bil-mod li jiftaħar bih l-imsemmi reklamar billi jixtru b'mod regolari l-oġġetti ta' konsum ta' kuljum mill-ħwienet tal-istabbiliment ta' min jirreklama minflok mill-ħwienet tal-istabbiliment kompetitur [30].

46. Jekk dan kellu jkun il-każ, ir-reklamar, fil-fehma tiegħi, ikun meqjus qarrieqi fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114, sakemm min jirreklama ma jkunx f'pożizzjoni li juri li l-indikazzjonijiet tal-prezzijiet fir-reklam fil-fatt japplikaw għall-ħwienet kollha tal-istabbilimenti [31].

4. Fuq il-kundizzjoni prevista fl-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114 li l-paragun għandu jkun oġġettiv

47. Skont l-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114, ir-reklamar komparattiv huwa permess jekk dan jipparaguna b'mod oġġettiv waħda jew iżjed mill-karatteristiċi essenzjali, rilevanti, verifikabbli u rappreżentattivi tal-oġġetti u s-servizzi, li jistgħu jinkludu l-prezz.

48. B'konformità mal-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja, din id-dispożizzjoni tistabbilixxi żewġ tipi ta' rekwiżiti b'rabta mal-oġġettività tal-paragun. Minn naħa, il-kriterji kumulattivi tan-natura essenzjali, rilevanti, verifikabbli u rappreżentattiva tal-karatteristika ta' prodott li mill-perspettiva tagħha jsir il-paragun, imposti minn din id-dispożizzjoni, jikkontribwixxu sabiex jiġi ggarantit li l-imsemmi paragun ikun ta' natura oġġettiva. Min-naħa l-oħra, dan l-artikolu jenfasizza b'mod espliċitu li l-karatteristiċi li jissodisfaw ir-raba' kriterji msemmija hawn fuq għandhom jiġu pparagunati b'mod oġġettiv. Dan ir-rekwiżit tal-aħħar essenzjalment għandu l-għan li jeskludi l-paraguni li allegatament huma bbażati fuq l-evalwazzjoni suġġettiva tal-awtur tagħhom iktar milli fuq konstatazzjoni oġġettiva [32].

49. Fil-kawża prinċipali, it-tribunal de commerce de Paris (qorti tal-kummerċ ta' Pariġi) akkużat lil Carrefour li, b'mod partikolari, adottat metodu ta' selezzjoni tal-punti tal-bejgħ li kien jikkawża distorsjoni tar-rappreżentattività tal-kwotazzjonijiet tal-prezzijiet u li ma kienx josserva r-rekwiżiti ta' oġġettività li jirriżultaw mid-dispożizzjonijiet nazzjonali, billi pparaguna l-prezzijiet fl-ipermarkits tiegħu stess ma' dawk fis-supermarkits tal-istabbiliment Intermarché [33].

50. Min-naħa tagħha, Carrefour sostniet, fis-seduta quddiem il-Qorti tal-Ġustizzja, li hemm lok li ssir distinzjoni bejn l-għażla tal-parametri tal-paragun minn naħa, li taqa' taħt il-libertà ekonomika ta' min jirreklama, u l-applikazzjoni konkreta tal-paragun min-naħa l-oħra, li hija suġġetta għall-kundizzjoni ta' oġġettività prevista fl-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114. Dejjem skont Carrefour, l-għażla tal-kompetituri li min jirreklama jipparaguna lilu nnifsu magħhom taqa' taħt il-libertà tiegħu u ma tistax tiġi ristretta għall-ħwienet identiċi f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom.

51. L-argumenti mressqa minn Carrefour ma jikkonvinċunix għar-raġunijiet segwenti.

29 — F'dan il-każ, il-kelma "super" kienet tidher, fir-reklami televiżivi, taħt l-isem Intermarché, b'ittri iżgħar. Ara l-punt 11 ta' dawn il-konklużjonijiet.

30 — Ara, f'sens analogu, is-sentenzi tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punti 83 sa 85), kif ukoll tat-18 ta' Novembru 2010, Lidl (C-159/09, EU:C:2010:696, punti 50 u 56).

31 — Ara, għal dak li jirrigwarda l-obbligu ta' min jirreklama li jagħti prova tal-eżattezza materjali tal-fatti inklużi fir-reklamar tiegħu, il-premessa 19 tad-Direttiva 2006/114 u s-sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punti 68 u 70). Fil-każ preżenti, jidher li ma huwiex ikkontestat li l-indikazzjonijiet tad-differenzi fil-prezzijiet ippreżentati fil-kampanja ta' reklamar kontenzjuża kienu japplikaw biss għall-ipermarkits tal-istabbiliment Carrefour meta mqabbla mas-supermarkits tal-istabbiliment Intermarché.

32 — Sentenza tad-19 ta' Settembru 2006, Lidl Belgium (C-356/04, EU:C:2006:585, punti 43 sa 46), li kienet tirrigwarda l-Artikolu 3a(1)(ċ) tad-Direttiva 84/450. Ara wkoll il-premessa 9 tad-Direttiva 2006/114.

33 — Ara l-punti 13 sa 15 ta' dawn il-konklużjonijiet.

52. L-ewwel nett, minkejja li huwa minnu li min jirreklama għandu, skont il-ġurisprudenza tal-Qorti tal-Ġustizzja, setgħa diskrezzjonali fir-rigward tal-modalitajiet tal-paragun [34], ma nara ebda raġuni sabiex wieħed iqis li din is-setgħa hija ta' natura assoluta. Barra minn hekk, ma narax li hemm bażi legali fid-Direttiva 2006/114 sabiex issir id-distinzjoni proposta minn Carrefour. Għall-kuntrarju, skont il-kliem tal-Artikolu 4, il-kundizzjonijiet elenkati fil-punti (a) sa (h) ta' dan l-artikolu japplikaw "safejn il-paragun huwa konċernat", u mhux biss għal ċerti karatteristiċi tiegħu.

53. It-tieni nett, bħall-Kummissjoni, inqis li f'dan il-każ, ma hijiex daqstant inkwistjoni l-għażla tal-kompetitur, iżda pjuttost il-*mod* kif din l-għażla saret minn min jirreklama u, f'dan il-kuntest, it-tagħrif mogħti lill-konsumaturi.

54. Għaldaqstant inqis li fil-kawża preżenti, tqum fuq kollox il-kwistjoni jekk reklamar, bħar-reklamar kontenzjuż, jissodisfax ir-rekwiżit li jirriżulta mill-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114, li r-reklamar "jagħmel paragun oġġettiv" ta' karatteristika waħda jew iktar tal-oġġetti.

55. Fil-kuntest ta' paragun mil-lat tal-prezz, ir-rekwiżit ta' oġġettività tal-paragun jimplika, fil-fehma tiegħi, li kwalunkwe indikazzjoni tal-prezz li tkun tinsab fil-messaġġ ta' reklamar għandha tirrifletti l-prezzijiet applikati fir-realtà minn min jirreklama u mill-kompetitur. Fi kliem ieħor, ir-rekwiżit ta' oġġettività jirrikjedi li min jirreklama jippreżenta l-kundizzjonijiet tas-suq b'mod korrett u leali [35]. Infakkar li, f'dan ir-rigward, id-Direttiva 2006/114 għandha l-għan b'mod partikolari li tħares lill-kummerċjanti mir-reklamar qarrieqi u mill-konsegwenzi żleali tiegħu [36].

56. Bħalma jirriżulta mill-punt 41 ta' dawn il-konklużjonijiet, fil-każ preżenti, Carrefour wettqet paragun tal-prezzijiet applikati fi ħwienet, li mit-tieni spot televiżiv 'il quddiem, kienu biss ipermarkits tal-istabbiliment Carrefour u supermarkits tal-istabbiliment Intermarché, meta ż-żewġ stabbilimenti t-tnejn li huma għandhom kemm ipermarkits kif ukoll supermarkits.

57. Kif indikajt preċedentement, jien inqis, b'mod ġenerali, li l-prezzijiet tal-oġġetti ta' konsum ta' kuljum jistgħu jvarjaw skont il-format u d-daqs tal-ħanut u li, konsegwentement, tali paragun asimmetriku jista' jkollu l-effett li joħloq jew iżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet bejn min jirreklama u l-kompetitur, skont l-għażla tal-ħwienet li jkunu s-suġġett tal-paragun [37]. F'dan il-każ, il-paragun ma jkunx jirrifletti l-kundizzjonijiet tas-suq b'mod korrett u leali u konsegwentement ma jkunx jissodisfa r-rekwiżit ta' oġġettività stabbilit mill-Artikolu 4(ċ) tad-Direttiva 2006/114.

58. Fil-każ preżenti, hija l-qorti tar-rinviju li għandha tiddetermina jekk l-għażla tal-ħwienet li huma s-suġġett tal-paragun kontenzjuż għandhiex l-effett li toħloq jew iżżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet bejn min jirreklama u l-kompetitur.

34 — Ara l-punt 29 ta' dawn il-konklużjonijiet.

35 — Ara, f'dan ir-rigward, il-punt 18 tal-Anness I tad-Direttiva 2005/29, li skontu l-fatt li l-kummerċjant "jgħaddi tagħrif li huwa essenzjalment mhux eżatt dwar kondizzjonijiet tas-suq […], bl-intenzjoni li jipperswadi lill-konsumatur jakkwista l-prodott b'kondizzjonijiet inqas favorevoli mill-kondizzjonijiet normali tas-suq" jikkostitwixxi prattika kummerċjali meqjusa żleali fiċ-ċirkustanzi kollha. Ara, għal dak li jirrigwarda l-għodod ta' evalwazzjoni mill-konsumaturi u s-siti ta' paragun tal-prezzijiet, il-punt 3.4.2 tar-rapport tal-Kummissjoni lill-Parlament Ewropew, lill-Kunsill u lill-Kumitat Ekonomiku u Soċjali Ewropew dwar l-applikazzjoni tad-Direttiva 2005/29.

36 — L-Artikolu 1 tad-Direttiva 2006/114. Ara wkoll is-sentenza tat-13 ta' Marzu 2014, Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150, punti 22 u 27).

37 — Ara l-punt 43 ta' dawn il-konklużjonijiet.

B – *Fuq l-interpretazzjoni tad-Direttiva 2005/29 (it-tieni domanda)*

1. Id-domanda preliminari u l-interpretazzjonijiet proposti

59. Bit-tieni domanda preliminari tagħha, il-qorti tar-rinviju tixtieq tkun taf jekk il-fatt li l-ħwienet li jsir paragun tal-offerti tagħhom f'reklamar komparattiv huma differenti f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom jikkostitwixxix tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29 [38].

60. Carrefour tipproponi li din id-domanda preliminari tingħata risposta negattiva. Skont din il-parti, il-konsumatur huwa l-klijent ta' stabbiliment ta' distribuzzjoni u l-aġir tiegħu la huwa ddeterminat mill-format u lanqas mis-superfiċji tal-ħanut. Għall-kuntrarju, ITM tqis li d-differenza fid-daqs jew il-format tal-ħwienet ipparagunati tikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tad-Direttiva 2005/29, meta din taffettwa r-rappreżentattività tal-kwotazzjonijiet tal-prezzijiet, peress li f'dan il-każ, hija ta' natura li tikkundizzjona b'mod sinjifikattiv id-deċiżjoni tax-xiri tal-konsumatur.

61. Il-Gvern Franċiż u l-Kummissjoni jqisu li, fil-każ inkwistjoni, il-fatt li l-konsumatur ikun jaf li l-ħwienet li l-prezzijiet tagħhom huma pparagunati huma differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs jew il-format tagħhom jista' jikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tad-Direttiva 2005/29, kwistjoni li għandha tiġi vverifikata mill-qorti tar-rinviju.

2. Fuq l-interpretazzjoni tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29

62. Id-Direttiva 2005/29 ma tiddefinixxix il-kunċett ta' "tagħrif importanti" ħlief fil-każ partikolari ta' stedina għax-xiri fis-sens tal-Artikolu 2(i) ta' din id-direttiva [39].

63. Mill-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 2005/29 jirriżulta li l-ommissjoni ta' "tagħrif importanti li l-konsumatur medju għandu bżonn, skond il-kuntest, sabiex jieħu deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali] informata", hija qarrieqa jekk din "tikkawża jew x'aktarx tikkawża li l-konsumatur medju jieħu deċiżjoni transazzjonali [kummerċjali] li ma kienx jieħu f'ċirkostanzi oħra".

64. Għar-raġunijiet segwenti, inqis li l-fatt li l-ħwienet li l-prezzijiet tagħhom huma pparagunati f'reklamar komparattiv huma differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs jew il-format tagħhom, ma jikkostitwixxix sistematikament "tagħrif importanti" fis-sens tal-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 2005/29.

65. L-ewwel nett, għalkemm ċertament ma huwiex eskluż li differenza fil-format jew fid-daqs tal-ħwienet tista' taffettwa l-għażla tal-konsumatur li jagħmel ix-xirjiet tiegħu mingħand ħanut jew minn ieħor, il-kunċett ta' "tagħrif importanti" fis-sens tal-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 2005/29 ma jsemmix kull fattur li jkun jaffettwa, b'xi mod jew ieħor, l-aġir tal-konsumatur, iżda jsemmi biss it-tagħrif li l-konsumatur medju "għandu bżonn" biex jieħu deċiżjoni kummerċjali informata [40].

38 — Ninnota li skont l-Artikolu 3(1) tagħha, id-Direttiva 2005/29 tapplika biss għall prattiki kummerċjali żleali tal-intrapriżi fil-konfront tal-konsumaturi. Madankollu, l-Artikoli 6 u 7 ta' din id-Direttiva jistgħu japplikaw b'mod indirett għar-relazzjonijiet bejn intrapriżi, bħall-partijiet fil-kawża prinċipali, permezz tar-riferiment li jagħmel l-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114 għall-imsemmija dispożizzjonijiet. Ara l-punt 5 ta' dawn il-konklużjonijiet.

39 — L-informazzjoni pprovduta lill-Qorti tal-Ġustizzja mill-qorti tar-rinviju ma tippermettix li jiġi ddeterminat jekk ir-reklamar inkwistjoni jikkostitwixxix stedina għax-xiri fis-sens tal-Artikolu 2(i) tad-Direttiva 2005/29. Jekk dan kellu jkun il-każ, l-informazzjoni elenkata fl-Artikolu 7(4)(a) sa (e) ta' din id-direttiva titqies bħala importanti, ladarba din ma tirriżultax diġà mill-kuntest. Ara, għal dak li jikkonċerna l-kunċett ta' "stedina għax-xiri", is-sentenza tat-12 ta' Mejju 2001,Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299).

40 — Ara wkoll il-punt 3.4.1 tad-dokument ta' ħidma tal-persunal tal-Kummissjoni, tal-25 ta' Mejju 2016, *Guidance on the implementation/application of* directive *2005/29/EC on unfair commercial pratiques* [SWD(2016) 163 final, p. 69].

Effettivament, l-imsemmi artikolu huwa bbażat, kif jirriżulta mix-xogħol preparatorju tad-Direttiva 2005/29, fuq approċċ bl-għan li "jiġi stabbilit bilanċ bejn il-bżonn tal-konsumaturi li jiġu informati u r-rikonoxximent tal-fatt li tagħrif eċċessiv jista' jirriżulta problematiku għall-konsumaturi daqs nuqqas ta' tagħrif" [traduzzjoni mhux uffiċjali] [41].

66. It-tieni nett, għandu jitfakkar li l-Artikolu 7(1) tad-Direttiva 2005/29 jimponi l-obbligu pożittiv fuq il-kummerċjanti li jipprovdu lill-konsumaturi bit-tagħrif kollu meqjus importanti [42], li l-ommissjoni tiegħu hija suġġetta għal sanzjonijiet b'konformità mad-dritt nazzjonali, sa fejn din l-ommissjoni tkun tista' twassal lill-konsumatur sabiex jieħu deċiżjoni kummerċjali li ma kienx jieħu f'ċirkustanzi oħra [43]. L-istess japplika, skont l-Artikolu 7(2), jekk tali tagħrif ikun moħbi jew ipprovdut b'manjiera mhux ċara, mhux intelliġibbli, ambigwa jew mhux f'waqtha. Barra minn hekk, fil-kuntest ta' reklamar komparattiv, l-ommissjoni ta' tagħrif importanti timplika li r-reklamar huwa meqjus bħala qarrieqi fis-sens tal-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2006/114, sa fejn dan ikun jista' jwassal lill-konsumatur medju sabiex jieħu deċiżjoni kummerċjali li ma kienx jieħu f'ċirkustanzi oħra.

67. Fl-assenza ta' definizzjoni komuni fil-livell tad-dritt tal-Unjoni tal-kunċetti ta' "format" u "daqs", fil-fehma tiegħi jekk min jirreklama jkun obbligat b'mod ġenerali li jinforma lill-konsumatur minħabba l-fatt li l-ħwienet ipparagunati huma differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, dan iġib riskju li joħloq konfużjoni iktar milli jikkontribwixxi għal livell għoli ta' protezzjoni tal-konsumaturi, li jikkostitwixxi l-għan segwit mid-Direttiva 2005/29 [44]. Fir-rigward tad-diversi forom ta' distribuzzjoni eżistenti, tali obbligu jidhirli li jkun jimplika li dan it-tagħrif għandu jiġi pprovdut kważi fil-każijiet kollha fejn min jirreklama jagħmel użu minn reklamar komparattiv, bl-effett li jnaqqas b'mod sinjifikattiv il-valur informattiv ta' tali indikazzjoni.

68. Madankollu, jien tal-fehma li f'ċerti ċirkustanzi, il-fatt li l-ħwienet li l-offerti tagħhom huma pparagunati huma differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs u l-format tagħhom jista' jikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29.

69. Dan jista' jkun il-każ b'mod partikolari meta, bħal fil-każ preżenti, min jirreklama jwettaq paragun tal-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur ikunu jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom.

70. Kif ġie indikat preċedentement [45], inqis li tali paragun asimmetriku jista' jkollu l-effett li joħloq jew iżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet bejn min jirreklama u l-kompetitur, skont l-għażla tal-ħwienet li jkunu s-suġġett tal-paragun. Jekk dan ikun il-każ, jidher loġiku li d-differenza fid-daqs u fil-format bejn il-ħwienet ta' min jirreklama u dawk tal-kompetitur tista' tikkostitwixxi tagħrif importanti li l-konsumatur medju għandu bżonn li jkun jaf sabiex jieħu deċiżjoni kummerċjali informata, fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29.

41 — Punt 65 tal-memorandum ta' spjegazzjoni tal-Proposta tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, dwar prattiċi kummerċjali żleali fin-negozju mal-konsumatur fis-suq intern u li temenda d-Direttivi 84/450/KEE, 97/7/KE u 98/27/KE (Direttiva dwar Prattiċi Kummerċjali Żleali), tat-18 ta' Ġunju 2003 [COM(2003) 356 finali], li wasslet għall-adozzjoni tad-Direttiva 2005/29. Madankollu, ara l-Artikolu 7(5) tad-Direttiva 2005/29, li skontu t-tagħrif previst mid-dritt tal-Unjoni u li huwa relatat mal-komunikazzjonijiet kummerċjali, inkluż ir-reklamar jew il-kummerċjalizzazzjoni, u li hemm lista mhux eżawrjenti tiegħu fl-Anness II ta' din id-direttiva, huwa meqjus importanti.

42 — Ara, f'dan is-sens, il-punt 3.4.1 tal-istaff working document tal-Kummissjoni, tal-25 ta' Mejju 2016 (*op.cit.*).

43 — Ara l-Artikolu 13 tad-Direttiva 2005/29.

44 — Ara l-Artikolu 1 u l-premessi 5 u 11 tad-Direttiva 2005/29. Ara, għal dak li jirrigwarda r-relazzjoni bejn l-interessi ekonomiċi tal-konsumaturi u l-interessi tal-kompetituri, il-premessa 8 ta' din id-direttiva.

45 — Ara l-punti 43 u 57 ta' dawn il-konklużjonijiet.

71. Fil-każ preżenti, hija l-qorti tar-rinviju li għandha tiddetermina jekk l-għażla tal-ħwienet li kienet is-suġġett tal-paragun kontenzjuż għandhiex l-effett li toħloq jew iżżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet adottati minn min jirreklama u mill-kompetitur u, f'dan il-kuntest, jekk id-differenza fid-daqs u fil-format bejn il-ħwienet ta' min jirreklama u dawk tal-kompetitur tikkostitwixxix tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29.

C – *Fuq it-tixrid ta' tagħrif importanti lill-konsumatur (it-tielet domanda)*

72. Bit-tielet domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju tistaqsi lill-Qorti tal-Ġustizzja, fil-każ ta' risposta affermattiva għat-tieni domanda, liema għandu jkun il-grad u/jew il-mezz ta' tixrid lill-konsumatur tat-tagħrif importanti li l-ħwienet ipparagunati huma differenti f'dak li jirrigwarda d-daqs u l-format tagħhom.

73. F'dan ir-rigward, jeħtieġ li jiġi nnotat, l-ewwel nett, li d-Direttiva 2005/29 ma tagħti ebda indikazzjoni preċiża fir-rigward tal-modalitajiet ta' tixrid ta' tagħrif importanti lill-konsumatur. Madankollu, mill-Artikolu 7(2) ta' din id-direttiva jirriżulta li tagħrif importanti ma jistax jiġi moħbi jew ipprovdut "b'manjiera mhux ċara, mhux intelliġibbli, ambigwa […] jew mhux f'waqtha". Minn dan jirriżulta, *a contrario*, li tagħrif bħal dan għandu jixxerred lill-konsumatur b'mod ċar, intelliġibbli, mingħajr ambigwità u f'waqtu.

74. Ta' min ifakkar li f'dan il-każ, Carrefour wettqet paragun tal-prezzijiet applikati fi ħwienet li kienu, mit-tieni spot televiżiv 'il quddiem, ipermarkits tal-istabbiliment Carrefour u supermarkits tal-istabbiliment Intermarché, meta ż-żewġ stabbilimenti t-tnejn li huma għandhom kemm ipermarkits kif ukoll supermarkits.

75. F'dan il-każ, jekk il-qorti tar-rinviju kellha tikkonstata li d-differenza fil-format jew fid-daqs ta' tali ħwienet li l-offerti tagħhom ġew ipparagunati tikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29[46], inqis li dan it-tagħrif għandu jkun jinsab fil-messaġġ ta' reklamar stess.

76. F'dan ir-rigward, nibbaża fuq il-kunsiderazzjonijiet segwenti.

77. L-ewwel nett, għalkemm l-Artikolu 7(3) tad-Direttiva 2005/29 jipprevedi l-possibbiltà li min jirreklama jagħmel disponibbli tagħrif importanti għall-konsumatur "permezz ta' mezzi oħra", b'mod partikolari meta l-mezz ta' komunikazzjoni prinċipali użat jimponi limiti ta' spazju jew ta' ħin[47], inqis li din id-dispożizzjoni ma tistax tapplika meta l-obbligu li jiġi pprovdut dan it-tagħrif lill-konsumaturi huwa impost mhux skont in-natura intrinsika tiegħu, iżda biss b'konsegwenza tal-għażla tal-kummerċjant li jsegwi prattika kummerċjali li tista' ma tissodisfax ir-rekwiżiti li jirriżultaw mid-Direttiva 2006/114.

78. Tabilħaqq, meta, bħal fil-każ preżenti, min jirreklama jwettaq paragun asimmetriku tal-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom, l-obbligu eventwali ta' min jirreklama li jipprevi lill-konsumatur il-fatt li l-ħwienet li huma s-suġġett tal-paragun huma differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom japplika biss skont l-għażla ta' min jirreklama li jagħmel paragun bħal dan.

46 — Ara l-punti 68 sa 71 ta' dawn il-konklużjonijiet.

47 — Ara wkoll l-Artikolu 7(1), kif ukoll, fir-rigward tal-istedina għax-xiri, l-Artikolu 4(a) tad-Direttiva 2005/29 u s-sentenza tat-12 ta' Mejju 2011, Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, punti 50 sa 59).

79. It-tieni nett, inqis li, fil-każ fejn l-indikazzjonijiet tal-prezz, li jwasslu għal preċiżjonijiet fir-rigward tal-format jew tad-daqs tal-ħwienet li huma s-suġġett tal-paragun, ikunu jinsabu fil-messaġġ ta' reklamar stess, l-istess għandu japplika għat-tagħrif bl-għan li jagħmel din il-preċiżjoni. Fil-fehma tiegħi, soluzzjoni bħal din tiggarantixxi li l-messaġġ ta' reklamar imxerred lill-konsumaturi jkun ibbilanċjat.

80. Bħala konklużjoni, nipproponi lill-Qorti tal-Ġustizzja tagħti risposta għat-tielet domanda preliminari fis-sens li, meta min jirreklama jipparaguna l-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur ikunu jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom, u l-qorti nazzjonali tikkonstata li d-differenza fil-format u d-daqs tal-ħwienet tikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29, dan it-tagħrif għandu jkun jinsab fil-messaġġ ta' reklamar stess.

V – **Konklużjoni**

81. Fid-dawl tal-kunsiderazzjonijiet kollha ta' hawn fuq, nipproponi li l-Qorti tal-Ġustizzja għandha tagħti risposta għad-domandi preliminari magħmula mill-cour d'appel de Paris (qorti tal-appell ta' Pariġi, Franza) kif ġej:

1) L-Artikolu 4(a) u (ċ) tad-Direttiva 2006/114/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tat-12 ta' Diċembru 2006, dwar reklamar qarrieqi u komparattiv, għandu jiġi interpretat fis-sens li jippreskludi sitwazzjoni fejn min jirreklama jwettaq paragun tal-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur ikunu jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom,

— jekk fir-rigward taċ-ċirkustanzi rilevanti kollha tal-każ inkwistjoni, u b'mod partikolari fir-rigward tal-indikazzjonijiet jew l-ommissjonijiet li jakkumpanjaw ir-reklamar, jiġi kkonstatat li d-deċiżjoni kummerċjali ta' għadd sinjifikattiv ta' konsumaturi li lilhom huwa indirizzat dan ir-reklamar tista' tittieħed bl-idea żbaljata li l-ħwienet kollha li jagħmlu parti mill-imsemmija stabbilimenti ttieħdu inkunsiderazzjoni sabiex jiġi kkalkolat il-livell ġenerali tal-prezzijiet u l-ammont tal-iffrankar li jiftaħar bih ir-reklamar u li, għaldaqstant, dawn il-konsumaturi jiffrankaw bil-mod li jiftaħar bih l-imsemmi reklamar billi jixtru b'mod regolari l-oġġetti ta' konsum ta' kuljum mill-ħwienet tal-istabbiliment ta' min jirreklama minflok mill-ħwienet tal-istabbiliment kompetitur, jew

— jekk l-għażla tal-ħwienet li hija s-suġġett tal-paragun ikollha l-effett li toħloq jew iżżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet adottati minn min jirreklama u mill-kompetitur.

2) Il-fatt li l-ħwienet li l-offerti tagħhom huma pparagunati f'reklamar komparattiv ikun differenti f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom jista' jikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-11 ta' Mejju 2005, dwar prattiċi kummerċjali żleali fin-negozju mal-konsumatur fis-suq intern u li temenda d-Direttiva tal-Kunsill 84/450/KEE, id-Direttivi 97/7/KE, 98/27/KE u 2002/65/KE tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, u r-Regolament (KE) Nru 2006/2004 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill ("Direttiva dwar Prattiċi Kummerċjali Żleali"), meta min jirreklama jipparaguna l-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom, u l-għażla tal-ħwienet suġġetti għall-paragun ikollha l-effett li toħloq jew iżżid b'mod artifiċjali d-differenza fil-prezzijiet adottati minn min jirreklama u mill-kompetitur.

3) Meta min jirreklama jipparaguna l-prezzijiet applikati fi ħwienet differenti f'dak li jirrigwarda l-format jew id-daqs tagħhom, filwaqt li min jirreklama u l-kompetitur jagħmlu parti minn stabbilimenti ta' distribuzzjoni li t-tnejn li huma jkollhom ħwienet identiċi jew simili f'dak li jirrigwarda l-format u d-daqs tagħhom, u l-qorti nazzjonali tikkonstata li d-differenza fil-format u fid-daqs tal-ħwienet tikkostitwixxi tagħrif importanti fis-sens tal-Artikolu 7 tad-Direttiva 2005/29, dan it-tagħrif għandu jkun inkluż fil-messaġġ ta' reklamar stess.