

INVITACIÓN A COMPRAR Y OMISIÓN DESLEAL DE INFORMACIÓN EN LA DIRECTIVA SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

Prof. Dr. Ángel García Vidal
Profesor Titular de Derecho Mercantil
de la Universidad de Santiago de Compostela

El TJUE ha dictado sentencia en el asunto C-122/10, *Konsumentombudsmannen KO contra Ving Sverige AB*, sentencia de 12 de mayo de 2011 en la que sienta una serie de pautas interpretativas sobre la información sustancial y su omisión desleal en las invitaciones a contratar

Recuérdese a estos efectos que la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales [Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005], presta especial atención en el art. 7.4 a los supuestos en que haya una invitación a comprar, y se omite información, entendiendo por “invitación a comprar” la “comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra” (artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29).

Pues bien, según el Tribunal de Justicia:

1) Existe una invitación a comprar desde el momento en que la información relativa al producto comercializado y a su precio es suficiente para que el consumidor pueda tomar una decisión sobre una transacción, sin que sea necesario que la comunicación comercial incluya también un medio concreto de adquisición del producto, o que aparezca en conexión con tal medio o con ocasión de él.

2) El artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que el requisito relativo a la mención del precio puede cumplirse si la comunicación comercial contiene un precio de partida, es decir, el precio más bajo al cual puede adquirirse el producto o el tipo de productos comercializado, mientras que existe en otras variantes o con un contenido diferente, a precios que no se indican.

3) El artículo 2, letra i), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que una presentación escrita o visual del producto permite cumplir el requisito relativo a la indicación de las características del producto, incluso en el supuesto de que se utilice una misma presentación escrita o visual del producto para designar un producto ofrecido en varias variantes.

4) El artículo 7, apartado 4, letra a), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que puede bastar con que se indiquen determinadas características del producto, si el comerciante remite, por lo demás, a su sitio en Internet, siempre que dicho sitio contenga las informaciones esenciales relativas a las características principales del producto, al precio y al resto de requisitos, con arreglo al artículo 7 de dicha Directiva.



5) El artículo 7, apartado 4, letra c), de la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que la mera indicación de un precio de partida en una invitación a comprar no puede considerarse per se constitutiva de una omisión engañosa. Incumbe al órgano jurisdiccional nacional determinar si la indicación de un precio de partida es suficiente para que los requisitos relativos a la mención de un precio, establecidos en dicha disposición, se consideren cumplidos. Dicho órgano deberá comprobar, en particular, si la omisión de las modalidades de cálculo del precio final no impide al consumidor tomar una decisión sobre una transacción con conocimiento de causa y, en consecuencia, no le incita a tomar una decisión sobre una transacción que, de otro modo, no habría tomado. También le incumbe tomar en consideración los límites inherentes al soporte de comunicación utilizado, la naturaleza y las características del producto y el resto de medidas que el comerciante ha adoptado realmente para que dichas informaciones estén a disposición del consumidor.