



INFORME RELATIVO A LA FORMA DE PRESENTACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA MULTINACIONAL APPLE.

En relación con el asunto, se informa lo siguiente:

La DIRECTIVA 98/6/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, indica:

Artículo 4

- 1. El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles. Los Estados miembros podrán disponer que se limite el número máximo de precios que deba indicarse.*

El Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios, que transpone dicha directiva, indica:

Artículo 3. Indicación de los precios y excepciones.

- 1. Se indicará el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores.*

Artículo 4. Características y presentación de los precios.

- 1. El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser:*
 - a) Inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles, situándose en el mismo campo visual.*
 - b) Visibles por el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.*

2.- Se adjuntan documentos en los que se puede ver el escrito de la Directora General de Consumo y los aportados por APPLE sobre su sistema y alegaciones de la legalidad del mismo.

3.- Lo que se trata de interpretar es si el sistema utilizado por APPLE en sus tiendas cumple o no los requisitos exigidos por el artículo 4 del real decreto citado.



4.- Es cierto que el consumidor puede ver los precios de los productos una vez dentro del establecimiento y sin consultar a los empleados.

No obstante, para acceder a ellos, debe efectuar una acción sobre el producto en muchos de los casos, aunque esa acción sea simple y no necesite conocimientos técnicos especiales.

Esta acción necesaria, para una parte de los consumidores no supone ningún problema, pero existen consumidores que no tienen capacidad de interactuar con los productos, bien por falta de conocimientos o bien por falta de decisión para tocar equipos que están expuestos en un recinto en el que se considera sin libertad para hacerlo. En estos casos, tendrá que recurrir a los empleados.

5.- Como conclusión, y sin cuestionar las bondades del sistema utilizado por APPLE para una parte de los consumidores, dicho sistema se considera que no cumple los requisitos del artículo 4 del Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.