ORDONNANCE DE LA COUR (première chambre)

30 juin 2011 *

Dans l'affaire C-288/10,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l'article 267 TFUE, introduite par le rechtbank van koophandel te Dendermonde (Belgique), par décision du 2 juin 2010, parvenue à la Cour le 10 juin 2010, dans la procédure

Wamo BVBA

contre

JBC NV,

Modemakers Fashion NV,

* Langue de procédure: le néerlandais.

LA COUR (première chambre),

composée de M. A. Tizzano (rapporteur), président de chambre, MM. J.-J. Kasel, A. Borg Barthet, E. Levits et M. Safjan, juges,

avocat général: M[me] V. Trstenjak,
greffier: M. A. Calot Escobar,

la Cour se proposant de statuer par voie d'ordonnance motivée conformément à l'article 104, paragraphe 3, premier alinéa, de son règlement de procédure,

l'avocat général entendu,

rend la présente

Ordonnance

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) nº 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales») (JO L 149, p. 22).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant Wamo BVBA (ci-après «Wamo»), qui exploite la chaîne de magasins de vêtements ZEB, à JBC NV et à Modemakers Fashion NV, deux entreprises qui exploitent des magasins concurrents, au sujet d'annonces de réduction de prix envoyées par Wamo à ses clients.

Le cadre juridique

Le droit de l'Union

3 Les sixième, huitième et dix-septième considérants de la directive sur les pratiques commerciales déloyales énoncent ce qui suit:

«(6) La présente directive a […] pour objet de rapprocher les législations des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales, y compris la publicité déloyale, portant atteinte directement aux intérêts économiques des consommateurs et, par conséquent, indirectement aux intérêts économiques des concurrents légitimes. […] Elle ne couvre ni n'affecte les législations nationales relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte uniquement aux intérêts économiques de concurrents ou qui concernent une transaction entre professionnels; pour tenir pleinement compte du principe de subsidiarité, les États membres conserveront, s'ils le souhaitent, la faculté de réglementer les pratiques visées, conformément à la législation communautaire. […]

[…]

(8) La présente directive protège expressément les intérêts économiques des consommateurs contre les pratiques commerciales déloyales des entreprises à leur égard. […]

[…]

(17) Afin d'apporter une plus grande sécurité juridique, il est souhaitable d'identifier les pratiques commerciales qui sont, en toutes circonstances, déloyales. L'annexe I contient donc la liste complète de toutes ces pratiques. Il s'agit des seules pratiques commerciales qui peuvent être considérées comme déloyales sans une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9. Cette liste ne peut être modifiée que par une révision de la directive.»

4 L'article 1er de la directive sur les pratiques commerciales déloyales dispose:

«L'objectif de la présente directive est de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs.»

5 L'article 2 de cette directive prévoit:

«Aux fins de la présente directive, on entend par:

[…]

d) ‘pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs’ (ci-après également dénommées ‘pratiques commerciales’): toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d’un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d’un produit aux consommateurs;

[…]»

6 L’article 3, paragraphe 1, de ladite directive dispose:

«La présente directive s’applique aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, telles que définies à l’article 5, avant, pendant et après une transaction commerciale portant sur un produit.»

7 Aux termes de l’article 4 de la même directive:

«Les États membres ne restreignent ni la libre prestation de services, ni la libre circulation des marchandises pour des raisons relevant du domaine dans lequel la présente directive vise au rapprochement des dispositions en vigueur.»

8 L’article 5 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, intitulé «Interdiction des pratiques commerciales déloyales», est ainsi rédigé:

«1. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

2. Une pratique commerciale est déloyale si:

a) elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle,

et

b) elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs.

[…]

4. En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont:

a) trompeuses au sens des articles 6 et 7,

ou

b) agressives au sens des articles 8 et 9.

5. L'annexe I contient la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances. Cette liste unique s'applique dans tous les États membres et ne peut être modifiée qu'au travers d'une révision de la présente directive.»

Le droit national

9 L'article 49 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (*Belgisch Staatsblad,* 29 août 1991, ci-après la «LPPC»), est ainsi rédigé:

«Pour l'application de la présente loi, il faut entendre par vente en solde toute offre en vente ou vente au consommateur qui est pratiquée en vue du renouvellement saisonnier de l'assortiment d'un vendeur par l'écoulement accéléré et à prix réduits de produits, qui est annoncée sous la dénomination 'Soldes', 'Opruiming', 'Solden' ou 'Schlussverkauf', ou sous toute autre dénomination équivalente.»

10 L'article 52, paragraphe 1, de la LPPC prévoit:

«Dans les secteurs de l'habillement, des articles en cuir, de la maroquinerie et de la chaussure, les [ventes en solde] ne peuvent avoir lieu que durant la période du 3 janvier au 31 janvier inclus et du 1er juillet au 31 juillet inclus. […]»

11 L'article 53 de la LPPC dispose:

«1. Durant les périodes d'attente du 15 novembre au 2 janvier inclus et du 15 mai au 30 juin inclus, dans les secteurs visés à l'article 52, paragraphe 1, il est interdit d'effectuer les annonces de réduction de prix et celles suggérant une réduction de prix […] quels que soient le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre.

[…]

Avant une période d'attente, il est interdit d'effectuer des annonces de réduction de prix ou des annonces suggérant une réduction de prix, qui sortent leurs effets pendant cette période d'attente.

Sans préjudice des dispositions de l'article 48, paragraphe 4, les ventes en liquidation effectuées pendant une période d'attente ne peuvent être assorties d'une annonce de réduction de prix sauf dans les cas et aux conditions que le Roi détermine.

2. Les arrêtés pris en application de l'article 52, paragraphe 2, mentionnent les périodes d'attente pendant lesquelles l'interdiction visée au paragraphe 1 s'applique.

À défaut de réglementation au sens de l'article 52, paragraphe 2, l'interdiction visée au paragraphe 1 s'applique également aux [ventes en solde] visées par ledit article 52, paragraphe 2.

[…]

4. L'interdiction d'annonce de réduction de prix visée aux paragraphes 1 et 2 n'est pas applicable aux ventes de produits effectuées au cours de manifestations commerciales occasionnelles, d'une durée maximale de quatre jours, organisées au maximum une fois par an par des groupements locaux de vendeurs ou avec leur participation.

Le Roi peut fixer les conditions dans lesquelles ces manifestations peuvent être organisées.»

12 La LPPC a été abrogée par la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur (*Belgisch Staatsblad,* 12 avril 2010, p. 20803). Cette loi est entrée en vigueur le 12 mai 2010 et prévoit, à son article 32, une disposition de même nature que l'article 53 de la LPPC.

Le litige au principal et la question préjudicielle

13 Dans le courant du mois de décembre 2009, Wamo a envoyé une invitation à certains de ses clients en vue d'une vente privée dans ses magasins du 18 au 20 décembre 2009 inclus. Dans cette invitation, il était précisé que, au cours de ces trois jours, les clients sélectionnés pourraient bénéficier de prix fortement réduits en présentant leur carte de fidélité.

14 Le 18 décembre 2009, JBC NV et Modemakers Fashion NV ont demandé au rechtbank van koophandel te Dendermonde de constater que cette invitation constituait une annonce interdite par l'article 53 de la LPPC. Par ordonnance rendue le même jour, cette juridiction a interdit à Wamo de pratiquer une quelconque réduction de prix dans ses magasins jusqu'au 1er janvier 2010, sous peine d'imposition d'une astreinte de 2 500 euros par infraction constatée.

15 Wamo a formé une tierce opposition contre cette ordonnance en faisant valoir que l'article 53 de la LPPC, d'une part, interdit non pas l'octroi de réductions, mais les messages publicitaires qui annoncent de telles réductions et, d'autre part, que cette disposition est en tout état de cause contraire à la directive sur les pratiques commerciales déloyales et ne saurait dès lors être appliquée.

16 Considérant que la solution du litige dont il est saisi dépend de l'interprétation de ladite directive, le rechtbank van koophandel te Dendermonde a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour la question préjudicielle suivante:

«La [directive sur les pratiques commerciales déloyales] s'oppose-t-elle à une disposition nationale telle que l'article 53 de la [LPPC], qui interdit d'effectuer, durant des périodes bien déterminées, des annonces de réduction de prix et des annonces suggérant une réduction de prix?»

Sur la question préjudicielle

17 Par sa question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si la directive sur les pratiques commerciales déloyales doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une disposition nationale, telle que celle en cause au principal, qui prévoit une interdiction générale des annonces de réduction de prix et de celles suggérant une telle réduction au cours de la période précédant celle des ventes en solde, dans des secteurs déterminés.

18 En vertu de l'article 104, paragraphe 3, premier alinéa, du règlement de procédure, lorsque la réponse à une question posée à titre préjudiciel peut être clairement déduite de la jurisprudence, la Cour peut, après avoir entendu l'avocat général, à tout moment, statuer par voie d'ordonnance motivée comportant référence à la jurisprudence en cause.

19 La Cour estime que tel est le cas dans la présente affaire dans la mesure où la réponse à la question posée peut être clairement déduite notamment des arrêts du 14 janvier 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, Rec. p. I-217, points 35 à 51), et du 9 novembre 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, Rec. p. I-10909, points 15 à 38).

20 Afin de répondre à la question posée, il importe, à titre liminaire, de déterminer si l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC, qui constitue rationæ temporis la disposition applicable aux faits au principal, poursuit des finalités tenant à la protection des consommateurs de sorte qu'il est susceptible de relever du champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales.

21 En effet, conformément à son huitième considérant, ladite directive «protège expressément les intérêts économiques des consommateurs contre les pratiques commerciales déloyales des entreprises à leur égard» et assure, ainsi que l'énonce notamment son article 1er, «un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs» (arrêt Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, précité, point 24).

22 Sont en revanche exclues du champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, conformément au sixième considérant de celle-ci, les législations nationales relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte «uniquement» aux intérêts économiques de concurrents ou qui concernent une transaction entre professionnels (voir arrêts précités Plus Warenhandelsgesellschaft, point 39, et Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, point 21).

23 À cet égard, il convient de relever que les finalités de l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC ne ressortent pas de manière évidente de la décision de renvoi.

24 En effet, en premier lieu, le rechtbank van koophandel te Dendermonde, se référant notamment à l'arrêt de l'Arbitragehof du 2 mars 1995, qui a été rendu plus de dix ans avant l'adoption de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, se borne à signaler que, «pour le passé», la période d'attente visée à ladite disposition poursuivait

un double objectif, à savoir, d'une part, assurer la transparence des prix appliqués immédiatement avant et pendant la période des soldes, au bénéfice de la protection des consommateurs, et, d'autre part, garantir l'égalité des possibilités de ventes entre les commerçants et protéger l'existence des petits commerçants.

25 En second lieu, selon la juridiction de renvoi, pour justifier l'interdiction prévue à l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC, il importe de vérifier si cette mesure «peut effectivement contribuer à la protection du consommateur».

26 Ainsi, la décision de renvoi ne permet pas d'établir si l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC poursuit effectivement des finalités tenant à la protection des consommateurs.

27 Or, il convient de rappeler qu'il n'appartient pas à la Cour de se prononcer, dans le cadre d'un renvoi préjudiciel, sur l'interprétation du droit interne, cette mission incombant exclusivement à la juridiction de renvoi. En effet, il incombe à la Cour de prendre en compte, dans le cadre de la répartition des compétences entre les juridictions de l'Union et nationales, le contexte factuel et réglementaire dans lequel s'insèrent les questions préjudicielles, tel que défini par la décision de renvoi (ordonnance du 24 avril 2009, Koukou, C-519/08, point 43 et jurisprudence citée).

28 Il appartient donc à la juridiction de renvoi et non à la Cour d'établir si la disposition nationale en cause au principal poursuit effectivement des finalités tenant à la protection des consommateurs afin de vérifier si une telle disposition est susceptible de relever du champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales.

29 Dans l'hypothèse où la juridiction de renvoi parviendrait à une telle conclusion, il importe encore de déterminer si les annonces de réduction de prix et celles suggérant une telle réduction, objet de l'interdiction en cause au principal, constituent des pratiques commerciales au sens de l'article 2, sous d), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales et sont, dès lors, soumises aux prescriptions édictées par cette dernière (voir, en ce sens, arrêts précités Plus Warenhandelsgesellschaft, point 35, et Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, point 16).

30 À cet égard, il y a lieu de relever que l'article 2, sous d), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales définit, en utilisant une formulation particulièrement large, la notion de «pratique commerciale» comme «toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs» (arrêts précités Plus Warenhandelsgesellschaft, point 36, et Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, point 17).

31 Or, des campagnes promotionnelles, telles que celles en cause au principal, qui ont pour objectif d'attirer des consommateurs dans les locaux commerciaux d'un commerçant, s'inscrivent clairement dans le cadre de la stratégie commerciale d'un opérateur et visent directement à la promotion et à l'écoulement des ventes de celui-ci. Il s'ensuit qu'elles constituent des pratiques commerciales au sens de l'article 2, sous d), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales et relèvent, en conséquence, du champ d'application matériel de celle-ci (voir, en ce sens, arrêt Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, précité, point 18 et jurisprudence citée).

32 Cela étant établi, il y a lieu de vérifier si la directive sur les pratiques commerciales déloyales s'oppose à une interdiction d'annoncer des réductions de prix, telle que celle prévue à l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC.

33 À cet égard, il importe de rappeler, tout d'abord, que la directive sur les pratiques commerciales déloyales procédant à une harmonisation complète des règles relatives aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, les États membres ne peuvent pas adopter, comme le prévoit expressément l'article 4 de celle-ci, des mesures plus restrictives que celles définies par ladite directive, même aux fins d'assurer un degré plus élevé de protection des consommateurs (arrêt Plus Warenhandelsgesellschaft, précité, point 41 et jurisprudence citée).

34 Ensuite, il y a lieu également de relever que l'article 5 de ladite directive énonce les critères permettant de déterminer les circonstances dans lesquelles une pratique commerciale doit être considérée comme étant déloyale et, partant, interdite.

35 Ainsi, conformément au paragraphe 2 de cet article, une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen par rapport au produit.

36 En outre, l'article 5, paragraphe 4, de la directive sur les pratiques commerciales déloyales définit deux catégories précises de pratiques commerciales déloyales, à savoir les «pratiques trompeuses» et les «pratiques agressives» répondant aux critères spécifiés respectivement aux articles 6 et 7 ainsi que 8 et 9 de cette directive.

37 Enfin, la même directive établit, à son annexe I, une liste exhaustive de 31 pratiques commerciales qui, conformément à l'article 5, paragraphe 5, de cette directive, sont réputées déloyales «en toutes circonstances». Par conséquent, ainsi que le précise expressément le dix-septième considérant de ladite directive, seules ces pratiques commerciales sont susceptibles d'être considérées comme déloyales sans faire l'objet d'une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales (arrêts précités Plus Warenhandelsgesellschaft, point 45, et Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, point 34).

38 S'agissant de la disposition nationale en cause au principal, il est constant que des pratiques consistant à annoncer aux consommateurs des réductions de prix ne figurent pas à l'annexe I de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Dès lors, elles ne sauraient être interdites en toutes circonstances, mais seulement à l'issue d'une analyse spécifique permettant d'en établir le caractère déloyal (voir, en ce sens, arrêt Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, précité, point 35).

39 Toutefois, force est de constater que l'article 53, paragraphe 1, de la LPPC prohibe de manière générale les annonces de réduction de prix et celles suggérant une telle réduction, sans qu'il soit nécessaire de déterminer, au regard du contexte factuel de chaque espèce, si l'opération commerciale en cause présente un caractère «déloyal» à la lumière des critères énoncés aux articles 5 à 9 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales (voir, en ce sens, arrêts précités Plus Warenhandelsgesellschaft, point 48, et Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, point 36).

40 Dans ces conditions, il y a lieu de répondre à la question posée que la directive sur les pratiques commerciales déloyales doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une disposition nationale, telle que celle en cause au principal, qui prévoit une interdiction générale des annonces de réduction de prix et de celles suggérant une telle réduction au cours de la période précédant celle des ventes en solde, pour autant que cette disposition poursuive des finalités tenant à la protection des consommateurs. Il appartient à la juridiction de renvoi d'apprécier si tel est le cas dans l'affaire au principal.

Sur les dépens

41 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (première chambre) dit pour droit:

La directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) nº 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales»), doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une disposition nationale, telle que celle en cause au principal, qui prévoit une interdiction générale des annonces de réduction de prix et de celles suggérant une telle réduction au cours de la période précédant celle des ventes en solde, pour autant que cette disposition poursuive des finalités tenant à la protection des consommateurs. Il appartient à la juridiction de renvoi d'apprécier si tel est le cas dans l'affaire au principal.

Signatures