AUTO DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)

de 30 de junio de 2011 *

En el asunto C-288/10,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el rechtbank van koophandel te Dendermonde (Bélgica), mediante resolución de 2 de junio de 2010, recibida en el Tribunal de Justicia el 10 de junio de 2010, en el procedimiento entre

Wamo BVBA

y

JBC NV,

Modemakers Fashion NV,

* Lengua de procedimiento: neerlandés.

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera),

integrado por el Sr. A. Tizzano (Ponente), Presidente de Sala, y los Sres. J.-J. Kasel, A. Borg Barthet, E. Levits y M. Safjan, Jueces;

Abogado General: Sra. V. Trstenjak;
Secretario: Sr. A. Calot Escobar;

habiendo decidido el Tribunal de Justicia resolver mediante auto motivado conforme al artículo 104, apartado 3, párrafo primero, del Reglamento de Procedimiento;

oída la Abogado General;

dicta el siguiente

Auto

1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 149, p. 22) (en lo sucesivo, «Directiva sobre las prácticas comerciales desleales»).

2 Esa petición se ha presentado en el marco de un litigio entre Wamo BVBA (en lo sucesivo, «Wamo»), que explota la cadena de comercios de ropa de vestir ZEB, por una parte, y JBC NV y Modemakers Fashion NV, dos empresas que explotan comercios competidores, por otra parte, acerca de anuncios de reducción de precios enviados por Wamo a sus clientes.

Marco jurídico

El Derecho de la Unión

3 Los considerandos sexto, octavo y decimoséptimo de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales exponen lo siguiente:

«6) […] la presente Directiva aproxima las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal, que son directamente perjudiciales para los intereses económicos de los consumidores y, por ende, indirectamente perjudiciales para los de los competidores legítimos. […] No comprende ni atañe a las leyes nacionales sobre prácticas comerciales desleales que perjudican sólo a los intereses económicos de los competidores o que se refieren a transacciones entre comerciantes; para tener plenamente en cuenta el principio de subsidiariedad, los Estados miembros seguirán teniendo la capacidad de regular esas prácticas, de conformidad con el Derecho comunitario, si así lo deciden. [...]

[...]

8) La presente Directiva protege directamente los intereses económicos de los consumidores frente a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores. [...]

[...]

17) Para incrementar la seguridad jurídica, es importante que estén identificadas aquellas prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia. Ese tipo de prácticas se enumeran exhaustivamente en la lista del anexo I. Se trata exclusivamente de las prácticas comerciales que pueden considerarse desleales sin necesidad de un examen pormenorizado de que se dan en cada caso concreto los supuestos contemplados en los artículos 5 a 9. La lista sólo puede modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.»

4 El artículo 1 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales establece:

«La presente Directiva tiene por objeto contribuir al buen funcionamiento del mercado interior y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.»

5 El artículo 2 de la citada Directiva prevé:

«A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

[...]

d) "prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores" (en lo sucesivo, "prácticas comerciales"): todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores;

[...].»

6 El artículo 3, apartado 1, de dicha Directiva dispone:

«La presente Directiva será aplicable a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el artículo 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto.»

7 A tenor del artículo 4 de la misma Directiva:

«Los Estados miembros no restringirán la libre prestación de servicios ni la libre circulación de mercancías por razones pertinentes al ámbito objeto de la aproximación que lleva a cabo esta Directiva.»

8 El artículo 5 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, titulado «Prohibición de las prácticas comerciales desleales», está así redactado:

«1. Se prohibirán las prácticas comerciales desleales.

2. Una práctica comercial será desleal si:

a) es contraria a los requisitos de la diligencia profesional,

y

b) distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica, o del miembro medio del grupo, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

[...]

4. En particular, serán desleales las prácticas comerciales que:

a) sean engañosas según lo establecido en los artículos 6 y 7,

o

b) sean agresivas según lo establecido en los artículos 8 y 9.

5. En el anexo I figura una lista de las prácticas comerciales que se considerarán desleales en cualquier circunstancia. La misma lista única se aplicará en todos los Estados miembros y sólo podrá modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.»

Derecho nacional

9 El artículo 49 de la Ley de 14 de julio de 1991 sobre las prácticas comerciales y la información y protección del consumidor *(Belgisch Staatsblad* de 29 de agosto de 1991; en lo sucesivo, «LPPC»), tiene la siguiente redacción:

«A efectos de la aplicación de la presente Ley, se entenderá por venta en rebajas toda oferta de venta o venta al consumidor realizada con vistas a la renovación por temporada de las existencias de un vendedor mediante la disposición rápida y a precio reducido de productos que se anuncie con términos como "Rebajas", "Opruiming", "Solden" o "Schlussverkauf" o cualquier otro equivalente.»

10 El artículo 52, apartado 1, de la LPPC prevé:

«En los sectores de prendas de vestir, artículos de cuero, marroquinería y calzado, las [ventas en rebajas] sólo podrán tener lugar durante los períodos del 3 al 31 de enero y del 1 al 31 de julio incluidos [...].»

11 El artículo 53 de la LPPC dispone:

«1. Durante los períodos previos a las rebajas, del 15 de noviembre al 2 de enero incluidos y del 15 de mayo al 30 de junio incluidos, en los sectores a los que se refiere el artículo 52, apartado 1, estará prohibido realizar anuncios de reducción de precios, y los que sugieran una reducción de precios […] con independencia del lugar o de los medios de comunicación utilizados.

[...]

Antes de un período previo a las rebajas, estará prohibido realizar anuncios de reducción de precios o que sugieran esta reducción, que surtan efecto durante dicho período.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 48, apartado 4, las ventas en liquidación efectuadas durante un período previo a las rebajas no podrán ir acompañadas de un anuncio de reducción de precios, excepto en los casos y en las condiciones que el Rey determine.

2. Los decretos adoptados en aplicación del artículo 52, apartado 2, mencionarán los períodos previos a las rebajas durante los cuales se aplique la prohibición prevista en el apartado 1.

En defecto de normativa en el sentido del artículo 52, apartado 2, la prohibición del apartado 1 también será de aplicación a las [ventas en rebajas] contempladas en dicho artículo 52, apartado 2.

[...]

4. La prohibición de anuncios de reducción de precios prevista en los apartados 1 y 2 no será aplicable a las ventas de productos realizadas durante manifestaciones comerciales ocasionales de duración máxima de cuatro días organizadas no más de una vez al año por agrupaciones locales de vendedores o con la participación de éstos.

El Rey podrá establecer las condiciones en las que pueden organizarse esas manifestaciones.»

12 La LPPC fue derogada por la Ley de 6 de abril de 2010 relativa a las prácticas de mercado y a la protección del consumidor *(Belgisch Staatsblad* de 12 de abril de 2010, p. 20803). Esa Ley entró en vigor el 12 de mayo de 2010 y establece en su artículo 32 una disposición de igual naturaleza que el artículo 53 de la LPPC.

El litigio principal y la cuestión prejudicial

13 Durante el mes de diciembre de 2009 Wamo envió una invitación a algunos de sus clientes para una venta privada en sus comercios del 18 al 20 de diciembre de 2009 incluidos. En esa invitación se precisaba que durante esos tres días los clientes seleccionados podrían disfrutar de precios muy reducidos presentando su tarjeta de fidelidad.

14 El 18 de diciembre de 2009 JBC NV y Modemakers Fashion NV solicitaron al rechtbank van koophandel te Dendermonde que declarase que esa invitación constituía un anuncio prohibido por el artículo 53 de la LPPC. Mediante resolución dictada el mismo día ese tribunal prohibió a Wamo practicar cualquier reducción de precios en sus comercios hasta el 1 de enero de 2010, bajo pena de imposición de una multa coercitiva de 2.500 euros por cada día de infracción comprobada.

15 Wamo formuló oposición contra dicha resolución alegando, por una parte, que el artículo 53 de la LPPC no prohíbe la concesión de reducciones sino los mensajes publicitarios que anuncian esas reducciones y, por otra parte, que esa disposición es contraria en cualquier caso a la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales y por tanto no puede aplicarse.

16 Al considerar que la solución del litigio del que conoce depende de la interpretación de dicha Directiva, el rechtbank van koophandel te Dendermonde decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia la siguiente cuestión prejudicial:

«La Directiva sobre las prácticas comerciales desleales [...] ¿se opone a una disposición nacional como la del artículo 53 de la [LPPC], que prohíbe publicar anuncios de reducción de precios o que sugieran una reducción de precios durante determinados períodos?»

Sobre la cuestión prejudicial

17 Mediante su cuestión el tribunal remitente pregunta en sustancia si la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales debe interpretarse en el sentido de que se opone a una disposición nacional como la controvertida en el litigio principal, que prevé una prohibición general de los anuncios de reducción de precios y de los que sugieren esa reducción durante el período precedente al de las ventas en rebajas en sectores determinados.

18 En virtud del artículo 104, apartado 3, párrafo primero, del Reglamento de Procedimiento, cuando la respuesta a una cuestión prejudicial pueda deducirse claramente de la jurisprudencia, el Tribunal de Justicia, oído el Abogado General, podrá resolver mediante auto motivado, remitiéndose a la jurisprudencia aplicable.

19 El Tribunal de Justicia considera que así sucede en el presente asunto dado que la respuesta a la cuestión planteada puede deducirse claramente de las sentencias de 14 de enero de 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, Rec. p. I-217, apartados 35 a 51), y de 9 de noviembre de 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, Rec. p. I-10909, apartados 15 a 38).

20 Para responder a la cuestión planteada es preciso determinar previamente si el artículo 53, apartado 1, de la LPPC, que constituye *rationae temporis* la disposición aplicable a los hechos del litigio principal, persigue finalidades relacionadas con la protección de los consumidores, de modo que pueda entrar en el ámbito de aplicación de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales.

21 En efecto, conforme a su octavo considerando esa Directiva «protege directamente los intereses económicos de los consumidores frente a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores» y garantiza, como enuncia su artículo 1, «un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores» (sentencia Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, antes citada, apartado 24).

22 En cambio, se excluyen del ámbito de aplicación de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, como se desprende del sexto considerando de ésa, las normativas nacionales relativas a prácticas comerciales desleales que menoscaben «sólo» los intereses económicos de los competidores o que se refieran a una transacción entre comerciantes (véanse las sentencias antes citadas Plus Warenhandelsgesellschaft, apartado 39, y Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, apartado 21).

23 Debe observarse al respecto que las finalidades del artículo 53, apartado 1, de la LPPC no se deducen claramente de la resolución de remisión.

24 En efecto, en primer lugar el rechtbank van koophandel te Dendermonde, con referencia a la sentencia del Arbitragehof de 2 de marzo de 1995, que se dictó más de diez años antes de la adopción de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, se limita a señalar que, «en el pasado», el período previo a las rebajas al que se

refiere esa disposición pretendía un doble objetivo, a saber, asegurar la transparencia de los precios aplicados inmediatamente antes y durante el período de rebajas, para la protección de los consumidores, por una parte, y por otra garantizar la igualdad de las oportunidades de ventas entre los comerciantes y proteger la existencia de los pequeños comerciantes.

25 En segundo lugar, según el tribunal remitente, para justificar la prohibición prevista en el artículo 53, apartado 1, de la LPPC es preciso comprobar si esa medida «puede contribuir efectivamente a la protección del consumidor».

26 De tal forma, la resolución de remisión no permite determinar si el artículo 53, apartado 1, de la LPPC persigue efectivamente finalidades relacionadas con la protección de los consumidores.

27 Pues bien, es preciso recordar que en el marco de una remisión prejudicial no incumbe al Tribunal de Justicia pronunciarse sobre la interpretación del Derecho interno, función que corresponde exclusivamente al tribunal remitente. En efecto, en el marco del reparto de competencias entre los órganos jurisdiccionales de la Unión y los nacionales, incumbe al Tribunal de Justicia tener en cuenta el contexto fáctico y normativo en el que se insertan las cuestiones prejudiciales, según lo define la resolución de remisión (auto de 24 de abril de 2009, Koukou, C-519/08, apartado 43 y la jurisprudencia citada).

28 Corresponde por tanto al tribunal remitente y no al Tribunal de Justicia determinar si la disposición nacional controvertida en el litigio principal persigue efectivamente finalidades relacionadas con la protección de los consumidores, para comprobar si dicha disposición puede entrar en el ámbito de aplicación de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales.

29 En el supuesto de que el tribunal remitente llegara a esa conclusión, sería preciso además determinar si los anuncios de reducción de precios y los que sugieren esa reducción, objeto de la prohibición debatida en el litigio principal, constituyen prácticas comerciales en el sentido del artículo 2, letra d), de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales y están, por tanto, sometidas a las disposiciones de ésta (véanse en ese sentido las sentencias antes citadas Plus Warenhandelsgesellschaft, apartado 35, y Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, apartado 16).

30 A este respecto, hay que señalar que el artículo 2, letra d), de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales define, usando una formulación especialmente amplia, el concepto de «práctica comercial» como «todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores» (sentencias antes citadas Plus Warenhandelsgesellschaft, apartado 36, y Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, apartado 17).

31 Pues bien, las campañas promocionales como la que es objeto del litigio principal, cuyo objetivo es atraer a los consumidores a los locales comerciales de un vendedor, se inscriben claramente en el marco de la estrategia comercial de un operador y tienen por objeto directo la promoción y el incremento de las ventas de éste. De ello se deduce que constituyen prácticas comerciales en el sentido del artículo 2, letra d), de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales y, en consecuencia, están incluidas en el ámbito material de aplicación de ésta (véase la sentencia Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, antes citada, apartado 18 y la jurisprudencia citada).

32 Una vez determinado ello, hay que comprobar si la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales se opone a una prohibición de anunciar reducciones de precios como la prevista por el artículo 53, apartado 1, de la LPPC.

33 Hay que recordar al respecto, ante todo, que la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales lleva a cabo una armonización completa a escala comunitaria de las reglas relativas a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores, y por tanto, como prevé expresamente su artículo 4, los Estados miembros no pueden adoptar medidas más restrictivas que las definidas en la referida Directiva, ni siquiera para garantizar un grado más elevado de protección de los consumidores (sentencia Plus Warenhandelsgesellschaft, antes citada, apartados 41 y la jurisprudencia citada).

34 A continuación debe observarse también que el artículo 5 de dicha Directiva enuncia los criterios que permiten determinar las circunstancias en las que una práctica comercial debe considerarse desleal y por consiguiente prohibida.

35 De tal forma, conforme al apartado 2 de ese artículo una práctica comercial es desleal si es contraria a los requisitos de la diligencia profesional y distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio.

36 Además, el artículo 5, apartado 4, de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales define dos categorías precisas de prácticas comerciales desleales, a saber, las «prácticas engañosas» y las «prácticas agresivas», que responden respectivamente a los criterios especificados en los artículos 6 y 7, por un lado, y 8 y 9, por otro, de la misma Directiva.

37 Por último, la misma Directiva establece, en su anexo I, una lista exhaustiva de treinta y una prácticas comerciales que, con arreglo al artículo 5, apartado 5, de esa Directiva, se consideran desleales «en cualquier circunstancia». En consecuencia, como precisa expresamente el decimoséptimo considerando de dicha Directiva, se trata de las únicas prácticas comerciales que pueden considerarse desleales sin necesidad de un examen pormenorizado de que se dan en cada caso concreto los supuestos contemplados en los artículos 5 a 9 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales (sentencias antes citadas Plus Warenhandelsgesellschaft, apartado 45, y Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, apartado 34).

38 Por lo que respecta a la disposición nacional controvertida en el procedimiento principal, consta que las prácticas consistentes en anunciar a los consumidores reducciones de precios no figuran en el anexo I de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales. Por consiguiente, no pueden prohibirse en cualquier circunstancia, sino solamente a raíz de un análisis específico que permita comprobar su carácter desleal (véase en ese sentido la sentencia Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, antes citada, apartado 35).

39 No obstante, es preciso señalar que el artículo 53, apartado 1, de la LPPC prohíbe con carácter general los anuncios de reducción de precios y los que sugieren tal reducción, sin que sea necesario determinar, teniendo en cuenta el contexto fáctico de cada supuesto, si la operación comercial en cuestión presenta un carácter «desleal» a la luz de los criterios enunciados en los artículos 5 a 9 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales (véanse en ese sentido las sentencias antes citadas Plus Warenhandelsgesellschaft, apartado 48, y Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, apartado 36).

40 Siendo así, procede responder a la cuestión planteada que la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales debe interpretarse en el sentido de que se opone a una disposición nacional como la controvertida en el litigio principal, que prevé una prohibición general de los anuncios de reducción de precios y de los que sugieren tal reducción durante el período que precede al de las ventas en rebajas, siempre que dicha disposición persiga finalidades relacionadas con la protección de los consumidores. Incumbe al tribunal remitente apreciar si así sucede en el asunto principal.

Costas

41 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Primera) declara:

La Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, debe interpretarse en el sentido de que se opone a una disposición nacional como la controvertida en el litigio principal, que prevé una prohibición general de los anuncios de reducción de precios y de los que sugieren tal reducción durante el período que precede al de las ventas en rebajas, siempre que dicha disposición persiga finalidades relacionadas con la protección de los consumidores. Incumbe al tribunal remitente apreciar si así sucede en el asunto principal.

Firmas