CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
MELCHIOR WATHELET
prezentate la 11 iulie 2013 [1]

Cauza C-391/12

RLvS Verlagsgesellschaft mbH
împotriva
Stuttgarter Wochenblatt GmbH

[cerere de decizie preliminară formulată de Bundesgerichtshof (Germania)]

„Protecția consumatorilor — Practici comerciale neloiale — Omisiuni înșelătoare în reportajele publicitare — Reglementare a unui stat membru care interzice orice material publicat cu titlu oneros fără mențiunea «anunț» («Anzeige»)”

I – Introducere

1. Prin cererea de decizie preliminară formulată, Bundesgerichtshof (Germania) solicită Curții să se pronunțe cu privire la interpretarea articolului 7 din Directiva 2005/29/CE [2] și a punctului 11 din anexa I la aceasta.

2. Această cerere a fost transmisă Curții la 22 august 2012, în cadrul unui litigiu între RLvS Verlagsgesellschaft mbH (denumită în continuare „RLvS”), pe de o parte, și Stuttgarter Wochenblatt GmbH (denumită în continuare „Stuttgarter Wochenblatt”), pe de altă parte, cu privire la posibilitatea de a interzice societății RLvS, în temeiul articolului 10 din Legea landului Baden-Württemberg privind presa (Landespressegesetz Baden-Württemberg) din 14 ianuarie 1964 (denumită în continuare „legea regională privind presa”), să publice sau să solicite publicarea cu titlu oneros, într-un ziar, a unor materiale care nu cuprind mențiunea „anunț” („Anzeige”).

3. Prin intermediul acestei întrebări, se solicită Curții să se pronunțe asupra întinderii armonizării realizate de Directiva privind practicile comerciale neloiale și asupra posibilității ca statele membre să adopte măsuri mai restrictive decât cele prevăzute de dreptul Uniunii atunci când intenționează să asigure o protecție mai ridicată a consumatorilor sau să urmărească un alt obiectiv de interes general, precum protecția unui drept fundamental, de exemplu. În speță, potrivit guvernului german, ar fi vorba despre protecția libertății și a pluralismului mijloacelor de informare în masă [consacrate de articolul 11 alineatul (2) din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene].

1 — Limba originală: franceza.

2 — Directiva Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) (JO L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260).

II – Cadrul juridic

A – *Dreptul Uniunii*

4. Potrivit articolului 2 litera (d) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, „practici ale întreprinderilor față de consumatori” înseamnă „orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori”.

5. Conform articolului 3 alineatul (1) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, aceasta „se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs”. Cu toate acestea, potrivit articolului 3 alineatul (5) din această directivă, „[p]entru o perioadă de șase ani începând de la 12 iunie 2007, statele membre pot continua să aplice dispoziții de drept intern, a căror apropiere este reglementată de prezenta directivă, mai restrictive sau mai riguroase decât dispozițiile prezentei directive și care pun în aplicare directive ce conțin clauze de armonizare minime. Aceste măsuri trebuie să fie esențiale pentru a garanta protecția adecvată a consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale și trebuie să fie proporționale cu obiectivul a cărui realizare se dorește. Revizuirea menționată la articolul 18 poate să includă, după caz, o propunere de prelungire a acestei derogări pe o perioadă limitată”.

6. În ceea ce privește articolul 3 alineatul (8) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, acesta prevede o altă derogare în sensul că prevede că directiva menționată „nu aduce atingere condițiilor de stabilire sau măsurilor de autorizare sau codurilor de conduită deontologică sau altor dispoziții speciale privind profesiile reglementate pe care statele membre le pot impune comercianților, în conformitate cu legislația comunitară, pentru a garanta faptul că aceștia îndeplinesc un nivel ridicat de integritate”.

7. În ceea ce privește articolul 4 din directiva menționată, acesta prevede că „[s]tatele membre nu limitează libertatea de a presta servicii, nici nu limitează libera circulație a mărfurilor din motive care se încadrează în domeniul în care prezenta directivă vizează apropierea dispozițiilor în vigoare”.

8. Articolul 5 din Directiva privind practicile comerciale neloiale, intitulat „Interzicerea practicilor comerciale neloiale”, prevede:

„(1) Se interzic practicile comerciale neloiale.

(2) O practică comercială este neloială în cazul în care:

(a) este contrară cerințelor diligenței profesionale

și

(b) denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia îi este adresat sau al membrului mediu al unui grup în cazul în care o practică comercială este orientată către un grup particular de consumatori.

[…]

(5) Anexa I conține lista practicilor comerciale considerate neloiale în orice situație. Lista unică se aplică în toate statele membre și poate fi modificată numai prin revizuirea prezentei directive.”

9. Articolul 7 din Directiva privind practicile comerciale neloiale, intitulat „Omisiuni înșelătoare”, prevede la alineatele (1) și (2):

„(1) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

(2) De asemenea, o practică comercială se consideră omisiune înșelătoare în cazul în care, ținând seama de toate aspectele descrise la alineatul (1), un comerciant disimulează o informație semnificativă prevăzută la alineatul respectiv sau o furnizează într-o manieră neclară, neinteligibilă, ambiguă sau nepotrivită sau dacă nu își declară intenția comercială adevărată în cazul în care aceasta nu reiese deja din context sau în cazul în care, în orice situație, aceasta determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.”

10. Anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, intitulată „Practici comerciale considerate neloiale în orice situație”, menționează la punctul 11 ca „[p]ractici comerciale înșelătoare” faptul de „[a] folosi conținutul editorial din mass-media pentru a promova un produs, în cazul în care comerciantul a plătit pentru această promovare, fără a specifica acest lucru prin conținut ori prin imagini sau sunete pe care consumatorul le poate identifica ușor (reportaj publicitar). Dispoziția nu aduce atingere Directivei 89/552/CEE a Consiliului[3]”.

B – *Dreptul german*

11. Articolul 10 din legea regională privind presa prevede:

„Identificarea publicărilor cu titlu oneros

Orice editor al unui periodic sau orice persoană responsabilă (în sensul articolului 8 alineatul 2 a patra teză) care primește sau solicită o remunerare în schimbul publicării unui material sau care obține asigurarea unei astfel de remunerări este obligată să identifice în mod clar materialul astfel publicat prin mențiunea «anunț», în măsura în care caracterul său publicitar nu poate fi recunoscut deja, la modul general, ca urmare a locului în care figurează sau a formei acestuia.”

12. Articolul 3 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) prevede:

„Articolul 3:

Interzicerea practicilor comerciale neloiale

(1) Sunt ilicite practicile comerciale neloiale care pot afecta semnificativ interesele concurenților, ale consumatorilor sau ale altor operatori de pe piață.

3 — Directiva Consiliului din 3 octombrie 1989 privind coordonarea anumitor acte cu putere de lege și acte administrative ale statelor membre cu privire la desfășurarea activităților de difuzare a programelor de televiziune (JO L 298, p. 23, Ediție specială, 06/vol. 1, p. 215).

(2) Practicile comerciale care se adresează consumatorilor sunt ilicite în orice situație în cazul în care sunt contrare diligenței profesionale la care este obligat operatorul economic și în cazul în care, putând denatura semnificativ capacitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză, îl conduc la adoptarea unei decizii comerciale pe care altfel nu ar fi luat-o. Elementul de referință trebuie să fie consumatorul mediu sau, în cazul în care practica comercială se adresează în mod specific unui grup special de consumatori, un membru mediu din acest grup. […]

(3) Practicile comerciale care se adresează consumatorilor enumerați în anexa la prezenta lege sunt ilicite în toate situațiile."

În temeiul articolului 4 punctele 3 și 11 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale, „[a]cționează în mod neloial, printre altele, orice persoană care […] disimulează caracterul publicitar al unor practici comerciale sau […] încalcă o dispoziție legală care urmărește de asemenea să reglementeze comportamentul pe piață în interesul operatorilor".

13. Punctul 11 din anexa referitoare la articolul 3 alineatul 3 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale arată că este considerată nelegală, în sensul acestui articol, „utilizarea, finanțată de un operator economic, a unui conținut editorial pentru a promova un produs, fără ca această legătură să rezulte în mod clar din conținut sau din prezentarea vizuală sau sonoră (reportaj publicitar)".

III – Situația de fapt din litigiul principal și întrebarea preliminară

14. Stuttgarter Wochenblatt publică un săptămânal cu același nume, în timp ce RLvS, cu sediul în Stuttgart (Germania), editează ziarul de mică publicitate *GOOD NEWS*. În numărul său din iunie 2009, aceasta din urmă a publicat două articole în schimbul unei sponsorizări financiare.

15. Primul dintre aceste două articole, publicat pe o pagină la rubrica „*GOOD NEWS* Prominent", ocupă trei sferturi din pagină și este intitulat „VfB Vip-Geflüster" (zvonuri despre personalitățile prezente la VfB). Acest articol, însoțit de fotografii, constituia un reportaj despre personalitățile care au fost prezente la ultimul meci din respectivul sezon jucat de echipa VfB Stuttgart în cadrul campionatului de fotbal german. Între titlu, care cuprinde și o scurtă introducere, și corpul articolului, însoțit de 19 fotografii, se menționează că articolul este finanțat de terți. Astfel, se poate citi mențiunea „Sponsored by" (sponsorizat de) urmată de denumirea firmei Scharr, evidențiată grafic. Sub acest articol, în cadrul ultimului sfert de pagină, se află un material publicitar care cuprinde mențiunea „Anzeige" (anunț), despărțit de articol printr-o liniuță. Acest material publicitar anunță începerea lucrărilor de reconstrucție a stadionului Mercedes-Benz Arena și face reclamă pentru produsul „Scharr Bio Heizöl", oferit de sponsorul articolului în cauză.

16. Celălalt articol, publicat într-o altă pagină a ziarului la rubrica „*GOOD NEWS* Wunderschön", face parte din seria de articole intitulată „Wohin Stuttgarter Verreisen" (unde călătoresc locuitorii din Stuttgart) și este intitulat „Heute: Leipzig" (astăzi: Leipzig). Acest articol ocupă șapte optimi din pagină și constă într-o scurtă descriere a orașului Leipzig (Germania). Și în acest caz, titlul articolului este însoțit de mențiunea „Sponsored by" urmată de denumirea întreprinderii care a finanțat articolul, în speță Germanwings, de asemenea evidențiată grafic. În plus, în colțul inferior din dreapta al paginii figurează un material publicitar pentru această companie, care este de asemenea despărțit de articol printr-o liniuță și care cuprinde mențiunea „Anzeige". Materialul publicitar propune un concurs prin care participanții puteau câștiga printre altele două bilete de avion pentru Leipzig dacă răspundeau corect la o întrebare referitoare la frecvența legăturilor aeriene efectuate de sponsor între orașele Stuttgart și Leipzig.

17. Stuttgarter Wochenblatt consideră că, dat fiind că cele două materiale în discuție au fost sponsorizate financiar, este vorba despre materiale publicate cu titlu oneros în sensul articolului 10 din legea regională privind presa și că, în consecință, acestea încalcă articolul menționat, întrucât caracterul lor publicitar nu este clar indicat.

18. Sesizat de Stuttgarter Wochenblatt în primă instanță, Landgericht a admis cererea acesteia, interzicând RLvS să publice sau să asigure publicarea cu titlu oneros în ziarul *GOOD NEWS* a unor materiale care nu conțin mențiunea „anunț”, precum cele două articole sus-menționate publicate în numărul din iunie 2009 și al căror caracter publicitar nu poate fi dedus la modul general ca urmare a locului în care figurează sau a formei acestora. RLvS a declarat apel împotriva respectivei hotărâri, dar acesta a fost respins.

19. În cadrul recursului pe care l-a formulat în fața instanței de trimitere, RLvS își menține concluziile prin care solicită respingerea cererii. Aceasta susține că articolul 10 din legea regională privind presa încalcă dreptul Uniunii și nu este, așadar, aplicabil.

20. Bundesgerichtshof ridică problema dacă aplicarea deplină a articolului 10 din legea regională privind presa în contextul articolului 4 punctul 11 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale este conformă cu dreptul Uniunii, în special ținând seama de armonizarea completă, realizată prin Directiva privind practicile comerciale neloiale, a normelor referitoare la respectivele practici comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori.

21. Întrucât, în litigiul principal, cele două instanțe au admis acțiunea introdusă de Stuttgarter Wochenblatt în temeiul articolului 4 punctul 11 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale și al articolului 10 din legea regională privind presa, Bundesgerichtshof nu intenționează să soluționeze problema dacă materialele în litigiu nu ar încălca, pe de altă parte, articolul 3 alineatul 3 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale coroborat cu punctul 11 din anexa referitoare la acest articol, precum și cu articolul 4 punctul 3 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale, dispoziții care corespund, în esență, articolului 5 alineatul (5) din Directiva privind practicile comerciale neloiale coroborat cu punctul 11 din anexa I la aceasta și cu articolul 7 alineatul (2) din respectiva directivă.

22. Bundesgerichtshof detaliază cele două obiective urmărite de articolul 10 din legea regională privind presa, care reglementează comportamentul operatorilor pe piață în sensul articolului 4 punctul 11 din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale și care se regăsește în mod aproape identic în mai toate legile regionale germane privind presa și mass-media. Pe de o parte, se urmărește să se împiedice ca cititorul unui ziar să fie indus în eroare, întrucât adesea consumatorii dau dovadă de un spirit critic mai redus în privința măsurilor publicitare prezentate sub forma unui conținut editorial decât în privința publicității comerciale identificabile ca atare. Pe de altă parte, obligația separării publicității de conținutul editorial urmărește să garanteze obiectivitatea și neutralitatea presei, prevenind pericolul unei influențe exterioare asupra presei, inclusiv în afara domeniului comercial. Această obligație de separare, prevăzută de dreptul presei și al mass-media, are drept funcție esențială protejarea obiectivității și neutralității presei și audiovizualului, o astfel de funcție neputând fi îndeplinită prin simpla interzicere a publicității editoriale în cadrul normelor privind concurența neloială.

23. În aceste condiții, Bundesgerichtshof a decis să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarea întrebare preliminară:

„Articolul 7 alineatul (2) din [Directiva privind practicile comerciale neloiale] și punctul 11 din anexa I la directiva menționată coroborate cu articolul 4 și cu articolul 3 alineatul (5) din aceeași directivă se opun aplicării unei dispoziții naționale (în speță, articolul 10 din legea regională privind presa […]) care urmărește, pe lângă protecția consumatorilor împotriva practicilor înșelătoare, și garantarea independenței presei și interzice, spre deosebire de articolul 7 alineatul (2) din [Directiva privind

practicile comerciale neloiale] și de punctul 11 din anexa I la aceasta, orice publicare cu titlu oneros a unui material, indiferent de scopul urmărit prin aceasta, în cazul în care materialul publicat nu cuprinde mențiunea «anunț», cu excepția cazului în care caracterul publicitar al materialului este indicat chiar de locul în care figurează acesta sau de forma sa?"

IV – Procedura în fața Curții

24. Cererea de decizie preliminară a fost primită la Curte la 22 august 2012. Au depus observații scrise Stuttgarter Wochenblatt, guvernele german, ceh și polonez, precum și Comisia Europeană. La 12 iunie 2013 a avut loc o ședință, în prezența reprezentanților RLvS și ai Stuttgarter Wochenblatt, ai guvernului german și ai Comisiei.

V – Analiză

A – *Domeniul de aplicare al Directivei privind practicile comerciale neloiale*

25. Pentru a răspunde la întrebarea adresată, trebuie să se stabilească mai întâi dacă practicile care fac obiectul reglementării în discuție în litigiul principal și care constau în publicarea unor materiale în schimbul unei plăți constituie practici comerciale în sensul articolului 2 litera (d) din Directiva privind practicile comerciale neloiale și, prin urmare, sunt reglementate de normele prevăzute de aceasta.

26. Articolul 2 litera (d) menționat definește „practicile întreprinderilor față de consumatori" ca fiind „orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori".

27. În ceea ce privește articolul 10 din legea regională privind presa, acesta nu conține nicio aluzie la vreun comportament economic sau comercial, indiferent că este din partea celui care asigură publicarea sau din partea cititorului. Articolul 10 din această lege se aplică oricărei comunicări, indiferent de natura comercială sau necomercială a acesteia.

28. Acestea fiind spuse, potrivit unei jurisprudențe constante a Curții, Directiva privind practicile comerciale neloiale se caracterizează printr-un domeniu de aplicare material deosebit de larg[4]. Potrivit textului considerentului (6) și în acord cu spiritul considerentului (8) ale acestei directive, „[î]n acest mod, […] nu sunt excluse din domeniul de aplicare menționat decât legislațiile interne privind practicile comerciale neloiale care dăunează «doar» [, adică exclusiv,][5] intereselor economice ale concurenților sau care au legătură cu o tranzacție între comercianți"[6].

29. Cu alte cuvinte, pentru a se încadra în domeniul de aplicare al Directivei privind practicile comerciale neloiale, dispoziția de drept național în litigiu trebuie să aibă drept obiectiv protecția consumatorilor[7]. Or, potrivit instanței de trimitere, „[d]ispoziția cuprinsă la articolul 10 din legea regională […] privind presa, care se regăsește în mod aproape identic în mai toate legile regionale germane privind presa și mass-media, reglementează comportamentul întreprinderilor pe piață în sensul articolului 4 punctul 11 din Legea federală […] privind combaterea concurenței neloiale.

4 — A se vedea în acest sens Hotărârea din 14 ianuarie 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, Rep., p. I-217, punctul 39), și Hotărârea din 9 noiembrie 2010, Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag (C-540/08, Rep., p. I-10909, punctul 21).

5 — A se vedea în acest sens punctul 47 din Concluziile avocatului general Trstenjak prezentate în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag, citată anterior.

6 — Hotărârile citate anterior Plus Warenhandelsgesellschaft (punctul 39) și Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag (punctul 21).

7 — A se vedea în acest sens Concluziile avocatului general Trstenjak prezentate în cauza Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag, citată anterior (punctul 42).

Aceasta urmărește două scopuri de importanță egală: pe de o parte, aceasta urmărește să împiedice ca cititorul să fie indus în eroare, întrucât adesea consumatorii dau dovadă de un spirit critic mai redus în privința măsurilor publicitare prezentate sub forma unui conținut editorial decât în privința publicității comerciale identificabile ca atare […]. Pe de altă parte, obligația separării publicității de conținutul editorial garantează obiectivitatea și neutralitatea presei”[8].

30. Potrivit instanței de trimitere, articolul 10 din legea regională privind presa are, așadar, drept dublu obiectiv garantarea obiectivității și a neutralității presei, precum și protecția consumatorilor[9].

31. În ceea ce îl privește, guvernul german contestă că articolul 10 și, mai general, toată legea regională privind presa reglementează protecția consumatorilor. Potrivit termenilor utilizați de guvernul german în observațiile sale scrise, reluați în cadrul ședinței din 12 iunie 2013, chiar dacă articolul 10 din legea regională privind presa urmărește, în cele din urmă, protecția consumatorilor, acest lucru se datorează doar unui „efect reflex” care obligă la separarea conținutului editorial de conținutul publicitar.

32. Trebuie să se amintească totuși că nu este de competența Curții să interpreteze dreptul național. Curtea trebuie să țină seama de situația de fapt și de contextul normativ în care se încadrează întrebarea preliminară adresată, astfel cum sunt definite de instanța de trimitere[10]. În ceea ce privește chiar Directiva privind practicile comerciale neloiale, Curtea a amintit, de altfel, în mod expres că era de competența instanței de trimitere, iar nu de competența Curții, „să stabilească dacă dispoziția națională din acțiunea principală urmărește efectiv obiective legate de protecția consumatorilor, pentru a verifica dacă o astfel de dispoziție poate face parte din domeniul de aplicare al Directivei privind practicile comerciale neloiale”[11].

33. În consecință, în măsura în care, potrivit Bundesgerichtshof, dispoziția în discuție în litigiul principal urmărește, cel puțin în parte, să asigure protecția consumatorilor, considerăm că aceasta intră în domeniul de aplicare al Directivei privind practicile comerciale neloiale.

34. Cu toate acestea, astfel cum am arătat deja, articolul 10 din legea regională privind presa nu conține nicio aluzie la vreun comportament economic, indiferent dacă acesta este din partea celui care asigură publicarea sau din partea cititorului. Întrucât acesta se aplică oricărei comunicări, indiferent de natura comercială sau necomercială a acesteia, considerăm că trebuie făcută o distincție.

35. Astfel, contrar articolului 7 alineatul (2) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, legea regională privind presa nu presupune că publicarea este efectuată cu o intenție comercială, nici că aceasta este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie comercială în sensul articolului 7 menționat. De asemenea, materialul publicat nu trebuie să promoveze în mod necesar un produs, contrar celor prevăzute la punctul 11 din anexa I la directiva menționată în legătură cu articolul 5 alineatul (5) din aceasta.

36. În această privință, împărtășim opinia Comisiei atunci când observă că, în temeiul articolului 3 alineatul (1) din aceasta, Directiva privind practicile comerciale neloiale se aplică numai practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori, definite la articolul 5. Acest lucru înseamnă că practica comercială va fi neloială numai atunci când denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia îi este adresată.

8 — Punctul 10 din decizia de trimitere.

9 — *Ibidem* (punctul 14).

10 — A se vedea în acest sens printre altele Hotărârea din 17 iulie 2008, ASM Brescia (C-347/06, Rep., p. I-5641, punctul 28).

11 — Ordonanța Curții din 30 iunie 2011, Wamo (C-288/10, Rep., p. I-5835, punctul 28).

37. În măsura în care articolul 10 din legea regională privind presa nu presupune că publicarea este efectuată cu o intenție comercială, nici că aceasta este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie comercială în sensul articolului 5 din Directiva privind practicile comerciale neloiale, acesta are în vedere fapte care nu intră în mod sistematic în domeniul de aplicare material al respectivei directive. Aceasta este, de exemplu, situația materialelor a căror publicare este finanțată de partide politice, de asociații de interes general și de alte organizații analoge care nu au un obiect comercial. Directiva menționată nu se aplică acestor situații și legiuitorul național își păstrează, așadar, libertatea de acțiune în privința acestora.

B – *Întinderea armonizării realizate prin Directiva privind practicile comerciale neloiale*

38. Astfel cum arată instanța de trimitere în mod pertinent, Directiva privind practicile comerciale neloiale a efectuat o armonizare completă a normelor privind practicile comerciale. În temeiul articolului 4 din directivă, statele membre nu pot să adopte măsuri mai restrictive decât cele definite de directiva menționată, chiar dacă obiectivul acestora ar fi să asigure un nivel mai ridicat de protecție a consumatorilor [12].

39. Cu privire la practicile în discuție în cauza prezentată Curții, legiuitorul Uniunii a apreciat că un reportaj publicitar nu putea fi calificat drept practică neloială în sensul Directivei privind practicile comerciale neloiale în cazul în care finanțarea specială a acestui tip de material era specificată în mod clar prin conținut ori prin imagini sau sunete pe care consumatorul le poate identifica ușor [13]. În ceea ce privește articolul 10 din legea regională privind presa, acesta impune oricărui editor al unui periodic care primește sau solicită o plată în schimbul unei publicări (sau obține asigurarea unei astfel de plăți) obligația de a identifica în mod clar acest material prin intermediul mențiunii „anunț” (cu excepția situației în care caracterul publicitar al materialului în cauză poate fi recunoscut deja, la modul general, ca urmare a locului în care figurează sau a formei acestuia).

40. Din această comparație rezultă că, în cazurile în care legiuitorul Uniunii nu impune o mențiune specifică, dispoziția regională germană impune în principiu utilizarea precisă a termenului „anunț”. Faptul că este posibil ca acest termen să nu fie menționat în anumite cazuri – și anume atunci când caracterul publicitar al materialului poate fi recunoscut, la modul general, ca urmare a locului în care figurează sau a formei acestuia – nu contrazice nicidecum concluzia că această dispoziție limitează posibilitatea de acțiune a editorului într-un mod mai constrângător și deci mai restrictiv decât Directiva privind practicile comerciale neloiale. Astfel, potrivit punctului 11 din anexa I la această directivă, un reportaj publicitar constituie o practică comercială neloială numai în ipoteza în care comerciantul care a finanțat publicarea nu a specificat acest lucru prin conținut sau prin imagini sau sunete pe care consumatorul le poate identifica ușor. Considerăm că această limitare se referă la aceeași situație precum cea avută în vedere de articolul 10 din legea regională privind presa.

41. Considerăm că nici faptul că măsura în discuție în litigiul principal este motivată în egală măsură de preocuparea de a garanta obiectivitatea și neutralitatea presei nu este de natură să modifice raționamentul și concluzia sa.

42. Desigur, Curtea a recunoscut că pluralismul presei putea constitui o cerință imperativă în temeiul articolului 36 TFUE, de natură să justifice o restricție privind libera circulație a mărfurilor [14]. Totuși, aceasta a precizat de asemenea că, „chiar dacă s-ar presupune că dispoziția națională în discuție în litigiul principal urmărește în principal menținerea pluralismului mass-mediei […], trebuie să se

12 — A se vedea în acest sens Hotărârea din 23 aprilie 2009, VTB-VAB și Galatea (C-261/07 și C-299/07, Rep., p. I-2949, punctul 52), Hotărârea Plus Warenhandelsgesellschaft, citată anterior (punctul 41), precum și Hotărârea Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, citată anterior (punctul 30).

13 — Punctul 11 din anexa I la directiva menționată.

14 — A se vedea în acest sens Hotărârea din 26 iunie 1997, Familiapress (C-368/95, Rec., p. I-3689, punctul 18).

observe că posibilitatea statelor membre de a menține sau de a institui pe teritoriul lor măsuri care au ca obiect sau ca efect calificarea practicilor comerciale ca neloiale pentru motive legate de menținerea pluralismului mass-mediei nu figurează printre derogările de la domeniul de aplicare al [Directivei privind practicile comerciale neloiale] prevăzute în considerentele (6) și (9), precum și la articolul 3 din aceasta”[15].

43. Considerăm că această concluzie se impune cu atât mai mult cu cât, prin instituirea unei mențiuni obligatorii care nu este reluată la punctul 11 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, legiuitorul național modifică într-o anumită măsură lista practicilor care sunt considerate neloiale în orice situație, ceea ce îi este interzis. Astfel, în temeiul articolului 5 alineatul (5) din această directivă, lista practicilor comerciale reluate în anexa I la directiva menționată poate fi modificată numai printr-o modificare a directivei. Cu alte cuvinte, directiva interzice în mod expres statelor membre să completeze în mod unilateral lista din anexa I la aceasta[16].

44. Directiva privind practicile comerciale neloiale trebuie, așadar, să fie interpretată în sensul că se opune unei legislații naționale, precum cea în discuție în litigiul principal, în măsura în care aceasta se aplică unor materiale publicate care constituie practici comerciale neloiale în sensul articolului 5 din directiva menționată.

C – *Incidența articolului 3 alineatul (5) din Directiva privind practicile comerciale neloiale*

45. În întrebarea sa, instanța de trimitere invocă de asemenea articolul 3 alineatul (5) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, potrivit căruia, „[p]entru o perioadă de șase ani începând de la 12 iunie 2007, statele membre pot continua să aplice dispoziții de drept intern, a căror apropiere este reglementată de prezenta directivă, mai restrictive sau mai riguroase decât dispozițiile prezentei directive și care pun în aplicare directive ce conțin clauze de armonizare minime. Aceste măsuri trebuie să fie esențiale pentru a garanta protecția adecvată a consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale și trebuie să fie proporționale cu obiectivul a cărui realizare se dorește […]”.

46. Această dispoziție nu s-ar aplica, cel puțin până la 12 iunie 2013, articolului 10 din legea regională privind presa? Considerăm că răspunsul este negativ.

47. Astfel cum subliniază avocatul general Trstenjak în Concluziile prezentate în cauza Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, citate anterior, articolul 3 alineatul (5) din Directiva privind practicile comerciale neloiale limitează această excepție la acele reglementări naționale care „[transpun] directive care conțin clauze de armonizare minimă”[17].

48. În această privință, toate părțile au confirmat în cadrul ședinței că legea regională în discuție în litigiul principal nu urmărea transpunerea vreunei directive, ceea ce exclude aplicarea articolului 3 alineatul (5) menționat.

49. În ceea ce ne privește, adăugăm că articolul 10 din legea regională privind presa, deși nu urmărește să transpună una dintre dispozițiile Directivei privind practicile comerciale neloiale, privește totuși un domeniu – și anume reportajul publicitar – care este reglementat de punctul 11 din anexa I la această directivă. Prin urmare, considerăm că acest domeniu este supus armonizării complete realizate de respectiva directivă și este exclus, așadar, și în această privință, din domeniul de aplicare al articolului 3 alineatul (5) din directiva menționată.

15 — A se vedea Hotărârea Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag, citată anterior (punctul 26).

16 — A se vedea în acest sens Concluziile avocatului general Trstenjak prezentate în cauza Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag, citate anterior (punctul 115).

17 — A se vedea în acest sens și pentru exemple de directive care cuprind o clauză de armonizare minimă în sensul articolului 3 alineatul (5) din Directiva privind practicile comerciale neloiale Concluziile avocatului general Trstenjak prezentate în cauza Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, citate anterior (punctul 64 și nota de subsol 44).

D – *Incidența articolului 3 alineatul (8) din Directiva privind practicile comerciale neloiale*

50. În observațiile sale, guvernul polonez evocă posibilitatea de a considera dispozițiile legii regionale privind presa ca fiind norme pe care statele membre le pot impune comercianților în temeiul articolului 3 alineatul (8) din Directiva privind practicile comerciale neloiale pentru a garanta că aceștia prezintă un nivel ridicat de integritate.

51. Întrebate cu privire la acest aspect în cadrul ședinței de către judecătorul raportor, toate părțile prezente au apreciat că articolul 3 alineatul (8) din Directiva privind practicile comerciale neloiale nu se aplica jurnaliștilor. Considerăm și noi că dispoziția în litigiu nu poate fi privită ca o dispoziție specifică care se referă la o profesie reglementată în sensul articolului 2 litera (l) din respectiva directivă.

VI – Concluzie

52. Având în vedere ansamblul considerațiilor care precedă, propunem Curții să răspundă la întrebarea preliminară adresată de Bundesgerichtshof după cum urmează:

„Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului («Directiva privind practicile comerciale neloiale») trebuie interpretată în sensul că se opune unei dispoziții naționale, precum cea în discuție în litigiul principal, care, în măsura în care se aplică unor materiale publicate care constituie practici comerciale neloiale în sensul articolului 5 din această directivă, impune oricărui editor al unui periodic care primește sau solicită o plată în schimbul publicării unui material comercial sau obține asigurarea unei astfel de plăți obligația de a identifica în mod clar acest material prin intermediul mențiunii «anunț», în măsura în care caracterul său publicitar nu poate fi recunoscut deja, la modul general, ca urmare a locului în care figurează sau a formei acestuia, și care urmărește nu numai protecția consumatorilor, ci și alte obiective.”