ARREST VAN HET HOF (Zesde kamer)

18 oktober 2012*

„Richtlijn 2005/29/EG — Oneerlijke handelspraktijken — Praktijk die erin bestaat consument mee te delen dat hij prijs heeft gewonnen, waarbij hij verplicht wordt kosten te maken om prijs te ontvangen”

In zaak C-428/11,

betreffende een verzoek om een prejudiciële beslissing krachtens artikel 267 VWEU, ingediend door de Court of Appeal (England and Wales) (Civil Division) (Verenigd Koninkrijk) bij beslissing van 2 augustus 2011, ingekomen bij het Hof op 16 augustus 2011, in de procedure

Purely Creative Ltd,

Strike Lucky Games Ltd,

Winners Club Ltd,

McIntyre & Dodd Marketing Ltd,

Dodd Marketing Ltd,

Adrian Williams,

Wendy Ruck,

Catherine Cummings,

Peter Henry

tegen

Office of Fair Trading,

wijst HET HOF (Zesde kamer),

samengesteld als volgt: A. Rosas (rapporteur), waarnemend president van de Zesde kamer, U. Lõhmus en A. Ó Caoimh, rechters,

advocaat-generaal: P. Mengozzi,

griffier: L. Hewlett, hoofdadministrateur,

gezien de stukken en na de terechtzitting op 28 juni 2012,

* Procestaal: Engels.

gelet op de opmerkingen van:

— Purely Creative Ltd e.a., vertegenwoordigd door K. de Haan, QC, en N. Tillott, solicitor,

— de regering van het Verenigd Koninkrijk, vertegenwoordigd door S. Ossowski en E. Jenkinson als gemachtigden, bijgestaan door J. Simor, barrister,

— de Spaanse regering, vertegenwoordigd door A. Rubio González als gemachtigde,

— de Italiaanse regering, vertegenwoordigd door G. Palmieri als gemachtigde, bijgestaan door W. Ferrante, avvocato dello Stato,

— de Oostenrijkse regering, vertegenwoordigd door C. Pesendorfer als gemachtigde,

— de Europese Commissie, vertegenwoordigd door J. Samnadda, M. van Beek en M. Owsiany-Hornung als gemachtigden,

gelet op de beslissing, de advocaat-generaal gehoord, om de zaak zonder conclusie te berechten,

het navolgende

Arrest

1 Het verzoek om een prejudiciële beslissing betreft de uitlegging van punt 31 van bijlage I bij richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken") (PB L 149, blz. 22).

2 Dit verzoek is ingediend in het kader van een geding tussen enerzijds vijf ondernemingen die gespecialiseerd zijn in de verspreiding van reclamebrieven en verschillende personen die in dienst waren van deze ondernemingen (hierna: „handelaars") en anderzijds het Office of Fair Trading (hierna: „OFT"), dat belast is met de handhaving van de consumentenbeschermingswetgeving, betreffende de door deze handelaars toegepaste praktijken.

Toepasselijke bepalingen

Unierecht

3 De punten 6, 8 en 16 tot en met 19 van de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken luiden als volgt:

„(6) [...] [D]e wetgeving van de lidstaten betreffende oneerlijke handelspraktijken, waaronder oneerlijke reclame, die de economische belangen van de consumenten rechtstreeks en aldus de economische belangen van legitieme concurrenten onrechtstreeks schaden, [wordt] bij deze richtlijn geharmoniseerd. [...]

[...]

(8) Deze richtlijn beschermt de economische belangen van de consument op rechtstreekse wijze tegen oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten. [...]

[...]

(16) De bepalingen betreffende agressieve handelspraktijken moeten van toepassing zijn op praktijken die de keuzevrijheid van de consument aanzienlijk beperken. Het gaat om intimidatie, dwang, met inbegrip van het gebruik van lichamelijk geweld, en ongepaste beïnvloeding.

(17) Met het oog op een grotere rechtszekerheid is het wenselijk te bepalen welke handelspraktijken in alle omstandigheden oneerlijke zijn. Bijlage I bevat daarom een uitputtende lijst van deze praktijken. Alleen deze handelspraktijken worden verondersteld oneerlijk te zijn zonder een individuele toetsing aan het bepaalde in de artikelen 5 tot en met 9. De lijst mag alleen worden aangepast door herziening van deze richtlijn.

(18) Alle consumenten moeten tegen oneerlijke handelspraktijken worden beschermd [...]. In overeenstemming met het evenredigheidsbeginsel, en om de uit hoofde van dat beginsel geboden bescherming ook effectief te kunnen toepassen, wordt in deze richtlijn het door het Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de gemiddelde – dit wil zeggen redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende – consument als maatstaf genomen, waarbij eveneens rekening wordt gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren, maar wordt er tevens voorzien in bepalingen die voorkomen dat wordt geprofiteerd van consumenten die bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, zoals bijvoorbeeld kinderen, is het wenselijk dat het effect van de handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep wordt beoordeeld. [...] Het criterium van de gemiddelde consument is geen statistisch criterium. Nationale rechtbanken en autoriteiten moeten, rekening houdend met de jurisprudentie van het Hof van Justitie, hun eigen oordeel volgen om vast te stellen wat de typische reactie van de gemiddelde consument in een bepaald geval is.

(19) Indien bepaalde kenmerken, zoals leeftijd, lichamelijke of geestelijke handicap of lichtgelovigheid, consumenten bijzonder bevattelijk maken voor een handelspraktijk of het via die praktijk aangeboden product, en het economische gedrag van alleen die groep consumenten door deze praktijk kan worden beïnvloed op een manier die de handelaar redelijkerwijs kan voorzien, is het dienstig ervoor te zorgen dat die groep consumenten op passende wijze beschermd wordt door de betrokken handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van een gemiddeld lid van die groep te beoordelen."

4 Artikel 1 van deze richtlijn bepaalt:

„Het doel van deze richtlijn is om bij te dragen aan de goede werking van de interne markt en om een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen door de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake oneerlijke handelspraktijken die de economische belangen van de consumenten schaden, te harmoniseren."

5 In artikel 2, sub e, van voornoemde richtlijn is de volgende definitie opgenomen:

„‚het economische gedrag van consumenten wezenlijk verstoren': een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten".

6 Artikel 5 van die richtlijn, met als opschrift „Verbod op oneerlijke handelspraktijken", luidt:

„1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij:

a) in strijd is met de vereisten van professionele toewijding,

en

b) het economische gedrag van de gemiddelde consument die zij bereikt of op wie zij gericht is of, indien zij op een bepaalde groep consumenten gericht is, het economisch gedrag van het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product wezenlijk verstoort of kan verstoren.

[...]

4. Meer in het bijzonder zijn handelspraktijken oneerlijk die:

a) misleidend zijn in de zin van de artikelen 6 en 7,

of

b) agressief zijn in de zin van de artikelen 8 en 9.

5. Bijlage I bevat de lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd. Deze lijst is van toepassing in alle lidstaten en mag alleen worden aangepast door wijziging van deze richtlijn."

7 Artikel 8 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, met als opschrift „Agressieve handelspraktijken", bepaalt:

„Als agressief wordt beschouwd een handelspraktijk die, in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, door intimidatie, dwang, inclusief het gebruik van lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de gemiddelde consument met betrekking tot het product aanzienlijk beperkt of kan beperken, waardoor hij ertoe wordt gebracht of kan worden gebracht over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen."

8 Bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken bevat een lijst van 31 punten waarin handelspraktijken worden beschreven die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd. De in de punten 1 tot en met 23 van deze bijlage beschreven praktijken hebben als opschrift „Misleidende handelspraktijken", terwijl de in de punten 24 tot en met 31 beschreven praktijken zijn opgenomen onder het opschrift „Agressieve handelspraktijken".

9 Punt 20 van bijlage I bij deze richtlijn luidt als volgt:

„Een product als ‚gratis', ‚voor niets', ‚kosteloos' en dergelijke omschrijven als de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod en het product af te halen dan wel dit te laten bezorgen."

10 Punt 31 van deze bijlage is als volgt verwoord:

„De bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen dan wel door een bepaalde handeling te verrichten een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen, als er in feite:

— geen sprake is van een prijs of een ander soortgelijk voordeel,

dan wel

— als het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs of voor een ander soortgelijk voordeel afhankelijk is van de betaling van een bedrag door de consument of indien daaraan voor hem kosten zijn verbonden."

Nationaal recht

11 De richtlijn oneerlijke handelspraktijken is uitgevoerd bij de Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 1277/2008) (wet tot bescherming van consumenten tegen oneerlijke handelspraktijken van 2008; hierna: „consumentenbeschermingswet"). Regulation 3 van de consumentenbeschermingswet verbiedt oneerlijke handelspraktijken. Regulation 5 van deze wet verbiedt misleidende handelingen, terwijl Regulation 6 een verbod op misleidende omissies stelt.

12 Bijlage 1 bij de consumentenbeschermingswet stemt overeen met bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Zij bevat evenwel niet de opschriften van laatstgenoemde bijlage. Punt 31 van bijlage 1 bij de consumentenbeschermingswet neemt in identieke bewoordingen punt 31 van bijlage I bij deze richtlijn over.

Hoofdgeding en prejudiciële vragen

13 Na langdurig overleg en onderhandelingen tussen het OFT en de handelaars om van laatstgenoemden de verbintenis te verkrijgen dat zij een aantal regels op het gebied van de reclame in acht zouden nemen, heeft het OFT een geding aanhangig gemaakt bij de High Court of Justice (England and Wales) Chancery Division (Companies Court), ter verkrijging van een handhavingsbesluit waarbij de handelaars wordt verboden voort te gaan met de verspreiding van promoties die overeenkomen met vijf specifieke promoties die in 2008 zijn gevoerd en die in de aan die rechterlijke instantie overgelegde dossiers als de stukken 5 tot en met 9 zijn genummerd. Het OFT stelde dat de promoties verboden waren omdat zij „oneerlijke handelspraktijken" waren als bedoeld in artikel 3 van de consumentenbeschermingswet, daar zij in strijd waren met punt 31, sub b, van bijlage 1 bij de consumentenbeschermingswet, en misleidende handelingen in de zin van artikel 5 van de consumentenbeschermingswet en misleidende omissies als bedoeld in artikel 6 van deze wet omvatten.

14 Deze promoties bestonden onder meer uit individueel geadresseerde brieven, kraskaarten en andere reclamebijvoegsels die in kranten en tijdschriften waren opgenomen. Hoewel deze op bepaalde details verschilden, vertoonden zij een aantal gemeenschappelijke kenmerken, die de verwijzende rechter, te weten de Court of Appeal (England and Wales) (Civil Division), heeft beschreven als volgt:

— De consument werd medegedeeld dat hij recht had op een prijs uit een reeks nader gespecificeerde prijzen, variërend van prijzen van aanzienlijke waarde tot prijzen van zeer geringe waarde, die in de loop van het geding de „meest gebruikelijke prijzen" zijn genoemd. Tussen deze twee uitersten bevond zich een aantal andere prijzen. Niet is betwist dat de prijzen ook daadwerkelijk ter beschikking van de betrokken consumenten stonden.

— Om te zien wat hij had gewonnen en om zijn prijsnummer te verkrijgen kon de consument, behoudens in het geval van promotie 8, kiezen uit de volgende opties:

  — een zeer duur telefoonnummer bellen,

  — voor zijn eigen rekening een sms-dienst ontvangen, of

— de informatie per post ontvangen.

De postverzending was minder prominent weergegeven dan het bellen van het dure telefoonnummer. Hierdoor werden consumenten aangezet gebruik te maken van een duurdere optie dan de postverzending. Met betrekking tot promotie 5 is geconstateerd dat minimaal 80 % van de deelnemende consumenten had gereageerd per telefoon of sms. Met betrekking tot de overige promoties zijn in dit opzicht geen specifieke vaststellingen verricht. Het telefoonnummer betrof een lijn met een zogenaamd premiumtarief („premium rate"). De consument werd geïnformeerd over de kosten per minuut en de maximumduur van het gesprek.

— De consument werd niet meegedeeld:

— dat de minimumtijd voor het verkrijgen van de nodige informatie om de meest gebruikelijke prijs op te eisen, slechts enkele seconden korter was dan de maximale gesprektijd;

— dat 1,21 GBP van de 1,50 GBP aan kosten per minuut ging naar de onderneming die reclame voerde.

— In sommige gevallen moest de consument extra kosten betalen voor onder meer verzending en verzekering, waarvan een deel werd gebruikt door de onderneming die reclame voerde, ter financiering van de kosten voor de aankoop van het op te eisen artikel.

— Ruim 99 % van degenen die een prijs opeisten, had recht op de meest gebruikelijke prijs. De waarde van die prijs was echter reeds geheel of grotendeels betaald met de telefoon- of sms- kosten en/of de kosten van verzending en verzekering.

15 Met betrekking tot promotie 5 blijkt aldus uit de punten 87 en 90 van de beschikking van de High Court dat de consument ter verkrijging van een zogenoemd Zwitsers – doch in Japan vervaardigd – horloge 18 GBP diende te betalen (8,95 GBP telefoonkosten, 8,50 GBP kosten van verzekering en verzending, alsook de kostprijs van twee enveloppen en twee postzegels. Indien de consument de verzending per post koos, bedroegen zijn uitgaven 9,50 GBP. Indien hij gebruikmaakte van de telefoon, ontving de handelaar in totaal 15,71 GBP (7,21 GBP telefoonkosten en 8,50 GBP kosten van verzekering en verzending), terwijl zijn kosten 9,36 GBP bedroegen.

16 De promoties 6 en 8 hadden betrekking op cruises. Wat promotie 8 betreft, blijkt uit de punten 171 tot en met 173 van de beschikking van de High Court dat de consument die tot de 356 578 personen behoorde die een cruise op de Middellandse Zee voor vier personen hadden gewonnen, zijn prijs kon opeisen door een formulier in te vullen en 14,95 GBP verzekerings- en verzendingskosten te betalen. Hij ontving dan een tegoedbon, waarvan de kostprijs voor de handelaar 0,35 GBP bedroeg. Uit de kleine lettertjes op deze bon kon hij afleiden dat de cruise – in Corsica (Frankrijk) en Sardinië (Italië) – drie dagen duurde, met vertrek uit een niet nader genoemde haven in Toscane (Italië), op niet nader genoemde data. Met voornoemde bon kon hij zijn vervoer vanuit Engeland naar de plaats van afvaart van de cruise alsook de terugreis regelen tegen de prijs van 159 GBP. Aan een kajuit met één of twee bedden (niet met vier bedden) waren extra kosten verbonden. Maaltijden en drank dienden door de consument zelf te worden betaald, net als de havenbelasting. Volgens de High Court hadden twee koppels van twee personen 1 596 GBP moeten uitgeven, te weten 399 GBP per persoon, om aan de cruise te kunnen deelnemen.

17 Zoals de handelaars in de door hen bij het Hof ingediende opmerkingen hebben uiteengezet, hechten zij groot belang aan bijgewerkte databanken van deelnemers die mogelijkerwijs zullen ingaan op de promoties waarbij prijzen worden toegekend, aangezien deze gegevens kunnen worden gebruikt om andere gerichte producten aan de consumenten aan te bieden, of kunnen worden verkocht aan andere ondernemingen die hun eigen producten wensen aan te bieden.

18 De High Court heeft geoordeeld dat de betrokken promoties oneerlijke handelspraktijken vormen, zij het in mindere mate dan volgens het OFT het geval is.

19 Deze rechterlijke instantie heeft er in haar beschikking op gewezen dat de in punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken beschreven praktijk onder het opschrift „Agressieve handelspraktijken" en niet onder het opschrift „Misleidende handelspraktijken" is opgenomen, waarbij zij niettemin opmerkt dat deze opschriften niet zijn overgenomen in bijlage 1 bij de consumentenbeschermingswet. In punt 47 van haar beschikking heeft de High Court evenwel geoordeeld dat het misleidende karakter van een handelspraktijk de kern vormt van het bij punt 31 van bijlage I bij deze richtlijn gestelde verbod. Zij heeft het argument aanvaard dat punt 31 niet van toepassing is wanneer slechts betaling van een gering bedrag wordt verlangd (zoals de aankoop van een postzegel of de kostprijs van een gewoon telefoongesprek), de betrokken handelaar niets daarvan ontvangt en deze betaling minimaal is ten opzichte van de waarde van de gewonnen prijs.

20 In het kader van de uitoefening van haar bevoegdheden heeft de High Court een beschikking gegeven waarin de verplichtingen worden opgesomd die de handelaars op zich hebben genomen. Blijkens punt 1 van deze beschikking hebben de handelaars zich verbonden om „zich ervan te weerhouden de bedrieglijke indruk te wekken dat de consument reeds een prijs of een ander soortgelijk voordeel heeft gewonnen, zal winnen of zal winnen na het verrichten van een bepaalde handeling, indien de consument in feite – indien hij de door de verweerder aanbevolen stappen wil ondernemen om de prijs of een ander soortgelijk voordeel op te eisen – een bedrag dient te betalen of kosten dient te maken:

a) die een aanzienlijk deel vertegenwoordigen van de kosten per eenheid die de verweerder draagt om het als een prijs of ander gelijkwaardig voordeel omschreven goed aan de consument te verstrekken, of

b) in geval van kosten die in rekening worden gebracht voor de levering en de verzekering van de zaak, en door de verweerder worden gebruikt ter volledige of gedeeltelijke financiering van de aankoop of verzending daarvan, dan wel enige andere kosten die gemoeid zijn met de beschikbaarstelling van het goed, behoudens de feitelijke kosten voor de levering van het goed aan de consument alsmede de eventuele transportverzekering daarvan".

21 De handelaars hebben tegen de beschikking van de High Court beroep ingesteld bij de Court of Appeal (England and Wales) (Civil Division), met het verzoek om het voormelde punt 1 te wijzigen door het gestelde sub a te schrappen, dan wel, subsidiair, te vervangen door de volgende formulering:

„a) een aanzienlijk deel van de waarschijnlijke kosten voor de gemiddelde consument voor het verkrijgen van het als prijs of ander soortgelijk voordeel omschreven goed, of".

22 Het OFT heeft incidenteel hoger beroep ingesteld tegen punt 1, sub a, van de beschikking, met het verzoek het te herformuleren als volgt:

„zich ervan te onthouden de indruk te wekken dat de consument reeds een prijs of een ander soortgelijk voordeel heeft gewonnen, zal winnen, of zal hebben gewonnen na het verrichten van een bepaalde handeling, indien de consument in feite een geldsom dient te betalen of [kosten dient te maken]" of, subsidiair: „[kosten dient te maken, met uitzondering van minimale kosten]", indien hij de door de verweerders omschreven stappen wil ondernemen om de prijs of een ander soortgelijk voordeel op te eisen.

23 Volgens de Court of Appeal (England and Wales) (Civil Division) moet worden vastgesteld welke de juiste uitlegging is die aan punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken moet worden gegeven, aangezien de door de lidstaten ter uitvoering van deze bepalingen vastgestelde

regelingen verschillen. Bijgevolg heeft de Court of Appeal (England and Wales) (Civil Division) de behandeling van de zaak geschorst en het Hof verzocht om een prejudiciële beslissing over de hiernavolgende vragen:

„1) Omvat de verboden praktijk omschreven in punt 31 van bijlage I bij [de richtlijn oneerlijke handelspraktijken] een verbod voor handelaars om consumenten te informeren dat zij een prijs of een ander soortgelijk voordeel hebben gewonnen, wanneer de consument in feite wordt gevraagd kosten te maken, zij het ook van minimale omvang, voor het opeisen van de prijs of een ander soortgelijk voordeel?

2) Indien de handelaar de consument een reeks opties aanbiedt voor het opeisen van de prijs of een ander soortgelijk voordeel, wordt dan punt 31 van bijlage I [bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken] geschonden indien de consument kosten moet maken, ongeacht volgens welke methode hij [de prijs of een ander soortgelijk voordeel] opeist, ook indien deze minimaal zijn?

3) Indien punt 31 van bijlage I [bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken] niet wordt geschonden wanneer de methode volgens welke [de prijs of een ander soortgelijk voordeel] wordt opgeëist, slechts minimale kosten voor de consument meebrengt, hoe dient de nationale rechter dan te beoordelen of dergelijke kosten minimaal zijn? Moeten dergelijke kosten meer in het bijzonder volkomen noodzakelijk zijn zodat:

   a) de onderneming die reclame voert, de consument kan identificeren als de winnaar van de prijs;

   b) de consument de prijs in ontvangst kan nemen, en/of

   c) de consument de ervaring kan genieten die wordt omschreven als ‚de prijs'?

4) Houden de woorden ‚bedrieglijke indruk' in punt 31 [van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken] een extra vereiste in, naast het vereiste dat de consument een geldsom betaalt of kosten maakt voor het opeisen van de prijs, waaraan voldaan moet zijn voordat de nationale rechter een schending van punt 31 kan vaststellen?

5) Zo ja, hoe dient de nationale rechter dan te bepalen of die ‚bedrieglijke indruk' is gewekt? Dient hij meer in het bijzonder bij de beoordeling of er een ‚bedrieglijke indruk' is gewekt de relatieve waarde van de prijs te vergelijken met de kosten om deze prijs op te eisen? Zo ja, dient die ‚relatieve waarde' dan te worden bepaald aan de hand van:

   a) de kosten per eenheid die de onderneming die reclame voert, maakt voor het verkrijgen van de prijs;

   b) de kosten per eenheid die de onderneming die reclame voert, maakt voor het beschikbaar stellen van de prijs aan de consument, of

   c) de waarde die de consument aan de prijs kan toekennen, door een schatting te maken van de ‚marktwaarde' van een gelijkwaardig product dat te koop is?"

Beantwoording van de prejudiciële vragen

24 Met zijn vragen verzoekt de verwijzende rechter om uitlegging van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, inzonderheid van de uitdrukking „bedrieglijke indruk" en van het tweede streepje van dat punt, teneinde te kunnen vaststellen of deze bepaling verbiedt dat de consument aan wie wordt meegedeeld dat hij een prijs heeft gewonnen, zelfs maar minimale kosten worden opgelegd.

25 Wat de bewoordingen van deze bepaling betreft, moet worden vastgesteld dat deze uit twee tegenover elkaar geplaatste bestanddelen bestaat die worden gescheiden door de woorden „als er in feite". Het eerste deel van dit punt 31, te weten „[d]e bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen dan wel door een bepaalde handeling te verrichten een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen", omschrijft drie bedrieglijke indrukken die bij de consument ten aanzien van een prijs of een voordeel kunnen worden gewekt. Het tweede deel van dat punt omschrijft twee verschillende feitelijke situaties. De eerste is die waarin geen prijs of geen ander soortgelijk voordeel bestaat, de tweede is die waarin dat wel het geval is maar de consument ter verkrijging van de prijs stappen moet ondernemen waarvoor hij een geldsom dient te betalen of kosten dient te maken.

26 Uit de wijze waarop punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken is gestructureerd, blijkt dat de twee feitelijke situaties die in het tweede deel van dat punt zijn beschreven, het eerste deel daarvan nader toelichten. Met andere woorden, een bedrieglijke indruk wordt gewekt wanneer sprake is van de ene of de andere in het tweede deel van dat punt omschreven situaties.

27 De handelaars houden echter vol dat de „bedrieglijke indruk" een element vormt dat losstaat van de in het tweede deel van punt 31 omschreven situaties, zodat er geen sprake is van een oneerlijke praktijk wanneer de consument voldoende wordt ingelicht over de kosten die hij moet maken om de prijs op te eisen. Zij stellen dat de uitdrukking „bedrieglijke indruk" is ingevoerd door het Europees Parlement bij de tweede lezing van het voorstel voor een richtlijn en dat deze toevoeging door de medewetgever de uitlegging bevestigt volgens welke de „bedrieglijke indruk" een wezenlijk bestanddeel vormt van de oneerlijke handelspraktijken, los van de omstandigheden die onder de twee streepjes van dat punt 31 zijn beschreven.

28 Gelet op de structuur van de in punt 26 van het onderhavige arrest geanalyseerde zin kan de „bedrieglijke indruk" evenwel niet worden opgevat als een element dat losstaat van de twee in het tweede deel van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken omschreven situaties. Bovendien moet erop worden gewezen dat weliswaar niet wordt betwist dat het Parlement de uitdrukking „bedrieglijke indruk" in de tekst van de richtlijn heeft ingevoegd, maar dat met deze door het Parlement aangebrachte wijziging – zoals die blijkt uit de aanbeveling voor de tweede lezing van 7 februari 2005 betreffende het gemeenschappelijk standpunt dat de Raad heeft vastgesteld met het oog op de aanneming van de richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, van de richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken") (A6-0027/2005 definitief) – niet alleen die uitdrukking, maar ook de onder de twee streepjes van punt 31 omschreven situaties zijn toegevoegd. Nader onderzoek van de door het Parlement aangebrachte wijzigingen bevestigt dus de uitlegging in punt 26 van het onderhavige arrest dat de onder deze streepjes omschreven situaties de uitdrukking „bedrieglijke indruk" nader toelichten, en dat deze geen afzonderlijk bestanddeel van de oneerlijke praktijk vormt, los van die situaties.

29 Zoals de Europese Commissie terecht heeft onderstreept, is de term „bedrieglijke" hoe dan ook niet noodzakelijk voor een goed begrip van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, maar versterkt hij enkel de betrokken formulering. De verboden praktijk betreft immers de handeling die erin bestaat een van de in het eerste deel van dat punt bedoelde indrukken te wekken, hoewel deze indrukken niet stroken met de realiteit, zoals uit het tweede deel ervan blijkt.

30 Wat meer bepaald het tweede streepje van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken betreft, moet worden geconstateerd dat volgens de bewoordingen van deze bepaling sprake is van een oneerlijke praktijk wanneer van een consument wordt verlangd dat hij een bepaald bedrag betaalt of kosten draagt wanneer hij stappen onderneemt om in aanmerking te komen voor hetgeen hem als een prijs of een ander soortgelijk voordeel wordt voorgesteld. Deze bepaling voorziet

in geen enkele uitzondering, zodat uit de uitdrukking „indien daaraan voor hem kosten zijn verbonden" niet kan worden afgeleid dat het toelaatbaar is om de consument enige kosten te laten dragen, of het nu gaat om kosten die slechts minimaal zijn ten opzichte van de waarde van de prijs, dan wel om kosten die de handelaar geen enkel voordeel verschaffen, zoals de kostprijs van een postzegel.

31 Wat de uitdrukking „stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs" betreft, moet worden gepreciseerd dat deze bewoordingen niet bijzonder nauwkeurig zijn en dus onder meer betrekking kunnen hebben op elke handeling die de consument verricht om informatie te verkrijgen over de aard van zijn prijs of om deze in ontvangst te nemen.

32 De handelaars leggen de nadruk op de woorden „door een bepaalde handeling te verrichten" en leiden hieruit af dat er geen sprake is van een oneerlijke praktijk wanneer de consument kan kiezen tussen verschillende stappen – waarvan er één niet duur of gratis is – om in aanmerking te komen voor de prijs.

33 Opgemerkt zij evenwel dat de woorden „door een bepaalde handeling te verrichten" in het eerste deel van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken zijn opgenomen en betrekking hebben op de situatie waarin de indruk wordt gewekt dat een prijs zal worden gewonnen wanneer een bepaalde handeling wordt verricht, zoals de aankoop van in een catalogus aangeboden waren, en bijgevolg niet relevant zijn voor de uitlegging van het tweede streepje van punt 31, dat betrekking heeft op de stappen die worden ondernomen om in aanmerking te komen voor een prijs die aan de consument wordt voorgesteld als zijnde reeds gewonnen.

34 Aangezien het verbod om kosten op te leggen een absoluut verbod is, doet bovendien de omstandigheid dat verschillende keuzemogelijkheden worden gelaten, niet af aan het feit dat het om een oneerlijke praktijk gaat, wanneer aan sommige van de voorgestelde mogelijkheden kosten voor de consument verbonden zijn, ook al zijn deze kosten ten opzichte van de waarde van de prijs minimaal.

35 Deze letterlijke uitlegging van punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken wordt door de context ervan bevestigd.

36 Zo is deze bepaling opgenomen in bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, die, zoals artikel 5, lid 5, van de richtlijn preciseert, de lijst bevat van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd. Dit bevestigt de uitlegging dat niet hoeft te worden geverifieerd of sprake is van de bedoeling om te misleiden of van enige misleiding die losstaat van de onder de twee streepjes van punt 31 beschreven situaties, dan wel of de kosten minimaal zijn.

37 Verder behoort punt 31 tot de punten die onder het opschrift „Agressieve handelspraktijken" van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken zijn opgenomen, zodat de vraag of de handelspraktijk misleidend is, volstrekt irrelevant is. Volgens artikel 8 van deze richtlijn wordt een handelspraktijk immers als agressief beschouwd ingeval deze praktijk, gelet op haar kenmerken, de consument ertoe brengt of ertoe kan brengen over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.

38 Zoals met name de regering van het Verenigd Koninkrijk en de Italiaanse regering hebben beklemtoond, wordt bij de praktijk waarvan sprake is in punt 31, tweede streepje, van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, geprofiteerd van het psychologische effect dat wordt gecreëerd door de mededeling dat een prijs is gewonnen, teneinde de consument aan te zetten tot een keuze die niet altijd even verstandig is, zoals een duur telefoonnummer bellen om te weten te komen om welke prijs het precies gaat, een dure verplaatsing maken om in het bezit te komen van een servies van geringe waarde, of leveringskosten betalen voor een boek dat hij reeds bezit.

39 Het is in dit verband van weinig belang of de prijs een grote waarde heeft ten opzichte van de kosten die moeten worden gemaakt om deze in ontvangst te nemen. De handelaars hebben voor het Hof herhaaldelijk het geval aangehaald van een prijs die bestaat in een luxewagen, die de consument echter moet gaan ophalen in het land waar deze is gebouwd, na alle inschrijvings- en verzekeringskosten te hebben betaald.

40 Een dergelijk voorbeeld is evenwel weinig representatief voor de prijzen die in de regel aan de consumenten worden aangeboden. Zoals de regering van het Verenigd Koninkrijk heeft benadrukt, heeft het doelpubliek waarop de betrokken praktijken zijn gericht, hoe dan ook niet noodzakelijkerwijs voldoende financiële middelen om dergelijke kosten te betalen, zelfs niet indien een lening wordt aangegaan. Ten slotte maakt het feit dat aan de handelaars een verbod wordt opgelegd om de consument welke kosten dan ook op te leggen, de organisatie van dergelijke promoties nog niet volledig onmogelijk. De handelaar kan zijn actieterrein immers geografisch beperken, wat de deelneming aan de wedstrijd of de promotie betreft, waardoor de kosten die voor haar voortvloeien uit de verplaatsingen van de consument en uit de formaliteiten die deze ter verkrijging van de prijs dient te verrichten, zouden worden beperkt. De handelaar zou bij de vaststelling van de waarde van de te verdelen prijzen ook rekening kunnen houden met de kosten van verzending en levering die hij dient te dragen.

41 Dat de opschriften van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken niet in de nationale wettelijke regeling zijn overgenomen, is voor de uitlegging van deze richtlijn irrelevant. Hetzelfde geldt voor de door de handelaars aangevoerde verschillen tussen de diverse nationale wettelijke regelingen waarmee die richtlijn is uitgevoerd. Daarentegen moet de nationale rechter die om uitlegging van het nationale recht wordt verzocht, bij de toepassing ervan dit recht zo veel mogelijk uitleggen in het licht van de bewoordingen en het doel van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, teneinde het daarin bedoelde resultaat te bereiken en aldus artikel 288, derde alinea, VWEU te eerbiedigen (zie in die zin arresten van 13 november 1990, Marleasing, C-106/89, Jurispr. blz. I-4135, punt 8; 5 oktober 2004, Pfeiffer e.a., C-397/01-C-403/01, Jurispr. blz. I-8835, punt 113, en 28 juli 2011, Samba Diouf, C-69/10, Jurispr. blz. I-7151, punt 60).

42 Zoals de regering van het Verenigd Koninkrijk terecht heeft betoogd, kan punt 20 van deze bijlage meer duidelijkheid verschaffen over de wijze waarop punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken dient te worden uitgelegd. Daarin is bepaald dat als een misleidende praktijk moet worden beschouwd het feit dat een product als „gratis", „voor niets", „kosteloos" en dergelijke wordt omschreven als de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod en het product af te halen dan wel dit te laten bezorgen. Punt 31 bevat geen soortgelijke bewoordingen, hetgeen bevestigt dat dit punt aldus moet worden uitgelegd dat het verbod om de consument welke kosten dan ook aan te rekenen, een absoluut verbod is, of het nu gaat om de kostprijs van een postzegel of om de kosten van een gewoon telefoongesprek.

43 De door de richtlijn oneerlijke handelspraktijken nagestreefde doelstellingen bevestigen deze letterlijke uitlegging van punt 31 van bijlage I bij deze richtlijn.

44 Artikel 1 van de richtlijn bepaalt dat het doel van deze richtlijn is om bij te dragen aan de goede werking van de interne markt en om een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen (arrest van 23 april 2009, VTB-VAB en Galatea, C-261/07 en C-299/07, Jurispr. blz. I-2949, punt 51).

45 Zoals uit de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken – inzonderheid uit punt 17 daarvan – blijkt, is rechtszekerheid wezenlijk voor de goede werking van de interne markt. Ter bereiking van deze doelstelling heeft de wetgever in bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken de handelspraktijken opgesomd die in alle omstandigheden oneerlijk zijn en dus niet per geval aan de bepalingen van de artikelen 5 tot en met 9 van deze richtlijn hoeven te worden getoetst.

46 Deze doelstelling zou niet worden bereikt indien punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken aldus werd uitgelegd dat misleiding vereist is, los van de in het tweede deel van deze bepaling omschreven situaties. Het bewijs van dit element zou immers nopen tot moeilijke individuele beoordelingen, hetgeen de indeling van de betrokken praktijk in bijlage I juist beoogt te voorkomen.

47 Deze doelstelling zou evenmin worden bereikt indien de handelaars de consument kosten zouden kunnen opleggen die „minimaal" zijn ten opzichte van de waarde van de prijs. In dat geval zouden immers methoden ter beoordeling van zowel de kosten als de prijzen moeten worden vastgesteld en zouden eveneens dergelijke beoordelingen vereist zijn.

48 Ook de doelstelling om de consumenten een hoog niveau van bescherming te verzekeren bevestigt dat punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken aldus moet worden uitgelegd dat aan de consument die een prijs heeft gewonnen, geen kosten mogen worden opgelegd.

49 Zoals de regering van het Verenigd Koninkrijk terecht heeft gesteld en zoals in punt 38 van het onderhavige arrest in herinnering is gebracht, wordt de in punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken genoemde praktijk door deze richtlijn als agressief aangemerkt omdat de verwijzing naar een prijs tot doel heeft te profiteren van het psychologische effect dat bij de consument wordt gecreëerd wanneer hem wordt meegedeeld dat hij een prijs zal winnen en hij daardoor ertoe wordt aangezet om een besluit te nemen dat niet altijd even verstandig is en dat hij anders niet zou hebben genomen. Met het oog op de bescherming van de consument dient het begrip „prijs" dan ook aldus te worden opgevat dat het om een prijs in de ware zin van het woord moet gaan. Daartoe dient punt 31 van bijlage I bij deze richtlijn aldus te worden uitgelegd dat een prijs waarvoor de consument enig bedrag dient te betalen, niet als een „prijs" kan worden gekwalificeerd.

50 Deze doelstelling bevestigt de uitlegging volgens welke niet kan worden toegestaan dat een prijs kan worden opgeëist op verschillende door de handelaar aan de consument voorgestelde wijzen, waarvan minstens één gratis is. Het vooruitzicht om de prijs in handen te krijgen, heeft namelijk een invloed op de consument, waardoor hij ertoe kan worden aangezet om een besluit te nemen dat hij anders niet zou hebben genomen. Zo kan hij de snelste methode kiezen om op de hoogte te worden gebracht van de door hem gewonnen prijs, terwijl deze methode wellicht de duurste is.

51 De handelaars hebben aangevoerd dat de door hen toegepaste praktijk niet als oneerlijk hoeft te worden beschouwd voor zover de consument passend wordt geïnformeerd over de aard van de prijs en de voorwaarden waaronder hij deze in ontvangst kan nemen. Dienaangaande moet een onderscheid worden gemaakt tussen de prijs als zodanig en de inontvangstneming ervan. De omschrijving van de prijs is namelijk bindend voor de consument, terwijl punt 31 van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken verbiedt dat het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs, afhankelijk wordt gesteld van de betaling van een geldsom door de consument, of dat daaraan kosten voor hem zijn verbonden.

52 Zo is ter terechtzitting het voorbeeld gegeven van een prijs die wordt omschreven als een „toegangsticket" voor een bepaalde voetbalwedstrijd. Deze prijs omvat niet het vervoer van de consument van zijn woonplaats naar het voetbalstadion waar deze wedstrijd plaatsvindt. Indien de prijs daarentegen bestaat uit „het bijwonen" van dit sportevenement, zonder nader precisering, dient de handelaar de verplaatsingskosten van de consument te betalen.

53 Het is belangrijk dat de handelaar de consument duidelijke en passende informatie verstrekt wanneer hij deze in staat wil stellen, vast te stellen welke prijs hij heeft gewonnen en de aard ervan te beoordelen. In dit verband zij eraan herinnerd dat punt 18 van de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken preciseert dat indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, het wenselijk is dat het effect van de handelspraktijk vanuit het gezichtspunt

van het gemiddelde lid van die groep wordt beoordeeld. Volgens dit punt van de considerans moeten de nationale rechtbanken en autoriteiten hun eigen oordeel volgen om vast te stellen wat de typische reactie van de gemiddelde consument in een bepaald geval is.

54 Punt 19 van de considerans van de richtlijn benadrukt dat er groepen consumenten kunnen zijn die bijzonder kwetsbaar zijn voor een bepaalde handelspraktijk, en verwijst naar de noodzaak om deze groepen consumenten op passende wijze te beschermen, door de betrokken handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid daarvan te beoordelen. Artikel 5, lid 2, sub b, van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken definieert een oneerlijke handelspraktijk dan ook onder verwijzing naar de specifieke groep consumenten op wie deze praktijk gericht is.

55 Zoals elke andere informatie die door een handelaar aan een consument wordt verstrekt, moet de informatie waarmee wordt meegedeeld wat de prijs inhoudt, door de nationale rechterlijke instanties worden onderzocht en beoordeeld tegen de achtergrond van de punten 18 en 19 van de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken en van artikel 5, lid 2, sub b, van deze richtlijn. Dit geldt voor zowel de beschikbaarheid van de informatie als de manier waarop deze wordt meegedeeld, de leesbaarheid van de teksten en de duidelijkheid en begrijpelijkheid ervan voor het doelpubliek van de betrokken praktijk.

56 Wat inzonderheid de in punt 16 van het onderhavige arrest beschreven praktijk betreft, dient het publiek waaraan een dergelijke prijs wordt aangeboden, kennis te kunnen nemen van met name de data van de cruise, de plaatsen van vertrek en aankomst daarvan alsook de verblijfsomstandigheden en de maaltijden. Het staat aan de nationale rechterlijke instanties om na te gaan of de verstrekte informatie voldoende duidelijk en begrijpelijk is voor het publiek op wie de praktijk is gericht, om de gemiddelde consument van de betrokken groep in staat te stellen, een geïnformeerd besluit te nemen.

57 Gelet op een en ander moeten de gestelde vragen worden beantwoord als volgt:

— punt 31, tweede streepje, van bijlage I bij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken dient aldus te worden uitgelegd dat het een verbod stelt op agressieve praktijken waarmee handelaars de bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen, indien het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs, of het nu gaat om een verzoek om informatie over de aard van de prijs of om de inontvangstneming ervan, afhankelijk is van de betaling van een geldsom door de consument of als daaraan voor hem enige kosten zijn verbonden;

— het is niet van belang dat de kosten die de consument worden opgelegd, zoals de kostprijs van een postzegel, slechts minimaal zijn ten opzichte van de waarde van de prijs of de handelaar geen enkele winst opleveren;

— het is evenmin van belang dat een prijs kan worden opgeëist op verschillende door de handelaar aan de consument voorgestelde wijzen, waarvan er minstens één gratis is, wanneer verschillende van de voorgestelde methoden impliceren dat de consument kosten maakt om informatie te verkrijgen over de prijs of over de wijze waarop deze kan worden ontvangen;

— het staat aan de nationale rechterlijke instanties om de aan de consument verstrekte informatie te beoordelen tegen de achtergrond van de punten 18 en 19 van de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken en van artikel 5, lid 2, sub b, van deze richtlijn, dat wil zeggen rekening houdend met de vraag of deze informatie duidelijk en begrijpelijk is voor het publiek waarop de toegepaste praktijk is gericht.

Kosten

58 Ten aanzien van de partijen in het hoofdgeding is de procedure als een aldaar gerezen incident te beschouwen, zodat de nationale rechterlijke instantie over de kosten heeft te beslissen. De door anderen wegens indiening van hun opmerkingen bij het Hof gemaakte kosten komen niet voor vergoeding in aanmerking.

Het Hof (Zesde kamer) verklaart voor recht:

Punt 31, tweede streepje, van bijlage I bij richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken"), dient aldus te worden uitgelegd dat het een verbod stelt op agressieve praktijken waarmee handelaars zoals die in het hoofdgeding de bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen, indien het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs, of het nu gaat om een verzoek om informatie over de aard van de prijs of om de inontvangstneming ervan, afhankelijk is van de betaling van een geldsom door de consument of als daaraan voor hem enige kosten zijn verbonden.

Het is niet van belang dat de kosten die de consument worden opgelegd, zoals de kostprijs van een postzegel, slechts minimaal zijn ten opzichte van de waarde van de prijs of de handelaar geen enkele winst opleveren.

Het is evenmin van belang dat een prijs kan worden opgeëist op verschillende door de handelaar aan de consument voorgestelde wijzen, waarvan er minstens één gratis is, wanneer verschillende van de voorgestelde methoden impliceren dat de consument kosten maakt om informatie te verkrijgen over de prijs of over de wijze waarop deze kan worden ontvangen.

Het staat aan de nationale rechterlijke instanties om de aan de consument verstrekte informatie te beoordelen tegen de achtergrond van de punten 18 en 19 van de considerans van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken en van artikel 5, lid 2, sub b, van deze richtlijn, dat wil zeggen rekening houdend met de vraag of deze informatie duidelijk en begrijpelijk is voor het publiek waarop de toegepaste praktijk is gericht.

ondertekeningen