HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a șasea)

18 octombrie 2012*

„Directiva 2005/29/CE — Practici comerciale neloiale — Practică ce constă în informarea consumatorului că a câștigat un premiu și care îl obligă să suporte un cost de orice fel pentru a primi premiul menționat”

În cauza C-428/11,

având ca obiect o cerere de pronunțare a unei hotărâri preliminare formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Regatul Unit), prin decizia din 2 august 2011, primită de Curte la 16 august 2011, în procedura

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

împotriva

Office of Fair Trading,

CURTEA (Camera a șasea),

compusă din domnul A. Rosas (raportor), îndeplinind funcția de președinte al Camerei a șasea, și domnii U. Lõhmus și A. Ó Caoimh, judecători,

avocat general: domnul P. Mengozzi,

grefier: doamna L. Hewlett, administrator principal,

* Limba de procedură: engleza.

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 28 iunie 2012,

luând în considerare observațiile prezentate:

— pentru Purely Creative Ltd și alții, de K. de Haan, QC, și de N. Tillott, solicitor;

— pentru guvernul Regatului Unit, de S. Ossowski și de E. Jenkinson, în calitate de agenți, asistați de J. Simor, barrister;

— pentru guvernul spaniol, de A. Rubio González, în calitate de agent;

— pentru guvernul italian, de G. Palmieri, în calitate de agent, asistată de W. Ferrante, avvocato dello Stato;

— pentru guvernul austriac, de C. Pesendorfer, în calitate de agent;

— pentru Comisia Europeană, de J. Samnadda, de M. van Beek și de M. Owsiany-Hornung, în calitate de agenți,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de pronunțare a unei hotărâri preliminare privește interpretarea punctului 31 din anexa 1 la 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”) (JO L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între, pe de o parte, cinci întreprinderi specializate în distribuirea de publicitate prin corespondență și mai multe persoane care au lucrat în aceste întreprinderi (denumite în continuare „comercianții”) și, pe de altă parte, Office of Fair Trading (denumit în continuare „OFT”), responsabil cu asigurarea aplicării legislației în materie de protecție a consumatorilor, cu privire la practicile utilizate de comercianți.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

3 În considerentele (6), (8) și (16)-(19) ale Directivei privind practicile comerciale neloiale se precizează următoarele:

„(6) [...] prezenta directivă are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi. [...]

[...]

(8) Prezenta directivă protejează în mod direct interesele economice ale consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor faţă de consumatori. [...]

[...]

(16) Dispoziţiile privind practicile comerciale agresive ar trebui să reglementeze practicile care afectează semnificativ libertatea de a alege a consumatorilor. Acestea sunt practicile care folosesc hărţuirea, constrângerea, inclusiv prin forţă fizică, sau influenţa nejustificată.

(17) Este recomandabil ca practicile comerciale neloiale în toate situaţiile să fie identificate pentru a asigura o securitate juridică mai mare. În consecinţă, anexa I cuprinde lista completă a tuturor practicilor de acest fel. Acestea sunt singurele practici comerciale care pot fi considerate neloiale fără o evaluare de la caz la caz în conformitate cu dispoziţiile articolelor 5-9. Lista poate fi modificată numai prin revizuirea directivei.

(18) Este oportună protejarea tuturor consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale. [...] În conformitate cu principiul proporţionalităţii şi pentru a permite aplicarea efectivă a măsurilor de protecţie care decurg din acesta, directiva ia ca şi criteriu de evaluare consumatorul mediu, care este suficient de bine informat şi de atent, ţinând seama de factori sociali, culturali şi lingvistici, conform interpretării Curţii de Justiţie, dar conţine şi dispoziţii care au ca scop prevenirea exploatării consumatorilor ale căror caracteristici le conferă o vulnerabilitate sporită la practicile comerciale neloiale. În cazul în care o practică comercială se adresează doar unui anumit grup de consumatori, cum sunt copiii, este oportun ca impactul acesteia să fie evaluat din perspectiva membrului mediu al grupului. [...] Noţiunea de consumator mediu nu este o noţiune statistică. Instanţele judecătoreşti şi autorităţile naţionale vor trebui să îşi exercite propria capacitate de a judeca, având în vedere jurisprudenţa Curţii de Justiţie, pentru a stabili reacţia tipică a consumatorului mediu într-o situaţie dată.

(19) În cazul în care anumite caracteristici, cum sunt vârsta, infirmitatea fizică sau mintală sau credulitatea fac consumatorii deosebit de vulnerabili în faţa unei practici comerciale sau a produsului aferent sau în cazul în care comportamentul economic al acestui singur grup de consumatori poate fi denaturat de această practică într-o modalitate pe care comerciantul o poate prevedea în mod rezonabil, este recomandabil ca acest grup să fie protejat în mod corespunzător prin evaluarea practicii din perspectiva membrului mediu al grupului respectiv."

4 Articolul 1 din această directivă prevede:

„Obiectivul prezentei directive este de a contribui la buna funcţionare a pieţei interne şi de a realiza un nivel ridicat de protecţie a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege şi a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale care aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor."

5 La articolul 2 litera (e) din directiva menţionată figurează următoarea definiţie:

„«a denatura în mod semnificativ comportamentul economic al consumatorilor» înseamnă a folosi o practică comercială pentru a afecta apreciabil abilitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoştinţă de cauză, determinându-l astfel să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o altfel."

6 Articolul 5 din aceeaşi directivă, intitulat „Interzicerea practicilor comerciale neloiale", este redactat astfel:

„(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.

[...]

(4) Sunt neloiale în special practicile comerciale care:

(a) sunt înșelătoare în sensul articolelor 6 și 7,

sau

(b) sunt agresive în sensul articolelor 8 și 9.

(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."

7 Articolul 8 din Directiva privind practicile comerciale neloiale, intitulat „Practici comerciale agresive", are următorul cuprins:

„O practică comercială se consideră agresivă în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, modifică sau poate modifica în mod semnificativ, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin forță fizică sau printr-o influență nejustificată, libertatea de alegere sau conduita consumatorului mediu și, prin aceasta, îl determină sau îl poate determina să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație."

8 Anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale este constituită dintr-o listă cu 31 de puncte care descriu practici considerate neloiale în orice situație. Practicile descrise la punctele 1-23 din această anexă figurează în cadrul titlului „Practici comerciale înșelătoare", în timp ce practicile descrise la punctele 24-31 din aceasta figurează în cadrul titlului „Practici comerciale agresive".

9 Punctul 20 din anexa I la directiva menționată are următorul cuprins:

„A descrie un produs ca «gratuit», «bonus», «fără taxe» sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să plătească o sumă în plus față de costurile pe care le implică reacția sa pozitivă la practica comercială și ridicarea sau livrarea articolului."

10 Punctul 31 din anexa menționată este redactat astfel:

„A le crea consumatorilor falsa impresie că au câștigat sau vor câștiga ori că vor câștiga dacă întreprind o anumită acțiune, un premiu sau un alt avantaj similar, în condițiile în care:

— fie nu există niciun premiu ori avantaj similar,

— fie acțiunea pe care ar trebui să o întreprindă pentru a câștiga premiul sau alt avantaj similar este condiționată de plata unei sume de bani sau de suportarea unui cost."

Dreptul național

11 Directiva privind practicile comerciale neloiale a fost transpusă prin Regulamentul privind protecția consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale din 2008 [Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 1277/2008), denumit în continuare „regulamentul”]. Norma 3 din regulament interzice practicile neloiale. Norma 5 din acesta interzice acțiunile înșelătoare, în timp ce norma 6 interzice omisiunile înșelătoare.

12 Anexa I la regulament corespunde anexei I la Directiva privind practicile comerciale neloiale. Aceasta nu cuprinde însă titlurile care figurează în anexa I la directivă. Punctul 31 din anexa I la regulament reia, în termeni identici, punctul 31 din anexa I la directiva menționată.

Acțiunea principală și întrebările preliminare

13 După un lung proces de consultare și de negociere între OFT și comercianți, prin care se urmărea determinarea acestora din urmă să se angajeze să respecte anumite norme în materie de publicitate, OFT a inițiat o procedură în fața High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Companies Court), pentru a obține o somație prin care comercianții să fie obligați să nu mai distribuie anunțuri promoționale similare cu cinci anunțuri promoționale specifice, realizate în cursul anului 2008 și numerotate de la 5 la 9 în dosarele prezentate acestei instanțe. OFT a pretins că aceste anunțuri promoționale erau interzise, întrucât constituiau „practici comerciale neloiale” în sensul normei 3 din regulament, având în vedere că încălcau punctul 31 litera (b) din anexa 1 la acest regulament și că includeau acțiuni înșelătoare în sensul normei 5 din acesta, precum și omisiuni înșelătoare în sensul normei 6 din regulamentul menționat.

14 Anunțurile promoționale menționate includ scrisori adresate individual, cupoane de răzuit și alte reclame tipărite, inserate în ziare și în reviste. Deși diferă în ceea ce privește detaliile, acestea prezintă o serie de trăsături comune, descrise după cum urmează de instanța de trimitere, și anume Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division):

— consumatorul este informat că are dreptul să solicite unul dintre premiile sau recompensele specificate, care includ premii cu o valoare considerabilă până la premii care valorează cel mult câteva GBP, acestea din urmă fiind desemnate în cursul procedurii drept „premiul cel mai frecvent”. Între cele două categorii figurează mai multe premii cu valori cuprinse între cele două extreme. Nu s-a contestat că premiile au fost efectiv acordate;

— cu excepția promoției cu numărul 8, pentru a afla premiul pe care avea dreptul să îl pretindă și pentru a obține un număr de cerere, consumatorul putea să aleagă:

  — să sune la un număr de telefon cu taxare specială sau

  — să folosească un serviciu de mesaje scrise SMS cu taxare inversă sau

  — să obțină informații prin scrisoare simplă.

  Metoda poștală era mai puțin scoasă în evidență decât metoda apelării la un număr cu taxare specială, astfel încât consumatorii erau încurajați să folosească o cale mai costisitoare decât calea poștală. În ceea ce privește promoția cu numărul 5, s-a constatat că cel puțin 80 % dintre consumatorii participanți au răspuns prin telefon sau prin mesaj scris SMS. În ceea ce privește celelalte promoții, nu a fost făcută nicio constatare specială cu privire la acest aspect. Numărul de telefon în cauză era un număr cu taxare specială. Consumatorul era informat cu privire la costul pe minut și la durata maximă a apelului.

— consumatorul nu era informat cu privire la faptul că:

  — durata minimă a apelului în care ar fi putut obține informațiile necesare pentru a pretinde premiul cel mai frecvent era cu câteva secunde mai scurt decât durata maximă a apelului;

  — întreprinderea care organiza promoția primea 1,21 GBP din costul de 1,50 GBP pe minut;

— în unele cazuri, consumatorul trebuia să plătească un cost suplimentar despre care se preciza că acoperă livrarea și asigurarea, din care o parte era folosită de organizatorul promoției pentru a plăti costul achiziției produsului pretins, și

— peste 99 % din cei care au reclamat un premiu aveau dreptul să primească cel mai frecvent premiu, a cărui valoare era echivalentă sau reprezenta o proporție substanțială din ceea ce consumatorul plătise deja prin taxele telefonice sau prin mesajele scrise SMS și/sau prin taxele despre care se preciza că acoperă livrarea și asigurarea.

15 Cu titlu de exemplu, în ceea ce privește promoția cu numărul 5, reiese din cuprinsul punctelor 87 și 90 din decizia High Court că, pentru a primi un ceas de mână pretins elvețian, fabricat în Japonia, un consumator trebuia să plătească 18 GBP (8,95 GBP pentru telefon, 8,50 GBP pentru asigurare și costuri de expediție, precum și costul a două plicuri și a două timbre poștale). În cazul în care consumatorul alegea metoda poștală, trebuia să avanseze 9,50 GBP. În cazul utilizării telefonului, comerciantul percepea în total 15,71 GBP (7,21 GBP pentru telefon și 8,50 GBP pentru asigurare și costuri de expediție), în timp ce cheltuielile sale erau de 9,36 GBP.

16 Promoțiile cu numărul 6 și cu numărul 8 priveau anumite croaziere. Astfel cum reiese din cuprinsul punctelor 171-173 din decizia High Court, în cadrul promoției cu numărul 8, consumatorul care făcea parte dintre cele 356 578 de persoane care au câștigat o croazieră pe Marea Mediterană pentru patru persoane putea pretinde premiul completând un formular și plătind 14,95 GBP pentru asigurare și expediere. Ca urmare, primea un bon al cărui preț de cost pentru comerciant era de 0,35 GBP. Lectura caracterelor de mici dimensiuni care figurau pe acest bon îi permitea să își dea seama că era vorba despre o croazieră de trei zile, în Corsica (Franța) și în Sardinia (Italia), cu plecarea dintr-un port nespecificat din Toscana (Italia) și la date nespecificate. Bonul menționat permitea să se beneficieze de un transport cu plecarea din Anglia către locul de plecare al croazierei, precum și de călătoria de retur pentru un preț de 159 GBP. Era necesară plata unui supliment pentru a obține o cabină cu un pat sau cu două paturi (iar nu cu patru paturi). Consumatorul trebuia să suporte cheltuielile pentru mâncare și băuturi, precum și taxele portuare. Potrivit High Court, două cupluri de două persoane ar fi trebuit să plătească 1 596 GBP, și anume 399 GBP de persoană, pentru a participa la această croazieră.

17 Astfel cum au explicat comercianții în observațiile prezentate în fața Curții, ceea ce este important pentru ei sunt bazele de date actualizate ale participanților susceptibili să răspundă la anunțurile promoționale care oferă premii, întrucât aceste date pot fi utilizate pentru a propune alte produse relevante consumatorilor sau pot fi cedate altor societăți care doresc să își ofere produsele.

18 High Court a apreciat că anunțurile promoționale în cauză implicau practici comerciale neloiale, însă într-o măsură mai mică decât susținea OFT.

19 În decizia sa, această instanță a arătat că practica descrisă la punctul 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale figurează în cadrul titlului „Practici comerciale agresive”, iar nu în cadrul titlului „Practici comerciale înșelătoare”, subliniind totuși că aceste titluri nu figurează în anexa I la regulament. La punctul 47 din decizia menționată, High Court a considerat însă că caracterul înșelător al unei operațiuni comerciale stă la baza interdicției prevăzute la punctul 31 din anexa I la directiva menționată. Aceasta a admis argumentul potrivit căruia respectivul punct 31 nu ar fi aplicabil

dacă plata impusă ar avea un cuantum modic (corespunzător cumpărării unui timbru poştal sau costului unui apel telefonic obişnuit), dacă respectivul comerciant nu ar beneficia de nicio parte din acesta şi dacă această plată ar fi neglijabilă în raport cu valoarea preţului câştigat.

20 În cadrul competenţelor sale, High Court a pronunţat o decizie prin care au fost stabilite angajamentele comercianţilor. Aceştia s-au angajat, conform punctului 1 din această decizie, „să nu îi creeze consumatorului falsa impresie că a câştigat sau că va câştiga ori că va câştiga dacă întreprinde o anumită acţiune un premiu sau orice alt avantaj similar, în condiţiile în care, în fapt, acţiunea recomandată de pârât pe care ar trebui să o întreprindă pentru a pretinde premiul sau alt avantaj similar este condiţionată de plata unei sume de bani sau de suportarea unui cost care constituie:

(a) o parte substanţială din costul unitar suportat de pârât pentru a oferi consumatorului produsul descris ca premiu sau ca alt avantaj similar sau

(b) în cazul unor taxe despre care se pretinde că acoperă livrarea şi asigurarea, folosite de pârât pentru a-şi finanţa în totalitate sau în parte achiziţia, taxa de procesare sau orice alt cost pentru punerea la dispoziţie a produsului, altul decât costul efectiv pentru livrarea către consumator sau pentru asigurarea (dacă este cazul) aferentă transportului”.

21 Prin apelul declarat la Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) împotriva deciziei High Court, comercianţii au solicitat modificarea punctului 1 din această decizie în sensul de a elimina litera (a) a acestui punct sau, în subsidiar, în sensul de a înlocui formularea acesteia cu următorul text:

„(a) o parte substanţială din costul probabil suportat de consumatorul mediu pentru achiziţionarea produsului descris ca premiu sau ca alt avantaj similar”.

22 OFT a formulat, la rândul său, un apel incident, solicitând înlocuirea termenilor de la punctul 1 litera (a) din somaţie cu următorul text:

„să nu creeze consumatorului impresia că a câştigat deja sau că va câştiga ori că va câştiga, dacă întreprinde o anumită acţiune, un premiu sau un alt avantaj similar, în condiţiile în care, în fapt, orice acţiune identificată de pârâţi pe care ar trebui să o întreprindă pentru a pretinde premiul sau alt avantaj similar este condiţionată de plata unei sume de bani sau [de suportarea unui cost]” sau, cu titlu alternativ, „[de orice altceva cu excepţia unui cost neglijabil]”.

23 Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) consideră că o interpretare corectă a punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale este necesară, deoarece legislaţiile statelor membre prin care se transpune această dispoziţie sunt divergente. Prin urmare, Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) a hotărât să suspende judecarea cauzei şi să adreseze Curţii următoarele întrebări preliminare:

„1) Practica interzisă prevăzută la punctul 31 din anexa I la [Directiva privind practicile comerciale neloiale] interzice comercianţilor să informeze consumatorii că au câştigat un premiu sau un avantaj similar, în condiţiile în care, în fapt, consumatorul este invitat să suporte un cost, chiar şi un cost neglijabil, pentru a pretinde atribuirea premiului sau a avantajului similar?

2) Atunci când comerciantul oferă consumatorului mai multe metode posibile pentru a pretinde premiul sau avantajul similar, punctul 31 din anexa I [la Directiva privind practicile comerciale neloiale] este încălcat dacă acţiunea pe care ar trebui să o întreprindă prin orice metodă de solicitare [a premiului sau a avantajului similar] este condiţionată de suportarea de către consumator a unui cost, inclusiv a unui cost neglijabil?

3) În ipoteza în care punctul 31 din anexa I [la Directiva privind practicile comerciale neloiale] nu este încălcat atunci când metoda utilizată pentru a pretinde [premiul sau avantajul similar] implică doar suportarea unui cost neglijabil, care este modul în care instanța națională stabilește dacă un astfel de cost este neglijabil? În special, un astfel de cost trebuie să fie necesar în totalitate:

   a) pentru ca organizatorul promoției să identifice consumatorul ca fiind câștigătorul premiului;

   b) pentru ca respectivul consumator să intre în posesia premiului și/sau

   c) pentru ca respectivul consumator să beneficieze de experiența prezentată drept premiu?

4) Utilizarea termenilor «falsa impresie» din cuprinsul punctului 31 [din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale] impune vreo cerință suplimentară față de cerința de a plăti o sumă de bani sau de a suporta un cost pentru a pretinde premiul pentru ca instanța națională să ajungă la concluzia că dispozițiile punctului 31 [menționat] au fost încălcate?

5) În ipoteza unui răspuns afirmativ, care este modul în care instanța națională stabilește dacă o astfel de «falsă impresie» a fost creată? În special, pentru a hotărî dacă o «falsă impresie» a fost creată, instanța națională trebuie să ia în considerare valoarea relativă a premiului prin comparație cu costul suportat pentru a pretinde atribuirea acestuia? În ipoteza unui răspus afirmativ, «valoarea relativă» trebuie să fie apreciată având în vedere:

   a) costul unitar suportat de organizatorul promoției pentru a achiziționa premiul;

   b) costul unitar suportat de organizatorul promoției pentru a oferi premiul consumatorului sau

   c) valoarea pe care consumatorul ar putea să o atribuie premiului în funcție de evaluarea «valorii de piață» a unui produs similar la cumpărare?”

Cu privire la întrebările preliminare

24 Prin intermediul întrebărilor formulate, instanța de trimitere solicită interpretarea punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, mai concret, a expresiei „falsă impresie”, și a celei de a doua liniuțe a acestui punct pentru a determina dacă această dispoziție interzice ca unui consumator care a fost anunțat că a câștigat un premiu să îi fie impusă suportarea unui cost, chiar și neglijabil.

25 În ceea ce privește modul de redactare a dispoziției menționate, trebuie să se constate că aceasta este constituită din două elemente opuse, separate prin termenii „în condițiile în care”. Prima parte a acestui punct 31, și anume „[a] le crea consumatorilor falsa impresie că au câștigat sau vor câștiga ori că vor câștiga dacă întreprind o anumită acțiune, un premiu sau un alt avantaj similar”, descrie trei impresii false care pot fi create în percepția consumatorului cu privire la un preț sau la un avantaj. Cea de a doua parte a punctului menționat descrie două circumstanțe de fapt distincte. Prima este cea în care nu există nici un premiu, nici un avantaj similar, în timp ce cea de a doua este cea în care există un premiu sau un alt avantaj, dar, pentru a obține premiul, consumatorul trebuie să întreprindă o acțiune condiționată de obligația de a plăti o sumă de bani sau de a suporta un cost.

26 Structura frazei care compune punctul 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale indică faptul că cele două circumstanțe de fapt descrise în cea de a doua parte a acestui punct explicitează prima parte a acestuia. Cu alte cuvinte, se creează o falsă impresie în cazul în care sunt prezente elementele uneia sau ale alteia dintre circumstanțele descrise în cea de a doua parte.

27 Comercianții insistă însă asupra faptului că „falsa impresie” constituie un element distinct de circumstanțele descrise în cea de a doua parte a punctului 31, astfel încât nu ar exista o practică neloială în cazul în care consumatorul este informat în suficientă măsură cu privire la costul care trebuie suportat pentru a putea pretinde premiul. Aceștia arată că expresia „falsă impresie” a fost formulată de Parlamentul European cu ocazia celei de a doua lecturi a proiectului de directivă și că această adăugare a colegiuitorului întărește interpretarea potrivit căreia „falsa impresie” este un element constitutiv esențial al practicii neloiale, distinct de circumstanțele descrise la cele două liniuțe ale punctului 31.

28 Reiese însă din structura frazei analizate la punctul 26 din prezenta hotărâre că „falsa impresie” nu poate fi considerată un element distinct de cele două circumstanțe descrise în cea de a doua parte a punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale. Pe de altă parte, deși nu se contestă că Parlamentul European este cel care a introdus expresia „falsă impresie” în textul directivei, trebuie arătat că modificarea formulată de acesta, astfel cum reiese din recomandarea pentru a doua lectură din 7 februarie 2005 privind poziția comună a Consiliului în vederea adoptării directivei Parlamentului European și a Consiliului 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”) (A6-0027/2005 final) nu cuprinde numai adăugarea acestei expresii, ci și adăugarea circumstanțelor descrise la cele două liniuțe ale punctului 31. Analiza modificărilor introduse de Parlamentul European confirmă, așadar, interpretarea expusă la punctul 26 din prezenta hotărâre, potrivit căreia circumstanțele descrise la aceste liniuțe explicitează expresia „falsă impresie” și aceasta nu constituie un element constitutiv al practicii neloiale independent de circumstanțele menționate.

29 În orice caz, astfel cum a subliniat în mod întemeiat Comisia Europeană, termenul „falsă” nu este indispensabil înțelegerii punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, ci nu face decât să întărească fraza în discuție. Astfel, practica interzisă este constituită din acțiunea de a crea una dintre impresiile avute în vedere în prima parte a acestui punct, atunci când, astfel cum arată cea de a doua parte a punctului menționat, aceste impresii nu corespund realității.

30 În ceea ce privește, mai concret, a doua liniuță a punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, trebuie să se constate că, potrivit modului de redactare a acestei dispoziții, constituie o practică neloială faptul de a-i impune unui consumator plata unei sume de bani sau suportarea unui cost atunci când întreprinde o acțiune pentru a câștiga ceea ce îi este prezentat drept premiu sau alt avantaj similar. Acest text nu prevede nicio excepție, astfel încât nu reiese că expresia „suportarea unui cost” permite ca respectivului consumator să i se impună suportarea unui cost chiar și minim, indiferent dacă este vorba despre un cost neglijabil în raport cu valoarea premiului sau despre un cost care nu aduce niciun avantaj comerciantului, cum ar fi costul unui timbru poștal.

31 În ceea ce privește termenii „acțiunea pe care ar trebui să o întreprindă pentru a câștiga premiul”, aceștia au un conținut imprecis și, în consecință, pot include, între altele, orice demers prin care consumatorul se informează cu privire la natura premiului său ori încearcă să intre în posesia acestuia.

32 Comercianții atrag atenția asupra termenilor „dacă întreprind o anumită acțiune” și deduc din aceștia lipsa unei practici neloiale în cazul în care consumatorul poate alege între mai multe opțiuni, dintre care una este puțin costisitoare sau nu presupune cheltuieli, pentru a întreprinde o acțiune cu scopul de a câștiga premiul.

33 Trebuie însă arătat că termenii „dacă întreprind o anumită acțiune”, care figurează în prima parte a punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, vizează ipoteza în care se creează impresia câștigării viitoare a unui premiu în cazul în care este întreprinsă o acțiune

determinată, de exemplu, cumpărarea unor produse propuse într-un catalog, și nu sunt relevanți, așadar, în vederea interpretării celei de a doua liniuțe a punctului 31, care vizează acțiunile pe care ar trebui să le întreprindă pentru a pretinde un premiu prezentat consumatorului ca fiind deja câștigat.

34 În plus, ținând seama de caracterul absolut al interdicției de a impune un cost, faptul de a propune mai multe opțiuni nu poate înlătura caracterul neloial al practicii în cazul în care unele dintre opțiunile propuse îi impun consumatorului suportarea unui cost, chiar dacă acesta ar fi neglijabil în raport cu valoarea premiului.

35 Interpretarea literală a punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale este confirmată de analiza contextului său.

36 Astfel, trebuie subliniat că această dispoziție figurează în anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, care, astfel cum prevede articolul 5 alineatul (5) din aceasta din urmă, cuprinde lista cu practicile comerciale considerate neloiale în orice situație. Acest element confirmă interpretarea potrivit căreia nu este necesară nicio examinare pentru a verifica existența unei intenții înșelătoare sau a unui caracter înșelător distinct de circumstanțele descrise la cele două liniuțe ale celei de a doua părți a punctului 31 sau a caracterului neglijabil al unui cost.

37 În plus, punctul 31 figurează în cadrul titlului „Practici comerciale agresive” din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, ceea ce exclude orice relevanță a caracterului înșelător al practicii comerciale. Astfel, după cum reiese de la articolul 8 din directiva menționată, o practică agresivă este o practică ce, prin caracteristicile sale, determină sau poate determina un consumator să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație.

38 Astfel cum au subliniat în special guvernul Regatului Unit și guvernul italian, practica vizată la punctul 31 a doua liniuță din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale exploatează efectul psihologic provocat de anunțarea câștigării unui premiu în scopul de a stimula consumatorul să facă o alegere care nu este întotdeauna rațională, cum ar fi apelarea unui număr de telefon cu taxare specială pentru a se informa cu privire la natura premiului, efectuarea unei deplasări oneroase pentru a intra în posesia unui lot de veselă de valoare mică sau plata cheltuielilor de livrare a unei cărți pe care o posedă deja.

39 În această privință, nu este relevant faptul că premiul are o valoare foarte mare în raport cu costurile necesare pentru a intra în posesia sa. Comercianții au evocat în numeroase rânduri în fața Curții ipoteza unui premiu care ar consta într-o mașină de lux pe care consumatorul ar trebui să o ridice însă din țara de fabricație a acesteia după ce ar fi nevoit să își asume cheltuielile de înmatriculare sau de asigurare.

40 Trebuie arătat, totuși, că un asemenea exemplu este puțin reprezentativ pentru premiile oferite în general consumatorilor. În orice caz, astfel cum a subliniat guvernul Regatului Unit, publicul vizat de practicile în cauză nu are în mod necesar capacitatea financiară de a asuma astfel de cheltuieli, nici măcar prin contractarea unui împrumut. În sfârșit, faptul de a interzice comercianților să impună consumatorului suportarea unui cost de orice fel nu ar face imposibilă organizarea unor asemenea acțiuni promoționale. Astfel, comerciantul ar putea să prevadă o limitare geografică în ceea ce privește participarea la concurs sau la acțiunea promoțională pentru a limita costurile pe care trebuie să le suporte și care sunt legate de deplasarea consumatorului și de formalitățile necesare pentru ca acesta din urmă să intre în posesia premiului. Comerciantul ar putea de asemenea să țină seama de cheltuielile de comunicare și de livrare pe care ar trebui să le suporte atunci când determină valoarea premiilor de distribuit.

41 În ceea ce privește faptul că, în legislația națională, nu au fost reluate titlurile care figurează în anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, acesta nu poate fi relevant în vederea interpretării directivei respective. Situația este aceeași în cazul divergențelor constatate între diferitele legi naționale

care transpun directiva menționată, invocate de comercianți. În schimb, trebuie amintit că, la aplicarea dreptului intern, instanța națională este obligată să interpreteze acest drept în cea mai mare măsură posibilă în lumina textului și a finalității Directivei privind practicile comerciale neloiale pentru a atinge rezultatul urmărit de aceasta și a se conforma astfel articolului 288 al treilea paragraf TFUE (a se vedea în acest sens Hotărârea din 13 noiembrie 1990, Marleasing, C-106/89, Rec., p. I-4135, punctul 8, Hotărârea din 5 octombrie 2004, Pfeiffer și alții, C-397/01-C-403/01, Rec., p. I-8835, punctul 113, precum și Hotărârea din 28 iulie 2011, Samba Diouf, C-69/10, Rep., p. I-7151, punctul 60).

42 Astfel cum a arătat în mod întemeiat guvernul Regatului Unit, interpretarea punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale poate fi clarificată de lectura punctului 20 din anexa menționată. Potrivit acestei dispoziții, constituie o practică înșelătoare faptul de a descrie un produs ca fiind „gratuit", „bonus", „fără taxe" sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să plătească o sumă în plus față de costurile pe care le implică reacția sa pozitivă la practica comercială și ridicarea sau livrarea articolului. Punctul 31 nu include o formulare similară, ceea ce confirmă interpretarea acestuia potrivit căreia interdicția de a impune consumatorului suportarea unui cost de orice fel este absolută, indiferent dacă este vorba despre costul unui timbru poștal sau al unei comunicări telefonice obișnuite.

43 Obiectivele Directivei privind practicile comerciale neloiale confirmă interpretarea literală a punctului 31 din anexa I la aceasta.

44 Articolul 1 din directiva menționată prevede că obiectivul acesteia este de a contribui la buna funcționare a pieței interne și de a realiza un nivel ridicat de protecție a consumatorilor (Hotărârea din 23 aprilie 2009, VTB-VAB și Galatea, C-261/07 și C-299/07, Rep., p. I-2949, punctul 51).

45 Astfel cum reiese din considerentele Directivei privind practicile comerciale neloiale și, în special, din considerentul (17) al acesteia, securitatea juridică este un element esențial pentru buna funcționare a pieței interne. În vederea atingerii acestui obiectiv, legiuitorul a grupat în anexa I la directiva menționată practicile comerciale care sunt, în orice situație, neloiale și care, în consecință, nu necesită o evaluare de la caz la caz în lumina dispozițiilor articolelor 5-9 din directiva menționată.

46 Acest obiectiv nu ar fi atins dacă punctul 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale ar fi interpretat în sensul că include un element de înșelăciune, distinct de circumstanțele descrise în cea de a doua parte a acestei dispoziții. Astfel, proba existenței acestui element ar necesita aprecieri dificile, efectuate de la caz la caz, pe care includerea practicii în anexa I vizează tocmai să le evite.

47 De asemenea, acest obiectiv nu ar fi atins dacă respectivii comercianți ar avea dreptul să îi impună consumatorului „costuri neglijabile" în raport cu valoarea premiului. Astfel, acest fapt ar impune determinarea metodelor de evaluare atât a costurilor, cât și a premiilor și ar necesita și efectuarea unor asemenea evaluări.

48 Obiectivul de a asigura un nivel ridicat de protecție a consumatorilor confirmă de asemenea interpretarea punctului 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale, potrivit căreia niciun cost nu poate fi impus consumatorului care a câștigat un premiu.

49 Astfel cum a arătat în special guvernul Regatului Unit și astfel cum s-a amintit la punctul 38 din prezenta hotărâre, practica prevăzută la punctul 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale este considerată agresivă de aceasta din urmă deoarece aluzia la un premiu vizează să exploateze efectul psihologic creat în percepția consumatorului de perspectiva unui câștig și să îl determine pe acesta să ia o decizie care nu este întotdeauna rațională și pe care nu ar fi luat-o în altă situație. În consecință, protecția consumatorului este scopul care impune prezervarea integrității

noțiunii „premiu” în interpretarea punctului 31 din anexa I la directiva menționată în sensul că un premiu pentru care consumatorul este ținut să efectueze o plată de orice fel nu poate fi calificat ca fiind „premiu”.

50 Acest obiectiv confirmă interpretarea potrivit căreia nu se poate admite că acțiunile care trebuie întreprinse pentru a câștiga un premiu pot fi realizate prin mai multe metode propuse consumatorului de comerciant, dintre care cel puțin una ar fi gratuită. Astfel, însăși perspectiva intrării în posesia premiului este cea care îl influențează pe consumator și îl poate determina să ia o decizie pe care nu ar fi luat-o în altă situație, cum ar fi aceea de a alege metoda cea mai rapidă pentru a cunoaște premiul pe care l-a câștigat, deși această metodă poate fi cea care antrenează costul cel mai ridicat.

51 Comercianții au arătat că o informare adecvată a consumatorului în ceea ce privește natura premiului și condițiile intrării în posesia acestuia ar trebui să permită să se considere că practica utilizată nu este neloială. În această privință, trebuie să se efectueze o distincție între ceea ce constituie premiul și ceea ce constituie intrarea în posesia acestuia din urmă. Astfel, în timp ce un consumator este ținut de descrierea premiului, punctul 31 din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale interzice ca acțiunile care trebuie întreprinse pentru a câștiga premiul să fie condiționate de obligația consumatorului de a plăti o sumă de bani sau de a suporta un cost.

52 Astfel, pentru a relua unul dintre exemplele citate în ședință, un premiu definit drept „un bilet de intrare” la un anumit meci de fotbal nu cuprinde transportul consumatorului de la domiciliu la stadionul de fotbal unde se desfășoară acest meci. În schimb, dacă premiul constă în „faptul de a asista” la această întâlnire sportivă, fără altă precizare, îi revine comerciantului sarcina de a suporta cheltuielile de deplasare ale consumatorului.

53 O informare clară și adecvată a consumatorului este importantă în cazul în care comerciantul dorește să permită identificarea premiului câștigat și aprecierea consistenței acestuia. În această privință, trebuie amintit că, potrivit considerentului (18) al Directivei privind practicile comerciale neloiale, în cazul în care o practică comercială se adresează doar unui anumit grup de consumatori, este oportun ca impactul acesteia să fie evaluat din perspectiva membrului mediu al grupului. În conformitate cu acest considerent, instanțele naționale trebuie în special să își exercite propria capacitate de a judeca pentru a stabili reacția tipică a consumatorului mediu într-o situație dată.

54 Considerentul (19) al aceleiași directive insistă cu privire la noțiunea de grup particular de consumatori deosebit de vulnerabili în raport cu o practică comercială și cu privire la necesitatea de a proteja consumatorii care fac parte din acest grup prin evaluarea practicii în cauză din perspectiva membrului. Articolul 5 alineatul (2) litera (b) din Directiva privind practicile comerciale neloiale definește astfel caracterul neloial al unei practici în raport cu un grup particular de consumatori vizat de această practică.

55 Ca orice altă informație furnizată de un comerciant unui consumator, informația care precizează în ce constă premiul trebuie să fie examinată și apreciată de instanțele naționale în lumina considerentelor (18) și (19) din Directiva privind practicile comerciale neloiale, precum și a articolului 5 alineatul (2) litera (b) din directiva menționată. Acest fapt privește atât accesibilitatea informației, cât și suportul acesteia din urmă, caracterul lizibil al textelor, claritatea și comprehensibilitatea acestora pentru publicul vizat de practica în cauză.

56 În ceea ce privește, în special, practica descrisă la punctul 16 din prezenta hotărâre, trebuie ca publicul vizat de un astfel de premiu să fie în măsură să cunoască, între altele, datele croazierei, punctele de plecare și de sosire ale acesteia din urmă, precum și condițiile de cazare și de masă. Este de competența instanțelor naționale să verifice dacă informațiile furnizate sunt suficient de clare și de comprehensibile pentru publicul vizat de practica în cauză pentru a-i permite consumatorului mediu din grupul vizat să ia o decizie în cunoștință de cauză.

57 Având în vedere toate considerațiile care precedă, trebuie să se răspundă la întrebările adresate după cum urmează:

— punctul 31 a doua liniuță din anexa I la Directiva privind practicile comerciale neloiale trebuie interpretat în sensul că interzice practicile agresive prin care comercianții creează impresia falsă că un consumator a câștigat deja un premiu, deși întreprinderea unei acțiuni pentru a câștiga acest premiu, indiferent dacă este vorba despre solicitarea unor informații privind natura premiului menționat sau despre intrarea în posesia acestuia, este condiționată de obligația consumatorului de a plăti o sumă de bani sau de a suporta un cost de orice fel;

— este lipsit de relevanță faptul că un cost impus consumatorului, cum ar fi costul unui timbru poștal, este neglijabil în raport cu valoarea premiului sau că acesta nu aduce niciun beneficiu comerciantului;

— este de asemenea lipsit de relevanță faptul că acțiunile care trebuie întreprinse pentru câștigarea unui premiu pot fi realizate prin mai multe metode propuse consumatorului de către comerciant, dintre care cel puțin una ar fi gratuită, în cazul în care una sau mai multe dintre metodele propuse presupun suportarea de către consumator a unui cost pentru a se informa cu privire la premiu sau la modalitățile de obținere a acestuia din urmă;

— este de competența instanțelor naționale să aprecieze informațiile furnizate consumatorilor în lumina considerentelor (18) și (19) ale Directivei privind practicile comerciale neloiale, precum și a articolului 5 alineatul (2) litera (b) din aceasta, și anume ținând seama de claritatea și de comprehensibilitatea acestor informații pentru publicul vizat de practica în cauză.

Cu privire la cheltuielile de judecată

58 Întrucât, în privința părților din acțiunea principală, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a șasea) declară:

Punctul 31 a doua liniuță din anexa I la 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 interpretat trebuie interpretat în sensul că interzice practicile agresive, precum cele în discuție în cauza principală, prin care comercianții creează impresia falsă că un consumator a câștigat deja un premiu, deși întreprinderea unei acțiuni pentru a câștiga acest premiu, indiferent dacă este vorba despre solicitarea unor informații privind natura premiului menționat sau despre intrarea în posesia acestuia, este condiționată de obligația consumatorului de a plăti o sumă de bani sau de a suporta un cost de orice fel.

Este lipsit de relevanță faptul că un cost impus consumatorului, cum ar fi costul unui timbru poștal, este neglijabil în raport cu valoarea premiului sau că acesta nu aduce niciun beneficiu comerciantului.

Este de asemenea lipsit de relevanță faptul că acțiunile care trebuie întreprinse pentru câștigarea unui premiu pot fi realizate prin mai multe metode propuse consumatorului de către comerciant, dintre care cel puțin una ar fi gratuită, în cazul în care una sau mai multe dintre metodele propuse presupun suportarea de către consumator a unui cost pentru a se informa cu privire la premiu sau la modalitățile de obținere a acestuia din urmă.

Este de competența instanțelor naționale să aprecieze informațiile furnizate consumatorilor în lumina considerentelor (18) și (19) ale Directivei 2005/29, precum și a articolului 5 alineatul (2) litera (b) din aceasta, și anume ținând seama de claritatea și de comprehensibilitatea acestor informații pentru publicul vizat de practica în cauză.

Semnături