SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta) de 16 de enero de 1992 *

En el asunto C-373/90,

que tiene por objeto una petición dirigida al Tribunal de Justicia, con arreglo al artículo 177 del Tratado CEE, por el juge d'instruction del tribunal de grande instance de Bergerac (Francia), y destinada a obtener en el marco de unas diligencias previas contra

X

una decisión prejudicial sobre la interpretación de la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa (DO L 250, p. 17; EE 15/05, p. 55),

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta),

integrado por los Sres.: Sir Gordon Slynn, Presidente de Sala en funciones de Presidente; F. Grévisse, J.C. Moitinho de Almeida, G.C. Rodríguez Iglesias y M. Zuleeg, Jueces;

Abogado General: Sr. G. Tesauro;
Secretario: Sr. H.A. Rühl, administrador principal;

consideradas las observaciones escritas presentadas en nombre de la Comisión de las Comunidades Europeas por el Sr. Xavier Lewis y la Sra. Maria Condou-Durande, miembros de su Servicio Jurídico, en calidad de Agentes;

habiendo considerado el informe para la vista;

* Lengua de procedimiento: francés.

oídas las observaciones orales del Sr. Jean-Pierre Richard, parte civil en el litigio principal, representado por Me J.M. Reynaud, Abogado de Versalles, y de la Comisión, expuestas en la vista de 25 de septiembre de 1991;

oídas las conclusiones del Abogado General presentadas en audiencia pública el 24 de octubre de 1991;

dicta la siguiente

Sentencia

1 Mediante escrito de 12 de diciembre de 1990, recibido en el Tribunal de Justicia el 17 de diciembre siguiente, el juge d'instruction del tribunal de grande instance de Bergerac planteó, con arreglo al artículo 177 del Tratado CEE, una cuestión prejudicial sobre la interpretación de la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa (DO L 250, p. 17; EE 15/05, p. 55).

2 Dicha cuestión se suscitó en el marco de una denuncia contra X, presentada, personándose como actor civil, por el Sr. Jean-Pierre Richard, Presidente del Consejo de Administración de la sociedad anónima Richard-Nissan, titular de un contrato de importación en exclusiva en el territorio francés de vehículos de la marca Nissan. Esta denuncia, fundada en el artículo 44 de la Ley francesa nº 73-1193, de 27 de diciembre de 1973, sobre orientación del comercio y de la artesanía, llamada Ley «Royer», contempla actos de publicidad engañosa e ilícita.

3 Con arreglo a la comunicación cursada por el Gobierno francés a la Comisión, la citada disposición de la Ley francesa es la medida legislativa que da ejecución a la Directiva antes citada.

4 La citada denuncia va dirigida contra una garaje de Bergerac que publicó en la prensa anuncios publicitarios con la inscripción «compre su vehículo nuevo más barato», junto con la mención «garantía un año fabricante». Por otra parte, según el escrito de remisión, esta publicidad tiene por objeto vehículos importados de Bélgica y matriculados sólo a fin de importarlos, que nunca han circulado y que se venden en Francia a precios inferiores a los practicados por los concesionarios locales, debido al menor número de accesorios de que están equipados los modelos de base belgas, en comparación con los modelos de base vendidos en Francia.

5 A la vista de estos elementos, el juge d'instruction del tribunal de grande instance de Bergerac, que conoció del litigio, decidió suspender el procedimiento hasta que el Tribunal de Justicia se pronunciara sobre la cuestión prejudicial de si «la citada práctica de venta es conforme a las normas europeas actuales».

6 Para una más amplia exposición de los hechos del litigio principal, del desarrollo del procedimiento así como de las observaciones escritas presentadas al Tribunal de Justicia, esta Sala se remite al informe para la vista. En lo sucesivo, sólo se hará referencia a estos elementos en la medida exigida por el razonamiento del Tribunal.

7 Con carácter preliminar, debe recordarse que, con arreglo a reiterada jurisprudencia, la obligación de los Estados miembros, dimanante de una Directiva, de alcanzar el resultado que la misma prevé, así como su deber, conforme al artículo 5 del Tratado, de adoptar todas las medidas generales o particulares apropiadas para asegurar el cumplimiento de dicha obligación, se imponen a todas las autoridades de los Estados miembros, con inclusión, en el marco de sus competencias, de las autoridades judiciales. De ello se desprende que, al aplicar el Derecho nacional, el órgano jurisdiccional nacional está obligado a interpretarlo a la luz de la letra y de la finalidad de la Directiva para alcanzar el resultado a que se refiere la propia Directiva y, de esta forma, atenerse al párrafo tercero del artículo 189 del Tratado (sentencias de 10 de abril de 1984, Von Colson y Kamann, 14/83, Rec. p. 1891, apartado 26 y de 13 de noviembre de 1990, Marleasing, C-106/89, Rec. p. I-4135, apartado 8).

8 Por consiguiente, la cuestión planteada por el órgano jurisdiccional nacional debe entenderse en el sentido de saber si la Directiva 84/450 del Consejo, antes citada, se opone o no a una publicidad como la que se cuestiona en el litigio principal.

9 Esta Directiva, adoptada en virtud del artículo 100 del Tratado, tiene por objeto, según rezan sus considerandos, mejorar la protección de los consumidores así como poner fin a las distorsiones de la competencia y a los obstáculos a la libre circulación de mercancías y a la libre prestación de servicios derivados de las disparidades entre las legislaciones de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa. Con estos fines, pretende establecer unos criterios mínimos y objetivos sobre cuya base sea posible determinar si una publicidad es engañosa.

10 A tenor del apartado 2 del artículo 2 de esta Directiva, se entiende por «publicidad engañosa»:

«Toda publicidad que, de una manera cualquiera, incluida su presentación, induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico o que, por estas razones, perjudica o es capaz de perjudicar a un competidor.»

11 La interpretación de esta disposición, con respecto a las características de una publicidad como la que se cuestiona en el litigio principal, exige que se examinen sucesivamente los tres elementos mencionados en la citada publicidad, a saber, que los vehículos de que se trata sean vehículos nuevos, más baratos y que estén amparados por la garantía del fabricante.

12 Antes de proceder a este examen, debe señalarse que estos elementos de la publicidad son de una gran importancia práctica para la actividad de los importadores paralelos de vehículos y que, como ha puesto de manifiesto el Abogado General en los puntos 5 y 6 de sus conclusiones, las importaciones paralelas gozan de una

determinada protección en Derecho comunitario en la medida en que favorecen el desarrollo de los intercambios y el refuerzo de la competencia.

13 En primer lugar, en lo que se refiere a la indicación relativa al estado nuevo de los citados vehículos, debe declararse que la citada publicidad no puede considerarse engañosa, con arreglo al artículo 2, antes citado, por el mero hecho de que los citados vehículos hayan sido matriculados antes de su importación.

14 Efectivamente, es la puesta en circulación y no la matriculación lo que hace perder a un vehículo su condición de nuevo. Además, como ha señalado la Comisión, la matriculación antes de la importación facilita considerablemente las operaciones de importación paralela.

15 No obstante, incumbe al órgano jurisdiccional nacional verificar, a la vista de las circunstancias del caso de autos, si, teniendo en cuenta los consumidores a los que va dirigida, esta publicidad puede revestir un carácter engañoso en la medida en que, por una parte, tenga por objeto ocultar la circunstancia de que los vehículos que se anuncian como nuevos se matriculan antes de la importación y, por otra parte, en la medida en que esta circunstancia pudo hacer renunciar a un número significativo de consumidores a su decisión de compra.

16 En segundo lugar, en lo referente a la publicidad acerca del precio inferior de los vehículos, no cabe calificar esta publicidad de engañosa más que en el supuesto de que se acreditara que la decisión de comprar, por parte de un número significativo de consumidores a los que va dirigida la citada publicidad, fue adoptada en la ignorancia de que el precio reducido de los vehículos va acompañado de un menor número de accesorios con que van equipados los vehículos vendidos por el importador paralelo.

17 En tercero y último lugar, en lo referente a la mención relativa a la garantía del fabricante, debe señalarse que la citada indicación no puede considerarse como una publicidad engañosa por cuanto se ajusta a la realidad.

18 A este respecto, debe recordarse que, en la sentencia de 10 de diciembre de 1985, ETA/DK Investment (31/85, Rec. p. 3933), apartado 14, el Tribunal de Justicia declaró que un sistema de garantía en el cual el proveedor de bienes reserva la garantía únicamente a los clientes de su concesionario exclusivo coloca a éste y a sus revendedores en una situación privilegiada en comparación con los importadores y distribuidores paralelos, por lo cual debe entenderse que tiene por objeto o efecto restringir la competencia, con arreglo al apartado 1 del artículo 5 del Tratado.

19 Procede, pues, responder a la cuestión prejudicial que la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, debe interpretarse en el sentido de que no se opone a que una publicidad presente vehículos como nuevos, más baratos y amparados por la garantía del fabricante, cuando estos vehículos hayan sido matriculados sólo a fin de importarlos, nunca hayan circulado y sean vendidos en un Estado miembro a precios más reducidos que los practicados por los concesionarios establecidos en este Estado miembro, debido al menor número de accesorios de que están equipados.

Costas

20 Los gastos efectuados por la Comisión de las Comunidades Europeas, que ha presentado observaciones ante este Tribunal de Justicia, no pueden ser objeto de reembolso. Dado que el procedimiento tiene, para las partes en el litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta),

pronunciándose sobre la cuestión planteada por el juge d'instruction del tribunal de grande instance de Bergerac mediante escrito de 12 de diciembre de 1990, declara:

La Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los

Estados miembros en materia de publicidad engañosa, debe interpretarse en el sentido de que no se opone a que una publicidad presente vehículos como nuevos, más baratos y amparados por la garantía del fabricante, cuando estos vehículos hayan sido matriculados sólo a fin de importarlos, nunca hayan circulado y sean vendidos en un Estado miembro a precios más reducidos que los practicados por los concesionarios establecidos en este Estado miembro, debido al menor número de accesorios de que están equipados.

Slynn Grévisse

Moitinho de Almeida Rodríguez Iglesias Zuleeg

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 16 de enero de 1992.

El Secretario

J.-G. Giraud

El Presidente de Sala
en funciones de Presidente de la Sala Quinta

Gordon Slynn