



Samling af Afgørelser

DOMSTOLENS DOM (Sjette Afdeling)

18. oktober 2012*

»Direktiv 2005/29/EF — urimelig handelspraksis — praksis, der består i at underrette forbrugeren om den omstændighed, at han har vundet en præmie, og forpligte ham til at påtage sig en udgift for at kunne modtage præmien«

I sag C-428/11,

angående en anmodning om præjudiciel afgørelse i henhold til artikel 267 TEUF, indgivet af Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Det Forenede Kongerige) ved afgørelse af 2. august 2011, indgået til Domstolen den 16. august 2011, i sagen:

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

mod

Office of Fair Trading,

har

DOMSTOLEN (Sjette Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, U. Löhmus, og dommerne A. Rosas (refererende dommer) og A. Ó Caoimh,

generaladvokat: P. Mengozzi

* Processprog: engelsk.

justitssekretær: ekspeditionssekretær L. Hewlett,

på grundlag af den skriftlige forhandling og efter retsmødet den 28. juni 2012,

efter at der er afgivet indlæg af:

- Purely Creative Ltd m.fl. ved K. de Haan, QC, og solicitor N. Tillott
- Det Forenede Kongeriges regering ved S. Ossowski og E. Jenkinson, som befuldmægtigede, bistået af barrister J. Simor
- den spanske regering ved A. Rubio González, som befuldmægtiget
- den italienske regering ved G. Palmieri, som befuldmægtigede, bistået af avvocato dello Stato W. Ferrante
- den østrigske regering ved C. Pesendorfer, som befuldmægtiget
- Europa-Kommissionen ved J. Samnadda, M. van Beek og M. Owsiany-Hornung, som befuldmægtigede,

og idet Domstolen efter at have hørt generaladvokaten har besluttet, at sagen skal pådømmes uden forslag til afgørelse,

afsagt følgende

Dom

- 1 Anmodningen om præjudiciel afgørelse vedrører fortolkningen af punkt 31 i bilag I til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 («direktivet om urimelig handelspraksis») (EUT L 149, s. 22).
- 2 Anmodningen er blevet fremsat under en sag mellem på den ene side fem virksomheder, der er specialiseret i distribution af adresseløse forsendelser, og en række personer, der har arbejdet i disse virksomheder (herefter »de erhvervsdrivende«), og på den anden side Office of Fair Trading (herefter »OFT«), som har til opgave at håndhæve forbrugerbeskyttelseslove vedrørende en af de erhvervsdrivende anvendt praksis.

Retsforskrifter

EU-retten

- 3 Følgende er anført i 6., 8. og 16.-19. betragtning til direktivet om urimelig handelspraksis:
 - »(6) Derfor foretages der ved dette direktiv en tilnærmelse af medlemsstaternes love om urimelig handelspraksis, herunder illoyal reklame, som direkte skader forbrugernes økonomiske interesser og derved indirekte skader legitime konkurrenters økonomiske interesser. [...]

[...]

(8) Dette direktiv beskytter direkte forbrugernes økonomiske interesser mod virksomheders urimelige handelspraksis. [...]

[...]

(16) Bestemmelser om aggressiv handelspraksis bør omfatte praksis, som indskrænker forbrugers valgfrihed betydeligt. Det drejer sig om praksis, hvor der benyttes chikane, tvang, herunder fysisk vold, og utilbørlig påvirkning.

(17) Med henblik på at sikre yderligere retssikkerhed er det ønskeligt at få præciseret, hvilke former for handelspraksis der under alle omstændigheder anses for urimelige. Bilag I indeholder derfor en fuldstændig liste over alle disse former for praksis. Disse former for handelspraksis er de eneste, der kan anses for urimelige, uden først i hvert enkelt tilfælde at være blevet vurderet i forhold til bestemmelserne i artikel 5-9. Listen kan kun ændres ved en revision af direktivet.

(18) Alle forbrugere bør beskyttes imod urimelig handelspraksis; [...] I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet og for at den beskyttelse, der ligger i det, rent faktisk kan fungere, anvender dette direktiv som benchmark en under hensyntagen til sociale, kulturelle og sproglige forhold almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger, således som denne fortolkes af Domstolen, men sørger for at forebygge udnyttelse af forbrugere, hvis karaktertræk gør dem særligt sårbare over for urimelig handelspraksis. I de tilfælde, hvor en handelspraksis specifikt rettes mod en særlig gruppe af forbrugere som f.eks. børn, bør virkningen af den pågældende handelspraksis vurderes ud fra, hvordan den opleves af et gennemsnitligt medlem af denne gruppe. [...] Begrebet gennemsnitsforbrugeren er ikke et statistisk begreb. Nationale domstole og myndigheder skal selv, under hensyn til Domstolens retspraksis, foretage en vurdering med henblik på at bestemme gennemsnitsforbrugers typiske reaktion i et givet tilfælde.

(19) Hvor visse karaktertræk som alder, fysiske eller mentale handicap eller godtroenhed gør forbrugere særlig modtagelige for en handelspraksis eller det underliggende produkt, og kun sådanne forbrugers økonomiske adfærd kan forventes at blive forvredet af den pågældende praksis på en måde, som den erhvervsdrivende med rimelighed kan forudse, er det hensigtsmæssigt at sikre, at de er beskyttet på passende vis, ved at den pågældende praksis vurderes ud fra, hvordan den opleves af et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

4 Direktivets artikel 1 bestemmer:

»Formålet med dette direktiv er at bidrage til et velfungerende indre marked og opnå et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser.«

5 Direktivets artikel 2, litra e), indeholder følgende definition:

»væsentlig forvridning af forbrugernes økonomiske adfærd«: anvendelse af en handelspraksis, som mærkbart indskrænker forbrugers evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.«

6 Direktivets artikel 5 med overskriften »Forbud mod urimelig handelspraksis« er affattet således:

»1. Urimelig handelspraksis forbydes.

2. En handelspraksis er urimelig, hvis:

a) den er i modstrid med kravet om erhvervmæssig diligenpligt

og

- b) væsentligt forvrider eller kan forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd i forhold til produktet hos gennemsnitsforbrugeren, som bliver genstand for den, eller som den er rettet mod, eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

[...]

4. En handelspraksis er i særdeleshed urimelig, hvis den er

- a) vildledende, jf. artikel 6 og 7,

eller

- b) aggressiv, jf. artikel 8 og 9.

5. I bilag I findes fortegnelsen over de former for handelspraksis, som under alle omstændigheder vil blive betragtet som urimelige. Den samme fortegnelse skal anvendes i alle medlemsstater og må kun ændres ved en revision af dette direktiv.«

- 7 Artikel 8 i direktivet om urimelig handelspraksis med overskriften »Aggressiv handelspraksis« er affattet som følger:

»En handelspraksis betragtes som aggressiv, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og betingelser, ved chikane, tvang, herunder fysisk vold, eller utilbørlig påvirkning i væsentlig grad inddrænker eller kan forventes væsentligt at inddrænke gennemsnitsforbrugeren valgfrihed eller adfærd i forbindelse med produktet, og derved foranlediger ham til eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.«

- 8 Bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis udgøres af en liste med 31 punkter, der beskriver former for praksis, som under alle omstændigheder anses som urimelige. De former for praksis, der er beskrevet i bilagets punkt 1-23, er anført under overskriften »Vildledende handelspraksis«, mens de former for praksis, der er beskrevet i bilagets punkt 24-31, er anført under overskriften »Aggressiv handelspraksis«.

- 9 Punkt 20 i bilaget til direktivet er affattet som følger:

»Et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selv om forbrugeren skal betale andet end de uundgåelige udgifter, der er forbundet med at reagere på den pågældende handelspraksis, samt afhentning eller betaling for levering af produktet.«

- 10 Bilagets punkt 31 har følgende ordlyd:

»Der skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at der enten

— ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode

— at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.«

Nationale bestemmelser

- 11 Direktivet om urimelig handelspraksis blev gennemført ved Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (Regulations 2008 om forbrugerbeskyttelse mod urimelig handelspraksis) (SI 1277/2008), herefter »Regulations 2008«. Regulation 3 i Regulations 2008 forbyder urimelig handelspraksis. Regulation 5 heri forbyder vildledende handlinger, mens regulation 6 forbyder vildledende udeladelser.
- 12 Bilag I til Regulations 2008 svarer til bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis. Det omfatter imidlertid ikke de overskrifter, der findes i dette sidstnævnte bilag. Punkt 31 i bilag I til Regulations 2008 gengiver ordret punkt 31 i bilag I til direktivet.

Twisten i hovedsagen og de præjudicielle spørgsmål

- 13 Efter en lang hørings- og forhandlingsproces mellem OFT og de erhvervsdrivende, som havde til formål at få disse erhvervsdrivende til at forpligte sig til at overholde visse reklameregler, anlagde OFT sag ved High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Companies Court) med henblik på nedlæggelse af fogedforbud for at forhindre de erhvervsdrivende i fortsat at omdele reklamer af tilsvarende art som fem specifikke reklamer, der blev udfærdiget i løbet af 2008, og som er nummeret 5-9 i de sagsakter, der er fremlagt for denne retsinstans. OFT gjorde gældende, at disse reklamer ikke var tilladt, eftersom de udgjorde »urimelig handelspraksis« i henhold til regulation 3 i Regulations 2008, idet de var i strid med punkt 31, litra b), i Schedule 1 til Regulations 2008, og at de omfattede vildledende handlinger som omhandlet i regulation 5 i Regulations 2008 samt vildledende udeladelser som omhandlet i regulation 6 i Regulations 2008.
- 14 De pågældende reklamer omfatter individuelt adresserede breve, skrabelodder og andre indstiksblade placeret i aviser og blade. Selv om de er forskellige med hensyn til detaljer, har de en række fælles træk, som er beskrevet af den forelæggende ret, dvs. Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division), som følger:
- Forbrugeren fik oplyst, at han kunne indløse én ud af en række nærmere angivne præmier eller gevinster af varierende værdi fra præmier på et anseeligt beløb til en præmie, som i bedste fald var et par pund værd, og som under hele sagen er omtalt som »den oftest forekommende præmie«. Herudover var der en række præmier af en værdi, der lå mellem disse to yderpunkter. Det er ubestridt, at præmierne faktisk var tilgængelige for de pågældende forbrugere.
 - Når bortses fra reklame 8, skulle forbrugeren for at få oplyst, hvilken præmie han kunne indløse, og for at få et lodnummer gøre brug af følgende valgmuligheder:
 - foretage et opkald til et overtakseret telefonnummer
 - sende en tekstbesked med omvendt betalingspligt ved hjælp af en sms-tjeneste
 - få oplysningerne tilsendt med almindelig post.

Muligheden for at vælge almindelig post var mindre fremhævet end muligheden for at vælge det overtakserede telefonnummer med det resultat, at forbrugerne blev tilskyndet til at vælge en dyrere løsning end forsendelse med almindelig post. For så vidt angik reklame 5 blev det fastslået, at mindst 80% af de deltagende forbrugere havde henvendt sig telefonisk eller pr. sms. Der forelå ikke lignende resultater i forhold til de øvrige omtvistede reklamer. Telefonnummeret var en overtakseret linje. Forbrugeren blev informeret om minuttaksten og om den maksimale opkaldsvarighed.

- Forbrugeren blev ikke informeret om, at:
 - det mindst mulige tidsrum, der var nødvendigt for at give forbrugeren tilstrækkelige oplysninger til at indløse den oftest forekommende præmie, blot var et par sekunder kortere end den maksimale opkaldsvarighed
 - af minuttaksten på 1,50 GBP beholdt det reklameforanstaltende selskab 1,21 GBP.
 - Forbrugeren skulle i visse tilfælde betale en yderligere omkostning, hvorom det var oplyst, at den omfattede levering og forsikring, men som delvist blev anvendt af det reklameforanstaltende selskab til at finansiere udgiften til at anskaffe den genstand, der blev gjort krav på.
 - Over 99% af dem, der indløste en præmie, havde ret til at modtage den oftest forekommende præmie, som svarede til eller udgjorde en væsentlig del af den værdi, som forbrugeren allerede kunne have betalt i telefon- eller sms-omkostninger og/eller i omkostninger til levering og forsikring.
- 15 Som et eksempel for så vidt angår reklame 5 fremgår det af præmis 87 og 90 i High Courts afgørelse, at en forbruger for at modtage et ur, der angiveligt var fra Schweiz, og som var fremstillet i Japan, skulle betale 18 GBP (8,95 GBP for telefon, 8,50 GBP for forsikring og forsendelsesomkostninger samt udgifter til to konvolutter og to frimærker). Såfremt forbrugeren valgte almindelig post, var forbrugeren omkostninger 9,50 GBP. Ved anvendelse af telefon opkrævede den erhvervsdrivende i alt 15,71 GBP (7,21 GBP for telefonopkaldet og 8,50 GBP for forsikring og forsendelsesomkostninger), mens disse omkostninger udgjorde 9,36 GBP.
- 16 Reklame 6 og 8 vedrører krydstogter. Som det fremgår af præmis 171-173 i High Courts afgørelse med hensyn til reklame 8, kunne forbrugeren, som var en af de 356 578 personer, der havde vundet et krydstogt i Middelhavet, indløse sin præmie ved at udfylde en formular og betale 14,95 GBP for forsikring og porto. Han modtog derpå et tilgodebevis, hvis kostpris for den erhvervsdrivende udgjorde 0,35 GBP. En læsning af det i tilgodebeviset med småt skrevne gjorde det muligt at gøre sig bekendt med, at krydstogtet strakte sig over tre dage på Korsika (Frankrig) og på Sardinien (Italien) og startede i en ikke nærmere angivet havn i Toscana (Italien), og datoerne var heller ikke angivet. Det pågældende tilgodebevis medførte en ret til transport fra England til krydstogtets startsted samt til hjemrejse for et beløb på 159 GBP. Der skulle betales et tillæg for at få en kahyt med en eller to senge (og ikke fire senge). Forbrugeren skulle selv stå for omkostninger til mad og drikke samt havneafgifter. Ifølge High Court ville to par à to personer skulle betale 1 596 GBP, dvs. 399 GBP pr. person for deltagelse i dette krydstogt.
- 17 Som de erhvervsdrivende har forklaret i deres indlæg for Domstolen, anser de det for væsentligt at have en opdateret database med deltagere, der kunne være interesserede i at svare på præmieudloddende reklamer, idet disse oplysninger kan anvendes til at udbyde andre produkter, der kan være relevante for forbrugerne, eller overdrages til andre selskaber, der ønsker at udbyde deres produkter.
- 18 High Court fandt, at de omhandlede reklamer indebar en urimelig handelspraksis i et omfang, der imidlertid var mere begrænset end hævdet af OFT.
- 19 Denne retsinstans anførte i sin afgørelse, at den praksis, der er beskrevet i punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, figurerer under overskriften »Aggressiv handelspraksis« og ikke under overskriften »Vildledende handelspraksis«, men understregede, at disse overskrifter ikke figurerer i Schedule I til Regulations 2008. I afgørelsens præmis 47 fastslår High Court, at en handelstransaktions vildledende karakter udgør kerneområdet af forbuddet i punkt 31 i bilag I til direktivet. Den tiltrådte argumentet om, at dette punkt 31 ikke finder anvendelse, såfremt den

betaling, der forlanges, udgør et beskedent beløb (svarende til køb af et frimærke eller udgifterne til et almindeligt telefonopkald), såfremt den pågældende erhvervsdrivende ikke drager fordel af betalingen, og såfremt betalingen er bagatelagtig i forhold til værdien af den vundne præmie.

20 High Court har inden for rammerne af sin kompetence truffet en afgørelse, der fastsætter de forpligtelser, som de erhvervsdrivende påtog sig. Disse forpligtede sig i henhold til afgørelsens punkt 1 til at afholde sig fra at »skabe det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at den handling, som i henhold til sagsøgtens anbefaling skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode, indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter, som enten

a) udgør en væsentlig del af sagsøgtens enhedspris for at stille den genstand, der er beskrevet som en præmie eller et tilsvarende gode, til rådighed for forbrugeren, eller

b) i tilfælde af en omkostning, hvorom det er oplyst, at den er til levering og forsikring, anvendes af sagsøgte til helt eller delvist at finansiere anskaffelsen og håndteringen af genstanden eller til dækning af andre omkostninger forbundet med at gøre den tilgængelig ud over den faktiske udgift til levering af genstanden til forbrugeren og til en (eventuel) transportforsikring«.

21 De erhvervsdrivende iværksatte appel af High Courts afgørelse til Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) og gjorde gældende, at afgørelsens punkt 1 skulle ændres, således at nævnte punkt 1, litra a), blev slettet eller subsidiært erstattet med følgende:

»a) udgør en væsentlig del af den sandsynlige udgift for gennemsnitsforbrugeren til at erhverve den genstand, der beskrives som en præmie eller et tilsvarende gode«.

22 OFT iværksatte kontraappel ligeledes med hensyn til afgørelsens punkt 1, litra a), og gjorde gældende, at indholdet blev erstattet med følgende ordlyd:

»skabe det indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at enhver handling, som i henhold til sagsøgtens angivelse skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode, indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller [på anden måde påtage sig udgifter] eller subsidiært [alt andet end en bagatelagtig udgift]«.

23 Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) er af den opfattelse, at en korrekt fortolkning af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis er nødvendig, idet lovgivningerne i de medlemsstater, der har gennemført bestemmelsen, er divergerende. Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) har følgelig besluttet at udsætte sagen og at forelægge Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»1) Indebærer den ikke tilladte praksis, der er omhandlet i punkt 31 i bilag I til direktivet [om urimelig handelspraksis], at erhvervsdrivende er forhindret i at oplyse forbrugere om, at de har vundet en præmie eller et tilsvarende gode, når faktum er, at forbrugeren opfordres til at afholde en udgift, herunder en bagatelagtig (*de minimis*) udgift, i forbindelse med indløsningen af præmien eller det tilsvarende gode?

2) Vil det, såfremt den erhvervsdrivende tilbyder forbrugeren flere forskellige metoder med hensyn til at indløse præmien eller det tilsvarende gode, udgøre en tilsidesættelse af [punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis], hvis den handling, som skal udføres for at benytte en af indløsningsmetoderne, indebærer, at forbrugeren skal påtage sig udgifter, herunder bagatelagtige (*de minimis*) udgifter?

- 3) Såfremt det ikke udgør en tilsidesættelse af [punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis], hvis indløsningsmetoden [for en præmie eller et andet tilsvarende gode] alene får forbrugeren til at påtage sig en bagatelagtig (*de minimis*) udgift, hvorledes skal den nationale ret afgøre, hvorvidt sådanne udgifter er bagatelagtige? Skal sådanne udgifter nærmere bestemt være fuldt ud påkrævede
- a) for at det reklameforanstaltende selskab kan identificere den pågældende forbruger som vinderen af præmien, og/eller
 - b) for at forbrugeren kan få rådighed over præmien, og/eller
 - c) for at forbrugeren kan nyde godt af den oplevelse, præmien er beskrevet som?
- 4) Skal anvendelsen af udtrykket »fejlagtigt indtryk« i punkt 31 [i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis] forstås således, at den opstiller en yderligere betingelse ud over betingelsen om, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller påtage sig udgifter for at indløse præmien, for at den nationale ret kan fastslå, at bestemmelserne i [nævnte] punkt 31 er blevet tilsidesat?
- 5) I bekræftende fald, hvorledes skal den nationale ret da afgøre, hvorvidt der er skabt et sådant »fejlagtigt indtryk«? Er den nationale ret ved afgørelsen af, om der er skabt et »fejlagtigt indtryk« nærmere bestemt forpligtet til at tage hensyn til præmiens relative værdi sammenlignet med udgiften til at indløse den? Såfremt dette besvares bekræftende, skal denne »relative værdi« da bedømmes i forhold til:
- a) det reklameforanstaltende selskabs enhedspris for at anskaffe præmien, eller
 - b) det reklameforanstaltende selskabs enhedspris for at stille præmien til rådighed for forbrugeren, eller
 - c) den værdi, som forbrugeren måtte tillægge præmien ud fra en vurdering af »markedsværdien« af en tilsvarende genstand til erhvervelse?»

Om de præjudicielle spørgsmål

- 24 Den forelæggende ret har med sine spørgsmål anmodet om en fortolkning af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, nærmere bestemt af udtrykket »fejlagtige indtryk« og af punktets andet led, for at afgøre, om denne bestemmelse forbyder, at en forbruger, der er blevet underrettet om, at han har vundet en præmie, pålægges udgifter, herunder bagatelagtige udgifter.
- 25 Hvad angår bestemmelsens ordlyd må det fastslås, at den består af to modstillede elementer, der er adskilt af ordene »selv om faktum er, at«. Første del af dette punkt 31, dvs. »[d]er skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode« beskriver tre typer fejlagtige indtryk, der kan fremkaldes i en forbrugers bevidsthed i forhold til en præmie eller et gode. Punktets anden del beskriver to forskellige typer faktiske omstændigheder. Den første er den omstændighed, at der hverken foreligger en præmie eller et tilsvarende gode, mens der ved den anden omstændighed foreligger en præmie eller et andet tilsvarende gode, men hvor forbrugeren for at opnå denne præmie skal udføre en handling, der indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.

- 26 Sætningsstrukturen i punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis viser, at de to faktiske omstændigheder, der er beskrevet i punktets anden del, giver en forklaring på punktets første del. Med andre ord skabes der et fejlagtigt indtryk, når der foreligger en af de omstændigheder, der er beskrevet i den anden del.
- 27 De erhvervsdrivende har imidlertid insisteret på, at det »fejlagtige indtryk« udgør et forhold, der er forskelligt fra de omstændigheder, der er beskrevet i punkt 31's anden del, således at der ikke foreligger urimelig handelspraksis, såfremt forbrugeren underrettes tilstrækkeligt om den udgift, der skal afholdes for at indløse hans præmie. De har gjort gældende, at udtrykket »fejlagtige indtryk« blev introduceret af Europa-Parlamentet i forbindelse med andenbehandlingen af direktivforslaget, og at denne tilføjelse fra medlovgivers side understøtter fortolkningen, hvorefter det »fejlagtige indtryk« er en afgørende omstændighed ved den urimelige handelspraksis, som er forskellig fra de omstændigheder, der er beskrevet i det pågældende punkt 31's to led.
- 28 Det fremgår imidlertid af strukturen af den sætning, der blev analyseret i denne doms præmis 26, at det »fejlagtige indtryk« ikke kan anses for en omstændighed, der er forskellig fra de omstændigheder, der er beskrevet i anden del af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis. Selv om det ikke er bestridt, at det var Parlamentet, der introducerede udtrykket »fejlagtige indtryk« i direktivets ordlyd, skal det endvidere bemærkes, at den ændring, som Parlamentet indførte, som den fremgår af indstilling ved andenbehandling af 7. februar 2005 om Rådets fælles holdning med henblik på vedtagelse af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (»direktivet om urimelig handelspraksis«) (A6-0027/2005 endelig) ikke alene omfatter tilføjelsen af dette udtryk, men ligeledes tilføjelsen af de omstændigheder, der er beskrevet i nævnte punkt 31's to led. Analysen af de ændringer, som Parlamentet indførte, understøtter således den fortolkning, der er anført i denne doms punkt 26, hvorefter de omstændigheder, der er beskrevet i disse led, forklarer udtrykket »fejlagtige indtryk«, og at dette ikke udgør en afgørende omstændighed ved den urimelige handelspraksis, som er uafhængig af de pågældende omstændigheder.
- 29 Ordet »fejlagtige« er, som Europa-Kommissionen med rette har anført, under alle omstændigheder ikke af afgørende betydning for forståelsen af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, men har alene en forstærkende funktion i den pågældende sætning. Den praksis, der er forbudt, udgøres af en handling, der skaber et af de indtryk, der er omhandlet i dette punkts første del, selv om disse indtryk, som det fremgår af punktets anden del, ikke svarer til virkeligheden.
- 30 Hvad nærmere bestemt angår andet led i punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis skal det fastslås, at den omstændighed, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter ifølge bestemmelsens ordlyd udgør en urimelig handelspraksis, når han udfører en handling for at indløse det, der præsenteres forbrugeren som en præmie eller et andet tilsvarende gode. Ordlyden indeholder ingen undtagelse, således at udtrykket »på anden måde påtage sig udgifter« ikke synes at tillade den mindste udgift for forbrugeren, hvad enten der er tale om en bagatelagtig udgift i forhold til præmiens værdi eller en udgift, som ikke giver den erhvervsdrivende nogen fordel, såsom udgiften til et frimærke.
- 31 Hvad angår ordene »den handling, som skal udføres for at indløse præmien« har disse et lidet præcist indhold og kan følgelig omfatte bl.a. enhver fremgangsmåde, hvorpå forbrugeren gør sig bekendt med præmiens art eller forsøger at komme i besiddelse heraf.
- 32 De erhvervsdrivende har fremhævet ordene »ved udførelse af en bestemt handling« og har deraf udledt, at der ikke foreligger en urimelig handelspraksis, når forbrugeren kan vælge mellem flere muligheder, hvoraf den ene indebærer beskedne udgifter eller er uden omkostninger for at kunne indløse præmien.

- 33 Det skal imidlertid bemærkes, at ordene »ved udførelse af en bestemt handling«, der figurerer i første del af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, omhandler det tilfælde, at der gives det indtryk, at der i fremtiden kan vindes en præmie, såfremt der udføres en bestemt handling, eksempelvis ved køb af varer, der udbydes i et katalog, og disse ord er således ikke relevante ved fortolkningen af punkt 31's andet led, der omhandler handlinger, som skal udføres for at indløse den præmie, der over for forbrugeren præsenteres som allerede værende vundet.
- 34 Henset til den absolutte karakter af forbuddet om at pålægge udgifter, kan den omstændighed, at der tilbydes flere forskellige muligheder, endvidere ikke medføre, at der ikke foreligger en urimelig handelspraksis, når visse af de tilbudte muligheder pålægger forbrugeren en udgift, selv om denne udgift er bagatelagtig i forhold til præmiens værdi.
- 35 Ordlydsfortolkningen af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis understøttes af analysen af den sammenhæng, hvori det indgår.
- 36 Det skal således understreges, at denne bestemmelse figurerer i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, der, som det præciseres i direktivets artikel 5, stk. 5, indeholder en liste over handelspraksis, der under alle omstændigheder skal betragtes som urimelig. Dette forhold understøtter fortolkningen, hvorefter det er uforholdsmæssigt at foretage bedømmelser for at afgøre, om der foreligger hensigt til vildledning eller en vildledende karakter, der er forskellig fra de omstændigheder, der er beskrevet i de to led i nævnte punkt 31's anden del, eller sågar om en udgift er af bagatelagtig karakter.
- 37 Endvidere figurerer dette punkt 31 under overskriften »Aggressiv handelspraksis« i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, hvilket udelukker enhver relevans af den vildledende karakter af en handelspraksis. Som det fremgår af direktivets artikel 8, er en aggressiv praksis nemlig en praksis, der som følge af dens elementer foranlediger en forbruger til eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.
- 38 Som bl.a. Det Forenede Kongeriges regering og den italienske regering har anført, udnytter den praksis, der er omhandlet i punkt 31, andet led, i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis den psykologiske effekt, som annonceringen af den vundne præmie forårsager, for at få forbrugeren til at foretage et valg, der ikke altid er rationelt, såsom at ringe til et overtakseret telefonnummer for at gøre sig bekendt med præmiens art, foretage en dyr rejse for at afhente en genstand af ringe værdi eller betale leveringsomkostningerne til en bog, som forbrugeren allerede har.
- 39 I den forbindelse er det uden betydning, at præmien er af meget stor værdi i forhold til de udgifter, der er nødvendige for at modtage præmien. De erhvervsdrivende har gentagne gange for Domstolen nævnt det tilfælde med en præmie, der vedrører en luksusbil, som forbrugeren imidlertid skal afhente i bilens fabrikationsland efter at have påtaget sig at afholde registrerings- og forsikringsomkostninger.
- 40 Det skal imidlertid bemærkes, at et sådan eksempel ikke er særligt repræsentativt for de præmier, der sædvanligvis udloddes til forbrugerne. Under alle omstændigheder – som Det Forenede Kongeriges regering har understreget – har den kundekreds, der er målgruppe for den omhandlede handelspraksis, ikke nødvendigvis økonomisk mulighed for at påtage sig sådanne omkostninger, selv ikke gennem optagelse af et lån. Den omstændighed, at erhvervsdrivende forbydes at pålægge forbrugeren nogen form for udgift, gør det ikke umuligt at afholde sådanne kampagner. Den erhvervsdrivende kan fastsætte en geografisk begrænsning for så vidt angår deltagelse i konkurrencen eller kampagnen med henblik på at begrænse de udgifter, han skal bære, og som er forbundet med forbrugers transport og de nødvendige formaliteter for forbrugers indløsning af præmien. Den erhvervsdrivende kan ligeledes tage hensyn til de kommunikations- og leveringsomkostninger, som han skal afholde ved fastlæggelsen af værdien af de præmier, der udloddes.

- 41 Hvad angår det forhold, at overskrifterne i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis ikke er gengivet i den nationale lovgivning, kan dette ikke have betydning for fortolkningen af direktivet. Det samme gælder for de divergenser mellem de nationale love, som gennemfører dette direktiv, og som de erhvervsdrivende har påberåbt sig. Det skal derimod bemærkes, at den nationale ret ved anvendelsen af national ret er forpligtet til i videst muligt omfang at fortolke denne sidstnævnte i lyset af direktivet om urimelig handelspraksis' ordlyd og formål med henblik på at nå det med direktivet tilsigtede resultat og for dermed at handle i overensstemmelse med artikel 288, stk. 3, TEUF (jf. i denne retning dom af 13.11.1990, sag C-106/89, Marleasing, Sml. I, s. 4135, præmis 8, af 5.10.2004, forenede sager C-397/01 - C-403/01, Pfeiffer m.fl., Sml. I, s. 8835, præmis 113, og af 28.7.2011, sag C-69/10, Samba Diouf, Sml. I, s. 7151, præmis 60).
- 42 Som Det Forenede Kongeriges regering med rette har gjort gældende, kan fortolkningen af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis afklares gennem en læsning af bilagets punkt 20. Denne bestemmelse bestemmer, at det udgør en vildledende praksis, såfremt et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selv om forbrugeren skal betale andet end de uundgåelige udgifter, der er forbundet med at reagere på den pågældende handelspraksis, samt afhentning eller betaling for levering af produktet. Det pågældende punkt 31 indeholder ikke en lignende formulering, hvilket understøtter en fortolkning af punktet, hvorefter forbuddet mod at pålægge forbrugeren nogen udgifter er absolut, hvad enten der er tale om udgifter til et frimærke eller til en almindelig telefonsamtale.
- 43 Formålet med direktivet om urimelig handelspraksis bekræfter denne ordlydsfortolkning af punkt 31 i bilag I til direktivet.
- 44 Direktivets artikel 1 bestemmer, at dette har til formål at bidrage til et velfungerende indre marked og opnå et højt forbrugerbeskyttelsesniveau (dom af 23.4.2009, forenede sager C-261/07 og C-299/07, VTB-VAB, Sml. I, s. 2949, præmis 51).
- 45 Som det fremgår af betragtningerne til direktivet om urimelig handelspraksis og navnlig 17. betragtning til dette, er retssikkerhed et væsentligt element til sikring af et velfungerende indre marked. Det var med henblik på at nå dette mål, at lovgiver i bilag I til direktivet samlede de former for handelspraksis, som under alle omstændigheder er urimelige, og som derfor ikke kræver en vurdering i hvert enkelt tilfælde i henhold til det pågældende direktivs artikel 5-9.
- 46 Dette mål nås ikke, såfremt punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis fortolkes således, at det omfatter et element af vildledning, der er forskellig fra de omstændigheder, der er beskrevet i bestemmelsens anden del. Beviset for, at dette forhold foreligger, forudsætter nemlig en række vanskelige vurderinger, der skal foretages i hvert enkelt tilfælde, og som optagelsen af denne praksis i bilag I netop tilsigter at undgå.
- 47 Dette mål ville heller ikke nås, såfremt de erhvervsdrivende havde mulighed for at pålægge forbrugeren »bagatelagtige udgifter« i forhold til præmiens værdi. Dette ville nemlig gøre det nødvendigt at fastlægge metoder for vurdering af såvel udgifterne som præmierne og ville ligeledes gøre det nødvendigt at foretage sådanne vurderinger.
- 48 Målsætningen om at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau understøtter ligeledes fortolkningen af punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, hvorefter der ikke kan pålægges den forbruger, der har vundet en præmie, nogen udgifter.
- 49 Som bl.a. Det Forenede Kongeriges regering har gjort gældende, og som det er anført i denne doms præmis 38, skal den praksis, der er omhandlet i punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, anses for aggressiv i henhold til dette direktiv, eftersom henvisningen til en præmie tilsigter at udnytte den psykologiske effekt, der skabes i forbrugeren bevidsthed ved udsigten til en gevinst, og at få denne til at træffe en beslutning, som ikke altid er rationel, og som han ellers ikke

ville have truffet. Det er følgelig med henblik på at beskytte forbrugeren, at der må værnes om integriteten af begrebet »præmie« ved at fortolke punkt 31 i bilag I til det pågældende direktiv således, at en præmie, for hvilken forbrugeren er forpligtet til at betale et beløb for, ikke kan kvalificeres som »præmie«.

- 50 Denne målsætning understøtter fortolkningen, hvorefter det ikke kan tillades, at de handlinger, der skal udføres for at indløse præmien, kan gennemføres efter adskillige fremgangsmåder, som tilbydes forbrugeren af den erhvervsdrivende, og hvoraf i det mindste én er gratis. Det er selve udsigten til at kunne få rådighed over præmien, som påvirker forbrugeren, og som kan foranledige forbrugeren til at træffe en beslutning, han ellers ikke ville have truffet, såsom at vælge den hurtigste fremgangsmåde for at blive bekendt med den præmie, han har vundet, selv om denne fremgangsmåde kan være den, der indebærer de største udgifter.
- 51 De erhvervsdrivende har gjort gældende, at en passende underretning af forbrugeren vedrørende præmiens art og de betingelser, hvorunder præmien kan afhentes, bør gøre det muligt at anse den fulgte praksis for ikke at være urimelig. I den forbindelse skal det, der udgør præmien, adskilles fra afhentningen heraf. Mens beskrivelsen af præmien påhviler forbrugeren, forbyder punkt 31 i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis, at handlinger, der skal udføres for at indløse præmien, indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.
- 52 For at gengive et af de eksempler, der blev nævnt under retsmødet, omfatter en præmie, der defineres som en »entrébillet« til en bestemt fodboldkamp, ikke forbrugers transport fra sin bopæl til det fodboldstadion, hvor kampen finder sted. Hvis præmien derimod består af en »ret til at overvære« denne sportsbegivenhed uden yderligere præcisering, påhviler det den erhvervsdrivende at stå for udgifterne til forbrugers transport.
- 53 En klar og passende underretning til forbrugeren er vigtig i det tilfælde, hvor den erhvervsdrivende ønsker, at forbrugeren kan identificere den præmie, der vindes, og vurdere præmiens beskaffenhed. I den forbindelse bemærkes, at det følger af 18. betragtning til direktivet om urimelig handelspraksis, at i de tilfælde, hvor en handelspraksis specifikt rettes mod en særlig gruppe af forbrugere som f.eks. børn, bør virkningen af den pågældende handelspraksis vurderes ud fra, hvordan den opleves af et gennemsnitligt medlem af denne gruppe. Ifølge betragtningen skal bl.a. de nationale domstole selv foretage en vurdering med henblik på at bestemme gennemsnitsforbrugers typiske reaktion i et givet tilfælde.
- 54 I 19. betragtning til samme direktiv fremhæves begrebet gruppe af forbrugere, som er særligt modtagelige for en handelspraksis og behovet for at beskytte forbrugere fra denne gruppe ved, at den pågældende praksis vurderes ud fra, hvordan den opleves af et gennemsnitligt medlem af denne gruppe. Artikel 5, stk. 2, litra b), i direktivet om urimelig handelspraksis definerer således den urimelige karakter af en handelspraksis i forhold til en særlig gruppe af forbrugere, som er målgruppe for denne praksis.
- 55 Som enhver anden oplysning, der gives til en forbruger af en erhvervsdrivende, skal den oplysning, der præciserer, hvad præmien er, undersøges og vurderes af de nationale domstole i lyset af 18. og 19. betragtning til direktivet om urimelig handelspraksis samt af direktivets artikel 5, stk. 2, litra b). Dette vedrører såvel adgangen til oplysninger, som hvorledes disse præsenteres, læsbarheden af teksten og klarheden og forståeligheden af denne for den kundekreds, der er målgruppen for denne praksis.
- 56 Hvad særligt angår den praksis, der er beskrevet i denne doms præmis 16, skal den kundekreds, der er målgruppen for udlodningen af en sådan præmie, være i stand til at gøre sig bekendt med navnlig datoen for krydstogtet, krydstogtets afgangs- og ankomststed samt betingelserne for kost og logi. Det er de nationale domstole, der skal efterprøve, om de leverede oplysninger er tilstrækkeligt klare og forståelige for den kundekreds, der er målgruppen for den pågældende praksis, for at gøre det muligt for gennemsnitsforbrugeren i den pågældende gruppe at træffe en informeret beslutning.

57 På baggrund af samtlige ovenstående betragtninger skal de forelagte spørgsmål besvares med at:

- Punkt 31, andet led, i bilag I til direktivet om urimelig handelspraksis skal fortolkes således, at det forbyder aggressiv praksis, hvorved erhvervsdrivende skaber det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet en præmie, selv om den handling, som skal udføres for at indløse præmien, hvad enten der er tale om en anmodning om oplysning om præmiens art eller om afhentning heraf, indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.
- Det er uden betydning, om den udgift, der pålægges forbrugeren, såsom udgiften til et frimærke, er bagatelagtig i forhold til præmiens værdi, eller at den ikke indrømmer den erhvervsdrivende nogen fordel.
- Det er ligeledes uden betydning, om handlinger, der skal udføres for at indløse præmien, kan gennemføres efter adskillige fremgangsmåder, der tilbydes forbrugeren af den erhvervsdrivende, og hvoraf i det mindste én er gratis, idet en eller flere af de tilbudte fremgangsmåder forudsætter, at forbrugeren påtager sig en udgift for at blive bekendt med præmiens art eller betingelserne for at indløse præmien.
- Det tilkommer de nationale domstole at bedømme de oplysninger, der gives forbrugerne, i lyset af 18. og 19. betragtning til direktivet om urimelig handelspraksis samt af direktivets artikel 5, stk. 2, litra b), dvs. under hensyntagen til, om disse oplysninger er klare og forståelige for den kundekreds, der er målgruppen for den fulgte praksis.

Sagens omkostninger

58 Da sagens behandling i forhold til hovedsagens parter udgør et led i den sag, der verserer for den forelæggende ret, tilkommer det denne at træffe afgørelse om sagens omkostninger. Bortset fra nævnte parters udgifter kan de udgifter, som er afholdt i forbindelse med afgivelse af indlæg for Domstolen, ikke erstattes.

På grundlag af disse præmisser kender Domstolen (Sjette Afdeling) for ret:

Punkt 31, andet led, i bilag I til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (»direktivet om urimelig handelspraksis«) skal fortolkes således, at det forbyder aggressiv praksis, hvorved erhvervsdrivende såsom de i hovedsagen omhandlede skaber det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet en præmie, selv om den handling, som skal udføres for at indløse præmien, hvad enten der er tale om en anmodning om oplysning om præmiens art eller om afhentning heraf, indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.

Det er uden betydning, om den udgift, der pålægges forbrugeren, såsom udgiften til et frimærke, er bagatelagtig i forhold til præmiens værdi, eller at den ikke indrømmer den erhvervsdrivende nogen fordel.

Det er ligeledes uden betydning, om handlinger, der skal udføres for at indløse præmien, kan gennemføres efter adskillige fremgangsmåder, der tilbydes forbrugeren af den erhvervsdrivende, og hvoraf i det mindste én er gratis, idet en eller flere af de tilbudte fremgangsmåder forudsætter, at forbrugeren påtager sig en udgift for at blive bekendt med præmiens art eller betingelserne for at indløse præmien.

Det tilkommer de nationale domstole at bedømme de oplysninger, der gives forbrugerne, i lyset af 18. og 19. betragtning til direktiv 2005/29 samt af direktivets artikel 5, stk. 2, litra b), dvs. under hensyntagen til, om disse oplysninger er klare og forståelige for den kundekreds, der er målgruppen for den fulgte praksis.

Underskrifter