



## Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (sixième chambre)

19 décembre 2013\*

«Renvoi préjudiciel — Protection des consommateurs — Pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs — Directive 2005/29/CE — Article 6, paragraphe 1 — Notion d'‘action trompeuse’ — Caractère cumulatif des conditions énumérées par la disposition en cause»

Dans l'affaire C-281/12,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l'article 267 TFUE, introduite par le Consiglio di Stato (Italie), par décision du 13 décembre 2011, parvenue à la Cour le 6 juin 2012, dans la procédure

**Trento Sviluppo srl,**

**Centrale Adriatica Soc. coop. arl**

contre

**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato,**

LA COUR (sixième chambre),

composée de M. A. Borg Barthet (rapporteur), président de chambre, M. E. Levits et M<sup>me</sup> M. Berger, juges,

avocat général: M<sup>me</sup> J. Kokott,

greffier: M<sup>me</sup> A. Impellizzeri, administrateur,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 26 septembre 2013,

considérant les observations présentées:

- pour Trento Sviluppo srl et Centrale Adriatica Soc. coop. arl, par M<sup>e</sup> M. Pacilio, avvocato,
- pour le gouvernement italien, par M<sup>me</sup> G. Palmieri, en qualité d'agent, assistée de MM. S. Varone et P. Garofoli, avvocati dello Stato,
- pour le gouvernement lituanien, par M. D. Kriauciūnas et M<sup>me</sup> V. Kazlauskaitė-Švenčionienė, en qualité d'agents,
- pour le gouvernement hongrois, par M. M. Fehér et M<sup>me</sup> K. Szíjjártó, en qualité d'agents,

\* Langue de procédure: l'italien.

— pour la Commission européenne, par M<sup>me</sup> L. Pignataro-Nolin et M. M. van Beek, en qualité d'agents,

vu la décision prise, l'avocat général entendu, de juger l'affaire sans conclusions,

rend le présent

### Arrêt

- 1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales») (JO L 149, p. 22).
- 2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant Trento Sviluppo srl (ci-après «Trento Sviluppo») et Centrale Adriatica Soc. coop. arl (ci-après «Centrale Adriatica») à l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Autorité responsable du respect de la concurrence et des règles du marché, ci-après l'«AGCM»), au sujet d'une pratique commerciale de ces deux sociétés qualifiée de «trompeuse» par l'AGCM.

### Le cadre juridique

#### *Le droit de l'Union*

- 3 Le considérant 7 de la directive 2005/29 énonce notamment que celle-ci porte sur les pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs à l'égard des produits.
- 4 Selon le considérant 11 de cette directive, celle-ci établit une interdiction générale unique des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs.
- 5 Le considérant 13 de ladite directive se lit comme suit:  
  
«[...] L'interdiction générale commune et unique établie par la présente directive couvre donc les pratiques commerciales déloyales altérant le comportement économique des consommateurs. [...] Cette interdiction générale est développée par les règles relatives aux deux types de pratiques commerciales de loin les plus nombreuses, à savoir les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques commerciales agressives.»
- 6 Aux termes du considérant 14 de la même directive:  
  
«Il est souhaitable que les pratiques commerciales trompeuses couvrent les pratiques, y compris la publicité trompeuse, qui, en induisant le consommateur en erreur, l'empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de façon efficace. [...]»
- 7 L'article 2, sous e), de la directive 2005/29 définit la notion d'«altération substantielle du comportement économique des consommateurs» comme étant l'«utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement».

8 L'article 2, sous k), de cette directive définit la notion de «décision commerciale» comme «toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d'un produit ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s'abstenir d'agir».

9 L'article 6, paragraphe 1, de ladite directive prévoit:

«Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses, et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement:

[...]

b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité [...]

[...]»

#### *Le droit italien*

10 Le décret législatif n° 206 portant le code de la consommation (decreto legislativo n. 206 – Codice del consumo), du 6 septembre 2005 (supplément ordinaire à la GURI n° 162, du 8 octobre 2005), comprend un article 21, paragraphe 1, sous b), qui y a été inséré par le décret législatif n° 146, du 2 août 2007, ayant notamment transposé la directive 2005/29 en droit interne. Cet article dispose:

«Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations qui ne correspondent pas à la réalité ou, même si les informations sont de fait correctes, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, si elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement:

[...]

b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, [...]»

#### **Le litige au principal et la question préjudicielle**

11 Trento Sviluppo gère plusieurs grands supermarchés dans la province de Trente (Italie). Ces supermarchés sont affiliés à un groupe de grande distribution, COOP Italia, dont Trento Sviluppo fait elle-même partie.

12 Centrale Adriatica fournit des services à des sociétés appartenant au groupe COOP Italia, auquel elle appartient.

13 Au mois de mars 2008, Centrale Adriatica a organisé une promotion spéciale auprès de certains points de vente de l'enseigne COOP Italia, promotion dans le cadre de laquelle certains produits étaient proposés à des prix avantageux.

- 14 La promotion a duré du 25 mars au 9 avril 2008. Le dépliant publicitaire indiquait «jusqu'à 50 % de remise et bien d'autres offres spéciales».
- 15 Parmi les produits qui étaient proposés dans ce dépliant publicitaire à un prix promotionnel figurait un ordinateur portable.
- 16 Le 10 avril 2008, un consommateur s'est plaint auprès de l'AGCM du fait que cette annonce commerciale était selon lui inexacte, car lorsqu'il s'est rendu au supermarché de Trente pendant la période de validité de la promotion, ce produit informatique n'était pas disponible.
- 17 À la suite de cette plainte, l'AGCM a ouvert une procédure à l'encontre de Trento Sviluppo et de Centrale Adriatica pour pratiques commerciales déloyales, au sens des articles 20, 21 et 23 du décret législatif n° 206, du 6 septembre 2005, portant le code de la consommation. Cette procédure a conduit à l'adoption, le 22 janvier 2009, d'une décision infligeant une sanction pécuniaire à ces deux sociétés.
- 18 Elles ont chacune introduit un recours contre cette décision devant le Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Tribunal administratif régional du Lazio), lequel a rejeté les deux recours.
- 19 Trento Sviluppo et Centrale Adriatica ont ensuite formé un pourvoi devant le Consiglio di Stato contre les décisions rendues par ce Tribunal.
- 20 La juridiction de renvoi éprouve des doutes quant à la portée de la notion de «pratique commerciale trompeuse», au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29. Elle se demande, à cet égard, si pour être réputée trompeuse, la pratique commerciale concernée doit répondre à la condition figurant à la dernière partie de la phrase introductive de cet article 6, paragraphe 1, selon laquelle cette pratique commerciale doit être en mesure d'influencer la décision commerciale du consommateur. Elle se demande si cette condition s'ajoute aux deux conditions alternatives mentionnées dans la première partie de cette phrase introductive, à savoir que les informations présentées soient fausses ou qu'elles soient susceptibles d'induire en erreur le consommateur, ou si ladite condition est constitutive d'une autre hypothèse de pratique commerciale trompeuse.
- 21 Selon la juridiction de renvoi, le problème d'interprétation de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29 trouve son origine dans les divergences entre les versions linguistiques de celui-ci. En effet, les versions en langue italienne (qui utilise l'expression «e in ogni caso») et en langue allemande (qui utilise l'expression «und [...] in jedem Fall») sembleraient se référer à une disposition générale en vertu de laquelle le seul fait qu'une pratique commerciale soit susceptible d'influencer la décision commerciale du consommateur suffirait à qualifier celle-ci de trompeuse. En revanche, les versions en langue anglaise (qui mentionne l'expression «and in either case») et en langue française («et dans un cas comme dans l'autre») conduiraient à penser qu'une pratique commerciale trompeuse ne peut exister que si sont réunies, d'une part, une des deux conditions alternatives mentionnées dans la première partie de la phrase introductive de cet article et, d'autre part, la condition selon laquelle la pratique commerciale doit être en mesure d'influencer la décision commerciale du consommateur.
- 22 Dans ces conditions, le Consiglio di Stato a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour la question préjudicielle suivante:

«L'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, s'agissant de la partie de ce paragraphe dans laquelle la version italienne de cet article utilise les termes 'e in ogni caso', doit-il être interprété en ce sens que, pour retenir l'existence d'une pratique commerciale trompeuse, il suffit que soit constaté ne serait-ce qu'un seul des éléments visés dans la première partie dudit paragraphe ou le fait que la pratique commerciale soit de nature à modifier la décision commerciale adoptée par le consommateur constitue-t-il un autre élément nécessaire pour retenir l'existence de ladite pratique commerciale trompeuse?»

## Sur la question préjudicielle

- 23 Par sa question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si une pratique commerciale doit être qualifiée de «trompeuse», au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, aux seuls motifs que cette pratique contient des informations fausses ou qu'elle est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, ou s'il est en outre nécessaire que ladite pratique soit de nature à amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 24 L'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29 prévoit qu'une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, à propos, notamment, des caractéristiques principales d'un produit, telles que sa disponibilité et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 25 Il y a lieu de constater, à cet égard, que si la version en langue italienne utilise l'expression «e in ogni caso» qui, selon la juridiction de renvoi, comprendrait des termes introduisant une sorte de «clause finale» en vertu de laquelle le seul fait, pour une pratique commerciale, d'être susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur suffirait pour qualifier une telle pratique de trompeuse, en revanche les versions en langues espagnole, anglaise et française dudit article 6, paragraphe 1, utilisent respectivement les expressions «y en calquiera de estos casos», «and in either case» ainsi que «et dans un cas comme dans l'autre». En se référant explicitement aux deux hypothèses relatives au caractère trompeur de la pratique commerciale concernée, ces trois dernières versions linguistiques indiquent que la pratique commerciale doit également amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 26 Selon une jurisprudence constante, la formulation utilisée dans l'une des versions linguistiques d'une disposition du droit de l'Union ne saurait servir de base unique à l'interprétation de cette disposition ou se voir attribuer, à cet égard, un caractère prioritaire par rapport aux autres versions linguistiques. Une telle approche serait en effet incompatible avec l'exigence d'uniformité d'application du droit de l'Union. En cas de divergence entre les diverses versions linguistiques, la disposition en cause doit ainsi être interprétée en fonction de l'économie générale et de la finalité de la réglementation dont elle constitue un élément (voir arrêts du 12 novembre 1998, *Institute of the Motor Industry*, C-149/97, Rec. p. I-7053, point 16, et du 25 mars 2010, *Helmut Müller*, C-451/08, Rec. p. I-2673, point 38).
- 27 S'agissant, en premier lieu, de l'économie générale de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, il convient de rappeler que les pratiques commerciales trompeuses, au sens de l'article 6 de la directive 2005/29, constituent une catégorie précise de pratiques commerciales déloyales interdites par l'article 5 de celle-ci (voir, en ce sens, arrêts du 23 avril 2009, *VTB-VAB* et *Galatea*, C-261/07 et C-299/07, Rec. p. I-2949, point 55, ainsi que du 19 septembre 2013, *CHS Tour Services*, C-435/11, point 37).
- 28 Conformément à l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen par rapport au produit (arrêts précités *VTB-VAB* et *Galatea*, point 54, ainsi que *CHS Tour Services*, point 36).
- 29 Aux termes de l'article 2, sous e), de la directive 2005/29, est considérée comme «altération substantielle du comportement économique des consommateurs» l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Il s'ensuit que pour qu'une pratique soit déloyale au sens de l'article 5 de la directive 2005/29, elle doit être de nature à amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

- 30 Dès lors que les pratiques commerciales trompeuses visées à l'article 6 de la directive 2005/29 constituent une catégorie spécifique des pratiques commerciales déloyales visées à l'article 5, paragraphe 2, de ladite directive, elles doivent nécessairement réunir l'ensemble des éléments constitutifs d'un tel caractère déloyal et, par conséquent, l'élément relatif à l'aptitude de la pratique à altérer substantiellement le comportement économique du consommateur, en l'amenant à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 31 S'agissant, en second lieu, de l'objectif poursuivi par l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, il y a lieu de constater que celle-ci est fondée sur l'article 169 TFUE et vise à assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs. Le considérant 7 de la directive 2005/29 indique que celle-ci porte sur les pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs à l'égard de produits. Le considérant 11 de cette directive mentionne qu'elle établit une interdiction générale unique des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs. Il ressort du considérant 13 de ladite directive que ce sont les deux types de pratiques commerciales de loin les plus nombreuses, à savoir les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques commerciales agressives, qui ont justifié l'adoption de règles spécifiques en vue de lutter contre celles-ci. Selon le considérant 14 de la même directive, celle-ci tend à ce que la notion de «pratiques commerciales trompeuses» couvre les pratiques qui, en induisant le consommateur en erreur, l'empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de façon efficace.
- 32 Il en résulte que la directive 2005/29, en vue d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, établit une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique de ceux-ci.
- 33 Il s'ensuit que pour qu'une pratique commerciale soit qualifiée de «trompeuse», au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, elle doit notamment être de nature à amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 34 Cette interprétation est par ailleurs confirmée par la jurisprudence de la Cour. En effet, il ressort du point 47 de l'arrêt du 15 mars 2012, *Pereničová et Perenič* (C-453/10), et du point 42 de l'arrêt *CHS Tour Services*, précité, qu'une pratique commerciale est considérée comme trompeuse, au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, pour autant que l'information soit trompeuse et qu'elle soit susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise en l'absence d'une telle pratique.
- 35 En outre, afin de donner au juge de renvoi tous les éléments nécessaires lui permettant de résoudre le litige pendant devant lui, il y a lieu de déterminer la portée de la notion de «décision commerciale», au sens de l'article 2, sous k), de la directive 2005/29. En effet, dans la mesure où dans l'affaire au principal, la pratique commerciale concerne des informations relatives à la disponibilité d'un produit à un prix avantageux pendant une certaine période, il importe de déterminer si des actes préparatoires à l'éventuel achat d'un produit, tel que le déplacement du consommateur jusqu'au magasin ou le fait d'entrer dans celui-ci, peuvent être considérés comme constituant des décisions commerciales, au sens de ladite directive.
- 36 Il ressort du libellé même de l'article 2, sous k), de la directive 2005/29 que la notion de «décision commerciale» est définie de manière large. En effet, aux termes de cette disposition, est une décision commerciale «toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter». Cette notion inclut donc non seulement la décision d'acquiescer ou non un produit, mais également celle qui présente un lien direct avec celle-ci, notamment celle d'entrer dans le magasin.

- 37 L'article 3, paragraphe 1, de cette directive plaide également en faveur d'une telle interprétation dès lors que, conformément à cette disposition, ladite directive s'applique aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après une transaction commerciale portant sur un produit.
- 38 Il convient dès lors de répondre à la question posée qu'une pratique commerciale doit être qualifiée de «trompeuse», au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, lorsque cette pratique, d'une part, contient des informations fausses ou qu'elle est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen et, d'autre part, elle est de nature à amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. L'article 2, sous k), de cette directive doit être interprété en ce sens que relève de la notion de «décision commerciale» toute décision qui est en lien direct avec celle d'acquérir ou non un produit.

### Sur les dépens

- 39 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (sixième chambre) dit pour droit:

**Une pratique commerciale doit être qualifiée de «trompeuse», au sens de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales»), lorsque cette pratique, d'une part, contient des informations fausses ou qu'elle est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen et, d'autre part, elle est de nature à amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. L'article 2, sous k), de cette directive doit être interprété en ce sens que relève de la notion de «décision commerciale» toute décision qui est en lien direct avec celle d'acquérir ou non un produit.**

Signatures