



Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a doua)

3 aprilie 2014 *

„Directiva 2005/29/CE — Practici comerciale neloiale — Sistem de promovare piramidală — Pertinența cotizației eventuale a consumatorilor, plătită în scopul de a primi o contraprestație — Interpretarea noțiunii «cotizație»”

În cauza C-515/12,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Curtea Administrativă Supremă din Lituania) prin decizia din 29 octombrie 2012, primită de Curte la 14 noiembrie 2012, în procedura

„4finance” UAB

împotriva

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba,

Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos,

CURTEA (Camera a doua),

compusă din doamna R. Silva de Lapuerta, președinte de cameră, domnii J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot (raportor) și A. Arabadjiev, judecători,

avocat general: doamna E. Sharpston,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru „4finance” UAB, de G. Velička, director general;
- pentru guvernul lituanian, de R. Janeckaitė, în calitate de agent;
- pentru guvernul ceh, de M. Smolek și de S. Šindelková, în calitate de agenți;
- pentru guvernul italian, de G. Palmieri, în calitate de agent, asistată de P. Gentili, avvocato dello Stato;
- pentru guvernul polonez, de B. Majczyna și de M. Szpunar, în calitate de agenți;

* Limba de procedură: lituaniana.

— pentru Comisia Europeană, de A. Steiblytė și de M. van Beek, în calitate de agenți,
după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 19 decembrie 2013,
pronunță prezenta

Hotărâre

- 1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea punctului 14 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”) (JO L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260, rectificare în JO 2013, L 129, p. 40).
- 2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între „4finance” UAB (denumită în continuare „4finance”), pe de o parte, și Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (Oficiul național pentru protecția drepturilor consumatorilor) și Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos (Inspekția națională pentru impozite de pe lângă Ministerul Finanțelor), pe de altă parte, cu privire la o amendă care a fost aplicată acestei societăți pentru încălcarea legii lituaniene care interzice practicile comerciale neloiale față de consumatori.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

- 3 Considerentele (8), (9), (11) și (17) ale Directivei 2005/29 au următorul cuprins:
 - „(8) Prezenta directivă protejează în mod direct interesele economice ale consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori [...]
 - (9) Prezenta directivă nu aduce atingere acțiunilor individuale ale celor care au fost afectați de o practică comercială neloială. [...] Serviciile financiare și bunurile imobile, date fiind complexitatea și riscurile serioase care le caracterizează, trebuie să facă obiectul unor cerințe detaliate, inclusiv al unor obligații pozitive pe care comercianții trebuie să le respecte. Din acest motiv, în domeniul serviciilor financiare și al bunurilor imobile, prezenta directivă nu aduce atingere dreptului statelor membre de a continua eforturile peste nivelul dispozițiilor prezentei directive în scopul de a proteja interesele economice ale consumatorilor. [...]
 - [...]
 - (11) Nivelul crescut al convergenței realizate prin apropierea dispozițiilor de drept intern în baza prezentei directive creează un nivel comun ridicat de protecție a consumatorilor. Prezenta directivă stabilește o interdicție generală unică a practicilor comerciale neloiale care denaturează comportamentul economic al consumatorilor. De asemenea, directiva stabilește norme privind practicile comerciale agresive, care nu sunt reglementate în prezent la nivel comunitar.

[...]

(17) Este recomandabil ca practicile comerciale neloiale în toate situațiile să fie identificate pentru a asigura o securitate juridică mai mare. În consecință, 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 dispozițiile articolelor 5-9. Lista poate fi modificată numai prin revizuirea directivei.”

4 Articolul 1 din Directiva 2005/29 prevede:

„Obiectivul prezentei directive este de a contribui la buna funcționare a pieței interne și de a realiza un nivel ridicat de protecție a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale care aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor.”

5 Articolul 2 litera (d) din directiva menționată prevede:

„În sensul prezentei directive:

[...]

(d) «practici ale întreprinderilor față de consumatori» (denumite în continuare „practici comerciale”) înseamnă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori;

[...]”

6 Articolul 3 alineatul (1) din aceeași directivă are următorul cuprins:

„Prezenta directivă se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs.”

7 Articolul 5 din Directiva 2005/29 este formulat în termenii următori:

„(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.”

- 8 Anexa I la Directiva 2005/29, intitulată „Practici comerciale considerate neloiale în orice situație”, prevede la punctul 14:

„A crea, a exploata sau a promova un sistem de promovare piramidală în cadrul căruia un consumator plătește o cotizație în schimbul posibilității de a primi o parte din sumele provenite în special din cotizațiile pe care le vor plăti noii membri și nu din vânzarea sau consumul produselor.”

Dreptul lituanian

- 9 Articolul 7 punctul 22 din Legea privind practicile comerciale neloiale, în versiunea aplicabilă faptelor în discuție în litigiul principal, prevede:

„Se prezumă că o practică comercială este înșelătoare atunci când ia forma creării unui sistem piramidal de distribuire a bunurilor care oferă consumatorilor posibilitatea de a primi o contraprestație în special pentru determinarea altor consumatori să intre în sistem, iar nu din vânzarea sau consumul produselor, precum și forma exploatării sau a promovării acestui sistem.”

Litigiul principal și întrebările preliminare

- 10 Reclamanta din litigiul principal, 4finance, este o societate care acordă prin corespondență credite de valoare redusă într-un termen scurt. Aceasta a fost obligată, prin decizia din 28 iulie 2011, emisă de Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, la plata unei amenzi în cuantum de 8 000 de litas lituanieni (LTL) pentru încălcarea articolului 7 punctul 22 din Legea privind practicile comerciale neloiale. Din această decizie rezultă că 4finance a efectuat, între 26 octombrie 2010 și 15 februarie 2011, o campanie publicitară prin care ar fi pus în aplicare „un sistem piramidal de distribuire a bunurilor care oferă consumatorilor posibilitatea de a primi o contraprestație în special pentru determinarea altor consumatori să intre în sistem, iar nu pentru vânzarea sau consumul produselor”.
- 11 Decizia menționată a fost confirmată printr-o hotărâre din 25 octombrie 2011 pronunțată de Vilniaus apygardos administracinis teismas (Tribunalul administrativ regional din Vilnius), iar ulterior 4finance a introdus apel împotriva acestei hotărâri la Lietuvos vyriausioji administracinis teismas (Curtea Administrativă Supremă din Lituania).
- 12 În ceea ce privește faptele imputate societății 4finance, instanța de trimitere arată că aceasta oferea tuturor clienților noi o primă de 20 LTL pentru înregistrarea fiecărui alt client recrutat prin intermediul său. Pentru a deveni client al 4finance, cu ocazia înregistrării pe site-ul internet al acesteia din urmă, noul client trebuia să achite cheltuieli de înregistrare în cuantum de 0,01 LTL.
- 13 În acest context, instanța de trimitere își pune problema, în primul rând, a interpretării punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29, precum și a conformității cu această dispoziție a articolului 7 punctul 22 din Legea privind practicile comerciale neloiale. Instanța arată în această privință că dispoziția menționată din dreptul lituanian, deși este fidelă versiunilor germană și lituaniană ale directivei, nu corespunde altor versiuni lingvistice ale acesteia, precum versiunile în limbile spaniolă, franceză și polonă. Astfel, acestea din urmă conțin, la punctul 14, formularea potrivit căreia „consumator[ul] plătește o cotizație în schimbul posibilității de a primi o parte din sumele provenite în special din cotizațiile pe care le vor plăti noii membri”. Or, versiunile în limbile germană și lituaniană ale aceleiași dispoziții nu prevăd acest criteriu al plății unei cotizații de către consumator.

- 14 În al doilea rând, în cazul în care Curtea ar aprecia că cotizația plătită de un consumator constituie un element indispensabil pentru ca un sistem de promovare să poată fi considerat ca un sistem de promovare piramidală în sensul Directivei 2005/29, instanța de trimitere solicită Curții să se pronunțe cu privire la interpretarea noțiunii „cotizație”. Aceasta consideră că trebuie să se stabilească, pe de o parte, dacă orice sumă plătită, oricât de mică ar fi, poate fi considerată cotizație și, pe de altă parte, dacă plata unei sume simbolice, precum cea în discuție în litigiul principal, este suficientă pentru ca sistemul să poată fi interzis. În această privință, instanța menționată arată că suma de 0,01 LTL plătită în conturile 4finance de un nou client ar constitui cel mai mic quantum transferabil din punct de vedere tehnic, că viramentul nu ar fi destinat decât identificării exacte a acestui client pentru a permite încheierea unui contract de credit și că contribuțiile plătite astfel nu au finanțat decât într-o măsură foarte mică primele plătite prin intermediul mecanismului de promovare.
- 15 În lumina acestor considerații, Lietuvos vyriausiosios administracinis teismas a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:
- „1) Punctul 14 din anexa I la Directiva 2005/29 [...] trebuie interpretat în sensul că faptul de a crea, de a exploata sau de a promova un sistem de promovare piramidală este considerat practică comercială înșelătoare în orice situație numai atunci când consumatorul este obligat să plătească o cotizație pentru a primi o parte din sumele provenite în special ca urmare a determinării altor consumatori să intre în sistem, iar nu din vânzarea sau consumul produselor?
- 2) Dacă este necesar ca consumatorul să plătească o cotizație în schimbul dreptului de a primi o parte din sumele menționate, quantumul cotizației plătite de consumator în schimbul posibilității de a primi o parte din sumele provenite în special ca urmare a determinării altor consumatori să intre în sistem, iar nu din vânzarea sau consumul produselor, are un impact asupra calificării sistemului de promovare piramidală drept practică comercială înșelătoare în sensul punctului 14 din anexa I la Directiva [2005/29]? Cotizațiile plătite de consumatori care au un quantum pur simbolic și care sunt plătite pentru a permite identificarea consumatorilor pot fi considerate drept o cotizație în schimbul posibilității de a primi o parte din sumele menționate în sensul punctului 14 din anexa I la directivă?
- 3) Punctul 14 din anexa I la Directiva [2005/29] trebuie interpretat în sensul că, pentru ca un sistem de promovare piramidală să fie considerat practică comercială înșelătoare, este important numai ca partea din sumele primite să fie plătită consumatorului deja înregistrat în special pentru faptul că a determinat intrarea altor consumatori în sistem, iar nu ca urmare a vânzării sau consumului produselor, sau este important și în ce măsură partea din sumele plătite participanților la acest sistem pentru determinarea intrării unor noi consumatori este finanțată din contribuțiile noilor membri? În speță, contraprestația plătită participanților la sistemul de promovare piramidală deja înregistrați trebuie să fie, în întregime sau în cea mai mare parte, finanțată din contribuțiile membrilor nou intrați în acest sistem?”

Cu privire la întrebările preliminare

- 16 Prin intermediul întrebărilor formulate, care trebuie analizate împreună, instanța de trimitere solicită Curții să se pronunțe cu privire la condițiile în care un sistem de promovare comercială poate fi considerat un „sistem de promovare piramidală” în sensul punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29 și, în consecință, poate fi interzis în orice împrejurare.
- 17 Din cererea de decizie preliminară rezultă că articolul 7 punctul 22 din Legea privind practicile comerciale neloiale constituie o transpunere fidelă a versiunilor în limbile germană și lituaniană ale punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29. Cu toate acestea, potrivit instanței de trimitere, această din urmă dispoziție enunță, în mai multe dintre celelalte versiuni lingvistice ale sale, o condiție suplimentară pentru ca un sistem de promovare piramidală să fie interzis, potrivit căreia

- „consumatorul plătește o cotizație” pentru a putea beneficia de sistem. Această instanță solicită Curții să stabilească dacă punctul 14 impune obligația consumatorului de a plăti o astfel de cotizație. În cazul unui răspuns afirmativ, aceasta urmărește să afle dacă orice sumă, indiferent de cuantumul acesteia, trebuie să fie calificată drept cotizație în sensul punctului 14 menționat.
- 18 În sfârșit, instanța de trimitere solicită Curții să stabilească dacă calificarea drept sistem de promovare piramidală necesită să se stabilească că contraprestația pe care o primește un consumator este finanțată, în parte sau în majoritate, de cotizațiile plătite ulterior de alți consumatori.
- 19 Trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante a Curții, necesitatea unei aplicări și a unei interpretări uniforme a unui act din dreptul Uniunii exclude posibilitatea ca acesta să fie privit în mod izolat în una dintre versiunile sale lingvistice, impunând ca el să fie interpretat atât în funcție de voința reală a autorului, cât și în funcție de scopul urmărit de acesta din urmă, în special în lumina versiunilor întocmite în toate limbile (a se vedea Hotărârea Internetportal und Marketing, C-569/08, EU:C:2010:311, punctul 35 și jurisprudența citată).
- 20 În această privință, este necesar să se arate că interzicerea sistemelor de promovare piramidală se bazează, în toate versiunile lingvistice ale punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29, pe trei condiții comune. Mai întâi, o astfel de promovare este întemeiată pe promisiunea că consumatorul va avea posibilitatea să realizeze un beneficiu economic. La rândul său, realizarea acestei promisiuni depinde de intrarea altor consumatori în sistem. În sfârșit, majoritatea veniturilor care permit finanțarea contraprestației promise consumatorilor nu rezultă dintr-o activitate economică reală.
- 21 Astfel, este cert că, în lipsa unei activități economice reale, care permite generarea unor venituri suficiente pentru finanțarea contraprestației promise consumatorilor, un asemenea sistem de promovare se bazează în mod necesar pe contribuția economică a participanților săi, întrucât posibilitatea unui aderent la acest sistem de a obține o contraprestație depinde în mod esențial de cheltuielile achitate de aderenți suplimentari.
- 22 Un astfel de sistem nu poate fi decât „piramidal”, în sensul că permanentizarea sa necesită adeziunea unui număr tot mai mare de noi participanți pentru a finanța contraprestațiile plătite membrilor existenți. Acesta implică de asemenea că aderenții cei mai recentți au mai puține șanse să primească o contraprestație pentru cotizația lor. Acest sistem încetează să fie viabil când creșterea numărului de aderenți, care, în teorie, ar trebui să tindă spre infinit pentru ca sistemul să dureze, nu mai este suficientă pentru a finanța contraprestațiile promise tuturor participanților.
- 23 Rezultă din ceea ce precedă că calificarea drept „sistem de promovare piramidală”, în sensul punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29 impune, în primul rând, ca aderenții la un astfel de sistem să plătească o contribuție financiară.
- 24 Această interpretare este confirmată de finalitatea Directivei 2005/29, care, în conformitate cu considerentul (8), „protejează în mod direct interesele economice ale consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumator” și care, potrivit articolului 1, asigură „un nivel ridicat de protecție a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale care aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor” (Hotărârea Köck, C-206/11, EU:C:2013:14, punctul 29 și jurisprudența citată). Astfel cum a arătat avocatul general la punctul 32 din concluzii, fără o cotizație financiară a consumatorului, ar fi dificil să se identifice comportamentul economic care necesită protejarea acestuia din urmă în temeiul directivei menționate.
- 25 În plus, modul de redactare a majorității versiunilor lingvistice ale punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29 confirmă că participarea consumatorului este un element constitutiv al unui sistem de promovare piramidală în sensul acestei dispoziții.

- 26 În ceea ce privește aspectul dacă orice sumă plătită de un aderent la un sistem de promovare trebuie să fie considerată, indiferent de quantumul acesteia, o cotizație în sensul punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29, este necesar să se arate că această dispoziție nu prevede niciun quantum minim în versiunile lingvistice care menționează existența unei cotizații financiare a consumatorului (a se vedea prin analogie Hotărârea Purely Creative și alții, C-428/11, EU:C:2012:651, punctul 30). În plus, obiectivul de a asigura o mai mare securitate juridică în identificarea practicilor comerciale neloiale, menționat în considerentul (17) al aceleiași directive, nu ar fi asigurat dacă statele membre ar putea decide care sunt quantumurile care pot fi considerate drept cotizație financiară. Prin urmare, noțiunea de cotizație a consumatorului include orice contribuție financiară din partea sa, indiferent de quantumul acesteia.
- 27 În al doilea rând, rezultă în mod necesar din cuprinsul punctelor 20-22 din prezenta hotărâre că calificarea drept „sistem de promovare piramidală” în sensul punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29 necesită existența unei legături între cotizațiile plătite de noi aderenți și contraprestațiile primite de aderenții existenți.
- 28 Această interpretare este confirmată de modul de redactare a majorității versiunilor lingvistice ale punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29, din care rezultă că finanțarea contraprestației pe care o poate percepe un consumator depinde „în special” sau „în principal” de cotizațiile plătite ulterior de noi participanți la sistem.
- 29 Contrar celor susținute de guvernul lituanian, o astfel de interpretare a punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29 nu compromite nicidecum obiectivul de a asigura un nivel ridicat de protecție a consumatorilor.
- 30 În această privință, este necesar să se arate că practicile interzise în temeiul articolului 5 din directiva menționată sunt împărțite în două categorii.
- 31 Pe de o parte, anexa I la Directiva 2005/29 cuprinde practicile comerciale care sunt, în orice împrejurări, neloiale și care, prin urmare, nu necesită o evaluare de la caz la caz în conformitate cu dispozițiile articolelor 5-9 din această directivă. Pe de altă parte, practicile care nu figurează în anexa menționată pot fi declarate neloiale în urma unei analize de la caz la caz a caracteristicilor acestora din perspectiva criteriilor prevăzute la articolele 5-9 (Hotărârile Purely Creative și alții, EU:C:2012:651, punctul 45, precum și Köck, EU:C:2013:14, punctul 35).
- 32 Rezultă că doar practicile comerciale cele mai prejudiciabile pentru consumatori fac obiectul unei interdicții absolute, dar că o practică exclusă din domeniul de aplicare al anexei I la Directiva 2005/29 poate totuși să fie interzisă în cazul în care o evaluare specifică și concretă permite să se concluzioneze în sensul caracterului său neloial potrivit articolelor 5-9 din aceeași directivă.
- 33 În speță, din cererea de decizie preliminară rezultă că, în cadrul sistemului de promovare înființat de 4finance, primele plătite aderenților existenți nu au fost finanțate decât într-o foarte mică măsură de cotizațiile financiare solicitate noilor aderenți. Într-un astfel de sistem, se pare, așadar, că a doua condiție enunțată la punctul 27 din prezenta hotărâre nu este îndeplinită. Dacă acesta este cazul, aspect a cărui verificare revine instanței de trimitere, sistemul menționat nu ar putea, prin urmare, să facă obiectul unei interdicții în temeiul punctului 14 din anexa I la Directiva 2005/29.
- 34 Având în vedere toate considerațiile precedente, trebuie să se răspundă la întrebările adresate că punctul 14 din anexa I la Directiva 2005/29 trebuie interpretat în sensul că un sistem de promovare piramidală nu constituie o practică comercială neloială în orice împrejurări decât atunci când un astfel de sistem impune consumatorului o cotizație financiară, indiferent de quantumul său, în schimbul posibilității acestuia din urmă de a primi o parte din sumele provenite în special din cotizațiile pe care le vor plăti noii membri, iar nu din vânzarea sau consumul produselor.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 35 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, 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 doua) declară:

Punctul 14 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 în sensul că un sistem de promovare piramidală nu constituie o practică comercială neloială în orice împrejurări decât atunci când un astfel de sistem impune consumatorului o cotizație financiară, indiferent de cuantumul său, în schimbul posibilității acestuia din urmă de a primi o parte din sumele provenite în special din cotizațiile pe care le vor plăti noii membri, iar nu din vânzarea sau consumul produselor.

Semnături