



## Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a cincea)

12 iunie 2019\*

„Trimitere preliminară – Protecția consumatorilor – Directiva 2005/29/CE – Practici comerciale nelioiale ale întreprinderilor față de consumatori – Noțiunea de «practică comercială agresivă» – Obligația consumatorului de a lua o decizie comercială finală în prezența curierului care îi remite condițiile generale ale contractului”

În cauza C-628/17,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Sąd Najwyższy (Curtea Supremă, Polonia), prin decizia din 14 septembrie 2017, primită de Curte la 8 noiembrie 2017, în procedura

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

împotriva

**Orange Polska S.A.,**

CURTEA (Camera a cincea),

compusă din domnul E. Regan, președinte de cameră, și domnii C. Lycourgos, E. Juhász (raportor), M. Ilešić și I. Jarukaitis, judecători,

avocat general: domnul M. Campos Sánchez-Bordona,

grefier: domnul K. Malacek, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 28 noiembrie 2018,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru Orange Polska S.A., de K. Szczepanowska-Kozłowska, radca prawny, și de M. Gajdus, avocat;
- pentru guvernul polonez, de B. Majczyna, de S. Żyrek și de E. Borawska-Kędzierska, în calitate de agenți;
- pentru Comisia Europeană, de N. Ruiz García și de A. Szymkowska, în calitate de agenți,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 30 ianuarie 2019,

pronunță prezenta

\* Limba de procedură: polona.

## Hotărâre

- 1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 2 litera (j), precum și a articolelor 8 și 9 din 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 (JO 2005, 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 Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (președintele Oficiului pentru Protecția Concurenței și a Consumatorilor, Polonia), pe de o parte, și Orange Polska S.A., pe de altă parte, cu privire la calificarea unei practici comerciale drept „practică comercială agresivă”.

### Cadrul juridic

#### *Dreptul Uniunii*

- 3 Considerentele (7), (16) și (17) ale Directivei 2005/29 sunt redactate după cum urmează:

„(7) [...] Ar trebui să se țină seama de contextul cazului individual în cauză atunci când se aplică prezenta directivă, în special clauzele generale.

[...]

(16) Dispozițiile privind practicile comerciale agresive ar trebui să reglementeze practicile care afectează semnificativ libertatea de a alege a consumatorilor. Acestea sunt practicile care folosesc hărțuirea, constrângerea, inclusiv prin forță fizică, sau influența nejustificată.

(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 Potrivit articolului 2 din această directivă, intitulat „Definiții”:

„În sensul prezentei directive:

[...]

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

[...]

(j) «influență nejustificată» înseamnă exploatarea unei poziții de putere în raport cu consumatorul pentru a aplica o presiune asupra acestuia, chiar și fără a recurge la forța fizică sau a amenința cu aceasta, într-o manieră care reduce semnificativ abilitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză;

(k) «decizie comercială» înseamnă orice decizie luată de un consumator cu privire la oportunitatea, modalitățile și condițiile cu privire la cumpărarea unui produs, efectuarea unei plăți integrale sau parțiale pentru un produs, păstrarea sau renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul; o astfel de decizie determină consumatorul să acționeze sau nu;

[...]”

5 Articolul 5 din directiva menționată, intitulat „Interzicerea practicilor comerciale neloiale”, care figurează în capitolul 2 din aceasta, intitulat „Practici comerciale neloiale”, prevede:

„(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.

(3) Practicile comerciale care pot denatura semnificativ comportamentul economic al unui grup de consumatori identificabil în mod clar deoarece aceștia sunt deosebit de vulnerabili la practica utilizată sau la produsul aferent datorită unei infirmități mintale sau fizice, vârstei sau credulității, într-o situație pe care comerciantul o poate anticipa cu ușurință, se evaluează din perspectiva membrului mediu al grupului. Această dispoziție nu aduce atingere practicii publicitare curente și legitime care constă din formularea unor afirmații exagerate sau care nu trebuie înțelese în sens literal.

(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.”

6 În același capitol 2 din Directiva 2005/29, secțiunea 2, intitulată „Practici comerciale agresive”, conține articolele 8 și 9 din această directivă.

7 Articolul 8 din directiva menționată, intitulat „Practici comerciale agresive”, prevede:

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

- 8 Articolul 9 din aceeași directivă, intitulat „Folosirea hărțuirii, constrângerii sau a influenței nejustificate”, are următorul conținut:

„Atunci când se determină dacă o practică comercială folosește hărțuirea, constrângerea, inclusiv forța fizică sau influența nejustificată, se ține seama de:

- (a) momentul, locul, natura și persistența ei;
  - (b) folosirea de limbaj și comportament amenințător sau nejustificat;
  - (c) exploatarea de către comerciant, în cunoștință de cauză, a oricărui eveniment nefast sau a oricărei situații deosebit de grave care afectează modul de a judeca al consumatorilor, pentru a influența decizia consumatorului cu privire la produs;
  - (d) orice bariere necontractuale, oneroase sau disproporționate, impuse de comerciant în cazul în care un consumator dorește să-și exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia un contract sau de a se îndrepta spre un alt produs sau comerciant;
  - (e) orice amenințare de intentare a unei acțiuni care nu este posibilă din punct de vedere legal.”
- 9 Anexa I la Directiva 2005/29, intitulată „Practici comerciale considerate neloiale în orice situație”, enumeră și definește, la punctele 24-31, „[p]ractici[le] comerciale agresive”.

### ***Dreptul polonez***

- 10 Potrivit articolului 8 alineatele 1 și 2 din ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Legea privind combaterea practicilor comerciale neloiale) din 23 august 2007 (Dz. U. nr. 171, poziția 1206), în versiunea aplicabilă faptelor din litigiul principal:

„1. O practică comercială se consideră agresivă în cazul în care, din cauza unei influențe inacceptabile, ea denaturează sau poate denatura în mod semnificativ libertatea de alegere a consumatorului mediu sau comportamentul acestuia în raport cu produsul și, așadar, îl determină sau îl poate determina să ia o decizie referitoare la contract pe care altfel nu ar fi luat-o.

2. Se consideră influență inacceptabilă orice tip de utilizare a unei poziții de forță față de consumator, inclusiv utilizarea sau amenințarea cu utilizarea constrângerilor fizice sau psihice, astfel încât să modifice considerabil capacitatea consumatorului mediu de a lua o decizie contractuală în cunoștință de cauză.”

### **Litigiul principal și întrebarea preliminară**

- 11 Întreprinderea a cărei succesoare în drepturi este Orange Polska încheia cu consumatorii contracte de furnizare de servicii de telecomunicații și efectua prin acte adiționale modificări ale condițiilor contractuale, prin vânzare la distanță prin intermediul magazinului său online sau prin televânzare.
- 12 Procesul de încheiere sau de modificare a contractului prin intermediul magazinului online cuprindea următoarele etape:
- consultarea site-ului internet și luarea la cunoștință a ofertei comerciantului de către consumator, care poate accesa printr-un link modelele de contracte propuse;
  - alegerea unui produs sau a unui contract de către consumator;

- efectuarea comenzii de către consumator, fără a declara că a luat la cunoștință modelul de contract ales;
  - confirmarea comenzii de către consumator;
  - executarea comenzii prin recurgerea la serviciile unei întreprinderi de livrare, al cărei curier îi remite consumatorului proiectul de contract sau de act adițional, precum și documentele care fac parte din acesta, și anume anexele, regulamentele și listele tarifare, semnate în prealabil de comerciant;
  - încheierea contractului sau a actului adițional și livrarea eventuală a produselor, la momentul semnării contractului sau a actului adițional, în prezența curierului, consumatorul declarând că a luat la cunoștință documentele remise și că acceptă conținutul acestora, cu precizarea că, în cazul lipsei semnăturii, consumatorul trebuie să se deplaseze la magazin sau să efectueze o nouă comandă online sau prin telefon și
  - activarea contractului.
- 13 Procesul de încheiere sau de modificare a unui contract prin televânzare se desfășura în mod similar, acest proces cuprinzând o comunicare telefonică între consumator și operatorul comerciantului.
- 14 Prin decizia din 30 decembrie 2010, președintele Oficiului pentru Protecția Concurenței și a Consumatorilor a considerat că practica în cauză constituia o practică comercială neloială care aducea atingere intereselor colective ale consumatorilor, în sensul Legii privind combaterea practicilor comerciale neloiale, în versiunea aplicabilă faptelor din litigiul principal, și a dispus încetarea acestei practici. Potrivit acestei decizii, practica menționată obliga consumatorii să ia o decizie privind contractul și modelele de contracte în prezența curierului, fără a le permite să ia cunoștință în mod liber de conținutul acestora.
- 15 Prin hotărârea din 27 octombrie 2014, Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Tribunalul Regional din Varșovia – Tribunalul pentru Protecția Concurenței și a Consumatorilor, Polonia) a anulat decizia respectivă.
- 16 Președintele Oficiului pentru Protecția Concurenței și a Consumatorilor a formulat apel împotriva acestei hotărâri, care a fost respins prin hotărârea din 4 martie 2017 a Sąd Apelacyjny w Warszawie (Curtea de Apel din Varșovia, Polonia).
- 17 Președintele Oficiului pentru Protecția Concurenței și a Consumatorilor a formulat recurs împotriva acestei hotărâri în fața Sąd Najwyższy (Curtea Supremă, Polonia).
- 18 Apreciind că soluționarea litigiului cu care este sesizată necesită interpretarea dispozițiilor Directivei 2005/29, Sąd Najwyższy (Curtea Supremă) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarea întrebare preliminară:
- „Articolul 8 [din Directiva 2005/29] coroborat cu articolul 9 și cu articolul 2 litera (j) din [aceasta] trebuie interpretat în sensul că folosirea de către un comerciant a unui mod de încheiere la distanță a contractelor de furnizare a unor servicii de telecomunicații prin care un consumator este obligat să ia decizia comercială finală în prezența curierului care îi remite modelul de contract trebuie să fie considerată practică comercială agresivă prin influență nejustificată:
- a) întotdeauna, în cazul în care, în cursul vizitei curierului, consumatorul nu poate să ia cunoștință de conținutul modelelor de contracte care îi sunt remise;

- b) numai în cazul în care consumatorul nu a primit în prealabil și în mod individual (de exemplu, la adresa sa de e-mail, la adresa de domiciliu) un pachet complet care conține condițiile generale ale contractului, chiar dacă a avut posibilitatea, înainte de vizita curierului, să ia cunoștință de conținutul acestora pe pagina de internet a comerciantului;
- c) numai în cazul în care unele constatări suplimentare indică faptul că acest comerciant sau o persoană care acționează în numele său a săvârșit acțiuni neloiale în scopul afectării libertății de alegere a consumatorului în ceea ce privește decizia sa comercială cu privire la un contract?”

### **Cu privire la întrebarea preliminară**

- 19 Prin intermediul întrebării formulate, instanța de trimitere solicită în esență să se stabilească dacă articolul 2 litera (j) și articolele 8 și 9 din Directiva 2005/29 trebuie interpretate în sensul că folosirea de către un comerciant a unui mod de încheiere sau de modificare a contractelor de furnizare de servicii de telecomunicații precum cel în discuție în litigiul principal, în cadrul căruia consumatorul trebuie să ia decizia comercială finală în prezența unui curier, care îi remite modelul de contract, fără a putea lua cunoștință în mod liber de conținutul său pe durata prezenței acestui curier,
  - constituie o practică comercială agresivă în orice situație;
  - constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate, în lipsa trimiterii consumatorului în mod anticipat și individual, în special prin e-mail sau la adresa de domiciliu, a tuturor modelelor de contracte, chiar dacă acest consumator a avut posibilitatea ca înainte de vizita curierului să ia cunoștință de conținutul lor, și/sau
  - constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate atunci când comerciantul sau curierul acestuia adoptă comportamente neloiale care limitează alegerea consumatorului.
- 20 În ceea ce privește, în primul rând, aspectul dacă modul de încheiere a contractelor în discuție în litigiul principal constituie o practică comercială agresivă în orice situație, trebuie amintit că capitolul 2 din Directiva 2005/29, intitulat „Practici comerciale neloiale”, cuprinde două secțiuni, și anume secțiunea 1, privind practicile comerciale înșelătoare, și secțiunea 2, privind practicile comerciale agresive.
- 21 Articolul 5 din această directivă, care figurează în capitolul 2 din aceasta, interzice la alineatul (1) practicile comerciale neloiale și stabilește, la alineatul (2), criteriile care permit să se stabilească dacă o practică comercială are caracter neloial.
- 22 Acest articol 5 precizează, la alineatul (4), că sunt neloiale în special practicile comerciale care sunt „înșelătoare”, în sensul articolelor 6 și 7 din Directiva 2005/29, și cele care sunt „agresive”, în sensul articolelor 8 și 9 din această directivă.
- 23 Alineatul (5) al articolului 5 menționat prevede totodată că anexa I la Directiva 2005/29 conține lista practicilor comerciale considerate neloiale în orice situație și că această listă, care se aplică în toate statele membre, poate fi modificată numai prin revizuirea directivei.
- 24 În această privință, considerentul (17) al Directivei 2005/29 precizează că, pentru a asigura o securitate juridică mai mare, numai practicile enumerate în această anexă I sunt considerate neloiale în toate situațiile, fără a face obiectul unei evaluări de la caz la caz în conformitate cu dispozițiile articolelor 5-9 din această directivă.



- 25 Întrucât anexa I la Directiva 2005/29 constituie o listă completă și exhaustivă, practica comercială în discuție în litigiul principal nu poate fi calificată drept practică comercială agresivă în orice situație, în sensul acestei directive, decât cu condiția să corespundă uneia dintre situațiile enumerate la punctele 24-31 din această anexă.
- 26 Or, o simplă lectură a punctelor 24 și 31 permite să se constate lipsa unei asemenea corespondențe, care de altfel nu a fost invocată în litigiul principal.
- 27 Prin urmare, trebuie să se concluzioneze că folosirea de către un comerciant a unui mod de încheiere a contractelor de furnizare de servicii de telecomunicații în cadrul căruia consumatorul trebuie să ia decizia comercială finală în prezența unui curier, care îi remite modelul de contract, fără a putea lua cunoștință în mod liber de conținutul său pe durata prezenței acestui curier, nu constituie o practică care poate fi calificată drept practică comercială agresivă în orice situație.
- 28 În ceea ce privește, în al doilea rând, aspectul dacă modul de încheiere a contractelor în discuție în litigiul principal constituie o practică comercială agresivă în situațiile indicate la a doua și la a treia liniuță din întrebarea preliminară, din articolul 8 din Directiva 2005/29 reiese că o practică comercială se consideră agresivă în cazul în care denaturează sau poate denatura semnificativ, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin forță fizică sau printr-o influență nejustificată, libertatea de alegere sau conduită a consumatorului mediu și, prin aceasta, îl determină sau îl poate determina să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație.
- 29 Articolul 9 din această directivă prezintă o serie de elemente care trebuie luate în considerare pentru a stabili dacă o practică comercială folosește hărțuirea, constrângerea sau influența nejustificată.
- 30 Trebuie adăugat că, potrivit considerentului (7) al Directivei 2005/29, atunci când se aplică prezenta directivă, ar trebui să se țină seama de contextul cazului individual în cauză, ceea ce se traduce, la articolul 8 din directiva menționată, printr-o obligație de a lua în considerare toate caracteristicile comportamentului comerciantului în contextul factual dat. De asemenea, trebuie amintit că, în vederea interpretării dispozițiilor Directivei 2005/29, noțiunea de consumator are o importanță capitală și că, în conformitate cu considerentul (18), directiva ia drept criteriu de evaluare consumatorul mediu, care este normal informat și suficient de atent și de avizat, ținând seama de factori sociali, culturali și lingvistici (Hotărârea din 13 septembrie 2018, Wind Tre și Vodafone Italia, C-54/17 și C-55/17, EU:C:2018:710, punctul 51, precum și jurisprudența citată).
- 31 În consecință, o practică comercială nu poate fi calificată drept agresivă, în sensul Directivei 2005/29, decât după o evaluare concretă și specifică a elementelor sale, efectuând o apreciere în lumina criteriilor prevăzute la articolele 8 și 9 din această directivă.
- 32 În această privință, este necesar, pe de o parte, să se constate că, în speță, printre mijloacele prevăzute la articolul 8 din Directiva 2005/29, cererea de decizie preliminară privește numai influența nejustificată.
- 33 Noțiunea de „influență nejustificată”, definită la articolul 2 litera (j) din Directiva 2005/29, cuprinde utilizarea unei poziții de forță în raport cu consumatorul, pentru a face presiuni asupra acestuia, chiar fără utilizarea forței fizice sau a amenințării cu aceasta, astfel că abilitatea sa de a lua o decizie în cunoștință de cauză este redusă semnificativ. După cum a arătat domnul avocat general la punctul 45 din concluziile sale, o influență nejustificată nu este neapărat o influență ilegală, ci o influență care, independent de legalitatea sa, implică în mod activ, printr-o anumită presiune, condiționarea forțată a voinței consumatorului.
- 34 Pe de altă parte, trebuie amintit că articolul 8 din Directiva 2005/29 definește noțiunea de „practică comercială agresivă” în special prin faptul că ea modifică sau poate modifica în mod semnificativ libertatea de alegere sau conduita consumatorului mediu cu privire la un produs. Rezultă că cererea

- unui serviciu sau a unui produs trebuie să constea într-o alegere liberă din partea consumatorului. Aceasta presupune în special ca informația comunicată de comerciant consumatorului să fie clară și adecvată (a se vedea în acest sens Hotărârea din 13 septembrie 2018, Wind Tre și Vodafone Italia, C-54/17 și C-55/17, EU:C:2018:710, punctul 45).
- 35 Informațiile furnizate înaintea încheierii unui contract, cu privire la condițiile contractuale și la consecințele respectivei încheieri, sunt de o importanță fundamentală pentru consumator (Hotărârea din 13 septembrie 2018, Wind Tre și Vodafone Italia, C-54/17 și C-55/17, EU:C:2018:710, punctul 46 și jurisprudența citată).
- 36 Este necesar să se țină seama de asemenea de faptul că obiectivul urmărit de Directiva 2005/29 este în special de a realiza un nivel ridicat de protecție a consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale și că acest obiectiv se întemeiază pe împrejurarea că, față de un comerciant, consumatorul se găsește într-o poziție de inferioritate, în special în ceea ce privește nivelul de informare, cu atât mai mult într-un domeniu atât de tehnic precum cel al comunicațiilor, în care nu se poate nega că există o asimetrie importantă între aceste părți în ceea ce privește informația și competențele tehnice (a se vedea în acest sens Hotărârea din 13 septembrie 2018, Wind Tre și Vodafone Italia, C-54/17 și C-55/17, EU:C:2018:710, punctul 54).
- 37 Deși revine, în definitiv, instanței de trimitere sarcina de a se pronunța cu privire la natura practicii comerciale în discuție în litigiul principal, Curtea poate să îi furnizeze, pe baza informațiilor prezentate în cererea de decizie preliminară, elemente care pot fi utile pentru calificarea acestei practici.
- 38 În ceea ce privește, mai întâi, problema indicată la a doua liniuță a întrebării preliminare, dacă o practică comercială care implică încheierea sau modificarea contractului la trecerea curierului, precum cea în discuție în litigiul principal, constituie o practică agresivă pentru simplul motiv că consumatorul nu a primit în mod anticipat și individual toate modelele de contracte, trebuie arătate cele ce urmează.
- 39 Din descrierea care figurează în decizia de trimitere reiese că, în cadrul practicii comerciale în discuție în litigiul principal, consumatorii au avut acces pe site-ul internet al comerciantului la ofertele disponibile, precum și la modelele de contracte și că, în cazul televanzării, comunicarea telefonică dintre consumatorul în cauză și operatorul comerciantului a permis de asemenea obținerea unor astfel de informații.
- 40 Rezultă că, în măsura în care consumatorul a avut posibilitatea ca înainte de vizita curierului să ia la cunoștință conținutul modelelor de contracte disponibile pe site-ul internet al comerciantului, consumatorului i s-a dat posibilitatea să efectueze în mod liber alegerea contractului. Prin urmare, împrejurarea că consumatorul trebuie să ia decizia comercială finală în prezența unui curier, fără a-i fi fost trimise în mod anticipat toate modelele de contracte, nu poate fi considerată o practică agresivă.
- 41 Totuși, este de competența instanței de trimitere să verifice dacă respectivul consumator a putut lua o decizie în cunoștință de cauză, asigurându-se că acesta a avut efectiv posibilitatea să acceseze prin intermediul informațiilor disponibile pe site-ul internet al comerciantului sau prin orice alt mijloc conținutul diferitor modele de contracte înainte de vizita curierului.
- 42 În această privință, în conformitate cu principiile amintite la punctul 30 din prezenta hotărâre, este necesar să se țină seama de specificitățile proprii fiecăruia dintre canalele de vânzare ale comerciantului. În special, astfel cum a arătat domnul avocat general la punctul 62 din concluziile sale, în cazul unei vânzări prin telefon, nu este sigur că calitatea informațiilor obținute de un anumit consumator în cursul unei conversații telefonice poate fi asimilată cu cea a informațiilor disponibile online. Prin urmare, este necesar să se garanteze că informațiile la care a putut avea acces un consumator care utilizează acest canal de vânzare sunt în măsură să asigure o alegere liberă din partea sa.



- 43 Trebuie însă adăugat că simpla împrejurare că consumatorul nu a avut acces efectiv la informațiile în cauză nu poate conduce în sine la calificarea modului de încheiere în discuție în litigiul principal drept practică agresivă. Astfel, pentru a stabili existența unei asemenea practici, mai este necesar și să se identifice un comportament al comerciantului care să poată fi considerat influență nejustificată, în sensul punctului 33 din prezenta hotărâre.
- 44 Prin urmare, un mod de încheiere sau de modificare a unor contracte la trecerea curierului, precum cel din litigiul principal, nu constituie o practică comercială agresivă numai ca urmare a netrimiterii consumatorului în mod anticipat și individual, în special prin e-mail sau la adresa de domiciliu, a tuturor modelelor de contracte.
- 45 În ceea ce privește, în continuare, situațiile menționate la a treia liniuță din întrebarea preliminară, trebuie arătat că, atunci când procesul de încheiere sau de modificare a contractului se desfășoară în conformitate cu descrierea prezentată în speță de instanța de trimitere, care include faptul că consumatorului i s-a dat efectiv posibilitatea să ia cunoștință de modelele de contracte, simpla împrejurare că curierul solicită consumatorului să ia decizia comercială finală fără a dispune de timp, după bunul plac, pentru a studia documentele pe care acest curier i le livrează nu poate constitui o practică comercială agresivă.
- 46 Totuși, anumite practici suplimentare care ar fi adoptate de comerciant sau de curierul acestuia în cadrul procesului de încheiere sau de modificare a contractelor în cauză și care ar urmări să limiteze alegerea consumatorului pot determina de asemenea considerarea practicii comerciale ca fiind agresivă dacă constituie comportamente care au efectul de a face presiuni asupra consumatorului, astfel că libertatea de alegere a acestuia este afectată în mod semnificativ.
- 47 Așadar, poate constitui o practică agresivă faptul că curierul insistă asupra necesității semnării contractului sau a actului adițional pe care îl remite consumatorului, în măsura în care o asemenea atitudine este de natură să îl incomodeze pe respectivul consumator și, astfel, să perturbe reflecția acestuia privind decizia comercială care urmează a fi luată.
- 48 De exemplu, ar putea intra în această categorie de comportament, pe de o parte, formularea că orice întârziere în semnarea contractului sau a actului adițional ar presupune că încheierea ulterioară a contractului sau a actului adițional nu ar fi posibilă decât în condiții mai puțin favorabile sau faptul că consumatorul ar risca să fie nevoit să plătească penalități contractuale sau să suporte, în ipoteza modificării contractului, o suspendare a furnizării serviciului comerciantului. Pe de altă parte, ar putea intra în aceeași categorie de comportament faptul că curierul informează consumatorul că, în caz de absență sau de întârziere la semnarea contractului sau a actului adițional pe care i l-a înmănat, ar putea primi o evaluare nefavorabilă din partea angajatorului său.
- 49 Având în vedere cele ce precedă, trebuie să se răspundă la întrebarea formulată că articolul 2 litera (j) și articolele 8 și 9 din Directiva 2005/29 trebuie interpretate în sensul că folosirea de către un comerciant a unui mod de încheiere sau de modificare a contractelor de furnizare de servicii de telecomunicații precum cel în discuție în litigiul principal, în cadrul căruia consumatorul trebuie să ia decizia comercială finală în prezența unui curier, care îi remite modelul de contract, fără a putea lua cunoștință în mod liber de conținutul său în prezența acestui curier,
- nu constituie o practică comercială agresivă în orice situație;
  - nu constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate doar ca urmare a netrimiterii consumatorului în mod anticipat și individual, în special prin e-mail sau la adresa de domiciliu, a tuturor modelelor de contracte, atunci când acest consumator a avut posibilitatea ca înainte de vizita curierului să ia cunoștință de conținutul lor, și

- constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate în special atunci când comerciantul sau curierul acestuia adoptă comportamente neloiale care au efectul de a face presiuni asupra consumatorului, astfel că libertatea sa de alegere este afectată în mod semnificativ, cum ar fi comportamentele care îl incomodează pe acest consumator sau care perturbă reflecția acestuia privind decizia comercială care urmează a fi luată.

### **Cu privire la cheltuielile de judecată**

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

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

**Articolul 2 litera (j) și articolele 8 și 9 din 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 trebuie interpretate în sensul că folosirea de către un comerciant a unui mod de încheiere sau de modificare a contractelor de furnizare de servicii de telecomunicații precum cel în discuție în litigiul principal, în cadrul căreia consumatorul trebuie să ia decizia comercială finală în prezența unui curier, care îi remite modelul de contract, fără a putea lua cunoștință în mod liber de conținutul său în prezența acestui curier,**

- **nu constituie o practică comercială agresivă în orice situație;**
- **nu constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate doar ca urmare a netrimiterii consumatorului în mod anticipat și individual, în special prin e-mail sau la adresa de domiciliu, a tuturor modelelor de contracte, atunci când acest consumator a avut posibilitatea ca înainte de vizita curierului să ia cunoștință de conținutul lor, și**
- **constituie o practică comercială agresivă prin exercitarea unei influențe nejustificate în special atunci când comerciantul sau curierul acestuia adoptă comportamente neloiale care au efectul de a face presiuni asupra consumatorului, astfel că libertatea sa de alegere este afectată în mod semnificativ, cum ar fi comportamentele care îl incomodează pe acest consumator sau care perturbă reflecția acestuia privind decizia comercială care urmează a fi luată.**

Semnături