

HOTĂRÂREA CURȚII (marea cameră)

9 noiembrie 2010*

În cauza C-540/08,

având ca obiect o cerere de pronunțare a unei hotărâri preliminare formulată în temeiul articolului 234 CE de Oberster Gerichtshof (Austria), prin decizia din 18 noiembrie 2008, primită de Curte la 4 decembrie 2008, în procedura

Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG

împotriva

„Österreich“-Zeitungsverlag GmbH,

CURTEA (Marea Cameră),

compusă din domnul V. Skouris, președinte, domnii A. Tizzano (raportor), J. N. Cunha Rodrigues, K. Lenaerts, J.-C. Bonichot și A. Arabadjiev, președinți de cameră, domnii E. Juhász, G. Arestis, A. Borg Barthet, doamna P. Lindh și domnul T. von Danwitz, judecători,

* Limba de procedură: germana.

avocat general: doamna V. Trstenjak,
grefier: domnul K. Malacek, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 19 ianuarie 2010,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG, de S. Korn și G. Korn, Rechtsanwälte;
- pentru „Österreich”-Zeitungsverlag GmbH, de P. Zöchbauer, Rechtsanwalt, și de domnul W. Zekert, Geschäftsführer;
- pentru guvernul austriac, de doamna C. Pesendorfer și de domnul A. Posch, în calitate de agenți;
- pentru guvernul belgian, de domnul T. Materne, în calitate de agent;
- pentru guvernul german, de domniile M. Lumma și J. Möller, precum și de doamna S. Unzeitig, în calitate de agenți;

— pentru Comisia Europeană, de domnii F. Erlbacher și W. Wils, în calitate de agenți,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 24 martie 2010,

pronunță prezenta

Hotărâre

- 1 Cererea de pronunțare a unei hotărâri preliminare privește interpretarea articolului 3 alineatul (1) și a articolului 5 alineatele (2) și (5) 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 („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) (JO L 149, p. 22, Ediție specială, 15/vol. 14, p. 260, denumită în continuare „directiva”).
- 2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG (denumită în continuare „Mediaprint”), pe de o parte, și „Österreich”-Zeitungsverlag GmbH, pe de altă parte, întreprinderi de presă, cu privire la caracterul licit sau ilicit al unei vânzări cu premii organizate de pârâta din acțiunea principală.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

- 3 Considerentele (6), (8), (9) și (17) ale directivei au următorul cuprins:

„(6) [...] prezenta directivă are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi. În conformitate cu principiul proporționalității, prezenta directivă protejează consumatorii de consecințele unor asemenea practici comerciale neloiale, în cazul în care sunt semnificative, dar recunoaște că, în unele cazuri, impactul asupra consumatorilor poate fi neglijabil. Prezenta directivă nu reglementează și nu aduce atingere legislațiilor interne privind practicile comerciale neloiale care dăunează doar intereselor economice ale concurenților sau care au legătură cu o tranzacție între comercianți; pentru a ține seama pe deplin de principiul subsidiarității, statele membre vor păstra, dacă doresc acest lucru, posibilitatea de a reglementa astfel de practici, în conformitate cu dispozițiile legislației comunitare. [...]

[...]

- (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. Ea se aplică, de asemenea, fără a aduce atingere normelor comunitare și de drept intern privind dreptul contractual, drepturile de proprietate intelectuală, aspecte privind sănătatea și siguranța produselor, condițiile de stabilire și măsurile de autorizare, inclusiv acele norme care, în conformitate cu dispozițiile legislației comunitare, au legătură cu activitățile legate de jocurile de noroc, și normelor comunitare în domeniul concurenței și dispozițiilor de drept intern de punere în aplicare. Statele membre vor putea astfel să mențină sau să instituie restricții sau interdicții ale practicilor comerciale din motive de protecție a sănătății și siguranței consumatorilor pe teritoriul lor, indiferent unde se situează sediul social al comerciantului, de exemplu în legătură cu alcoolul, tutunul sau produsele farmaceutice. [...]

[...]

- (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 directivă 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 directivă 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 Potrivit articolului 3 din directivă:

„(1) 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.

(2) Prezenta directivă nu aduce atingere dreptului contractual și nici, în special, normelor privind valabilitatea, formarea profesională sau efectele contractelor.

(3) Prezenta directivă nu aduce atingere dispozițiilor comunitare sau de drept intern în legătură cu sănătatea și siguranța produselor.

[...]"

7 Articolul 4 din directivă prevede:

„Statele membre nu limitează libertatea de a presta servicii, nici nu limitează libera circulație a mărfurilor din motive care se încadrează în domeniul în care prezenta directivă vizează apropierea dispozițiilor în vigoare.”

8 Articolul 5 din directivă, intitulat „Interzicerea practicilor comerciale neloiale”, are următorul cuprins:

„(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.”

Dreptul național

- 9 Articolul 9a din Legea federală privind combaterea concurenței neloiale din 1984 (Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984) (BGBl. I, 448/1984), în versiunea rezultată din BGBl. I, 136/2001 (denumită în continuare „UWG”), are următorul cuprins:

„(1) Cel care, în cadrul activității comerciale, în scopuri concurențiale,

1. anunță prin intermediul unor avize publice sau al altor comunicări care sunt destinate unui număr mare de persoane că acordă consumatorilor avantaje gratuite (premii) asociate cu produse sau cu servicii ori oferă, anunță sau acordă consumatorilor avantaje gratuite (premii) asociate cu publicații periodice sau

2. oferă, anunță sau acordă întreprinderilor avantaje gratuite (premii) asociate cu produse sau cu servicii

poate face obiectul unei acțiuni în încetare și în daune interese. Aceasta se aplică și atunci când caracterul gratuit al avantajului este disimulat prin prețuri globale pentru produse sau servicii, prin prețuri fictive pentru un avantaj sau în orice alt mod.”

(2) Aplicarea alineatului (1) este înlăturată atunci când avantajul constă:

1. într-un accesoriu utilizat în mod curent în asociere cu produsul sau în prestații accesorii utilizate în mod curent;
2. în eșantioane;
3. în obiecte publicitare care se caracterizează printr-o desemnare foarte vizibilă și durabilă a întreprinderii care își face publicitate;
4. în avantaje de mică valoare (premii) sau în obiecte mărunte de mică valoare, cu condiția ca acestea din urmă să nu fie destinate alcătuirii unui ansamblu a cărui valoare depășește suma valorilor diferitelor obiecte individuale acordate;

5. într-o sumă de bani determinată sau care trebuie calculată într-un mod determinat, sumă care nu însoțește produsul;

6. într-o cantitate determinată – sau care trebuie calculată numai pe fracțiuni – a aceluiași produs;

7. furnizarea de informații sau de sfaturi;

8. acordarea unui drept de participare la un concurs (joc promoțional) în care valoarea (rezultată din valoarea totală a premiilor puse în joc în raport cu numărul biletelor de participare distribuite) a biletului de participare individual nu depășește 0,36 euro, iar valoarea totală a premiilor puse în joc nu depășește 21 600 de euro; aceasta nu se poate realiza decât prin intermediul propriilor bilete de participare. Punctul 8 nu se aplică avantajelor care însoțesc publicații periodice.”

Acțiunea principală și întrebările preliminare

- ¹⁰ Între 25 noiembrie și 6 decembrie 2007, cotidianul *Österreich*, care aparține părâtei din acțiunea principală, a organizat alegerea „fotbalistului anului” și a invitat publicul

să participe la acest concurs pe internet sau prin intermediul unui cupon de vot care putea fi găsit în cotidian. Participarea la concursul menționat permitea câștigarea unei cine cu fotbalistul ales.

- 11 Apreciind că această posibilitate de câștig, condiționată de cumpărarea ziarului, constituia un premiu nelegal în sensul articolului 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG, Mediaprint a solicitat Handelsgericht Wien (Tribunalul Comercial din Viena) să dispună ca pârâta din acțiunea principală să înceteze practica respectivă. Această instanță a admis cererea menționată, însă Oberlandesgericht Wien (Tribunalul Regional Superior din Viena), sesizat în apel, a hotărât, în schimb, că interdicția vânzărilor cu premii putea să se aplice numai dacă câștigul anunțat era susceptibil să incite publicul să cumpere ziarul. Or, potrivit instanței de apel, un astfel de „efect de atracție” nu se producea în speță, ținând seama în special de faptul că publicul putea să participe la concurs de asemenea pe internet.

- 12 În consecință, Mediaprint a introdus la Oberster Gerichtshof un recurs extraordinar împotriva acestei decizii. În decizia de trimitere, această instanță precizează înainte de toate că articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG prevede o interdicție generală a vânzărilor cu premii, care urmărește să asigure atât protecția consumatorului, cât și menținerea unei concurențe eficiente. Acestea fiind precizate, instanța de trimitere se întreabă dacă directiva, care, în schimb, are ca obiectiv protecția consumatorilor și reglementează exclusiv raporturile dintre aceștia din urmă și întreprinderi, se opune unei astfel de dispoziții.

- 13 Considerând că soluționarea litigiului depinde de interpretarea directivei, Oberster Gerichtshof a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) O normă națională care interzice, în afară de excepțiile enumerate limitativ, anunțarea, oferirea sau acordarea de avantaje gratuite care însoțesc publicații periodice, precum și anunțarea de avantaje gratuite asociate cu alte produse sau servicii, fără a trebui să se verifice de la caz la caz caracterul înșelător, agresiv sau neloyal al unei astfel de practici comerciale, este contrară articolului 3 alineatul (1) și articolului 5 alineatul (5) din [directivă] sau altor dispoziții din această directivă, chiar și atunci când norma națională în discuție urmărește nu numai protecția consumatorilor, ci și alte obiective care nu intră în domeniul de aplicare material al [directivei], precum, de exemplu, menținerea pluralismului mass-mediei sau protecția concurenților mai slabi?

2) În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare, posibilitatea de a participa la un joc promoțional, legată de cumpărarea unui ziar, este o practică comercială neloyală în sensul articolului 5 alineatul (2) din [directivă] pentru simplul motiv că această posibilitate de a participa la un joc promoțional reprezintă, cel puțin pentru o parte din publicul vizat, chiar dacă nu singurul motiv, în mod cert însă motivul decisiv pentru achiziționarea ziarului?”

- 14 Prin scrisoarea depusă la grefa Curții la 27 iulie 2009, guvernul austriac a solicitat, în temeiul articolului 44 alineatul (3) al doilea paragraf din Regulamentul de procedură al Curții, soluționarea cauzei de către Marea Cameră.

Cu privire la întrebările preliminare

Cu privire la prima întrebare

- 15 Prin intermediul primei întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă directiva trebuie interpretată în sensul că se opune unei dispoziții naționale care prevede o interdicție generală a vânzărilor cu premii și care nu urmărește numai să protejeze consumatorii, ci vizează de asemenea alte obiective, precum, de exemplu, menținerea pluralismului mass-mediei sau protecția concurenților mai slabi.
- 16 Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie să se stabilească, cu titlu introductiv, dacă vânzările cu premii, care fac obiectul interdicției în discuție în acțiunea principală, constituie practici comerciale în sensul articolului 2 litera (d) din directivă și, prin urmare, sunt supuse prevederilor acesteia din urmă.
- 17 În această privință, este necesar să se arate că, utilizând o formulare deosebit de largă, articolul 2 litera (d) din directivă definește noțiunea „practică comercială” drept „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”.
- 18 Or, campaniile promoționale, precum cele în discuție în acțiunea principală, care asociază participarea gratuită a consumatorului la un concurs cu cumpărarea de bunuri sau de servicii, se înscriu în mod clar în cadrul strategiei comerciale a unui operator și urmăresc în mod direct promovarea și derularea vânzărilor acestuia. Rezultă că

acestea constituie practici comerciale în sensul articolului 2 litera (d) din directivă și, în consecință, intră în domeniul de aplicare material al acesteia (a se vedea Hotărârea din 14 ianuarie 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft, C-304/08, Rep., p. I-217, punctul 37 și jurisprudența citată).

- 19 Această concluzie nu poate fi repusă în discuție prin observațiile formulate de Mediaprint și nici prin cele formulate de guvernele austriac și belgian, potrivit cărora măsurile de promovare a vânzărilor în discuție în acțiunea principală nu ar fi vizate de directivă pentru motivul că acestea au făcut în mod expres obiectul unei propuneri a Comisiei de regulament al Parlamentului European și al Consiliului [COM(2001) 546 final], propunere care a fost modificată [COM(2002) 585 final]. Astfel, în această privință, este suficient să se constate că această împrejurare nu poate exclude prin ea însăși, în special ținând seama de faptul că propunerea respectivă a fost retrasă în cursul anului 2006 și, în consecință, nu a determinat adoptarea unui regulament, că astfel de practici pot constitui, în stadiul actual al dreptului Uniunii, practici comerciale neloiale în sensul acestei directive și pot intra în domeniul de aplicare al acesteia (Hotărârea Plus Warenhandelsgesellschaft, citată anterior, punctul 33).
- 20 Acestea fiind stabilite, trebuie să se examineze de asemenea dacă o dispoziție națională precum articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG poate intra în domeniul de aplicare al directivei, în pofida faptului că, astfel cum precizează instanța de trimitere, aceasta are un scop mai extins decât cel al directivei, deoarece nu urmărește numai să protejeze consumatorii, ci vizează de asemenea alte obiective.
- 21 În această privință, este necesar să se arate că, astfel cum s-a subliniat la punctul 17 din prezenta hotărâre, directiva se caracterizează printr-un domeniu de aplicare material deosebit de larg, care acoperă toate practicile comerciale care prezintă o legătură directă cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori. În acest mod, astfel cum rezultă din considerentul (6) al acestei directive, nu sunt excluse din domeniul de aplicare menționat decât legislațiile interne privind practicile

comerciale neloiale care dăunează „doar” intereselor economice ale concurenților sau care au legătură cu o tranzacție între comercianți.

- 22 Or, în mod evident, nu aceasta este situația dispozițiilor naționale în discuție în acțiunea principală.
- 23 Astfel, după cum arată instanța de trimitere, articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG urmărește în mod expres protecția consumatorilor, iar nu numai protecția concurenților și a altor operatori de pe piață.
- 24 În plus, din dosar rezultă că UWG, care constituie legea națională în domeniul concurenței neloiale, a fost modificată prin Legea din 13 decembrie 2007 (BGBl. I, 79/2007) tocmai pentru a asigura transpunerea directivei în Austria, fără ca articolul 9a să fie însă modificat. În consecință, legiuitorul național a considerat că această lege putea să garanteze conformitatea dreptului intern cu directiva și, prin urmare, permitea, astfel cum prevede considerentul (8) al acesteia, să se protejeze „în mod direct interesele economice ale consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori” și să se asigure, astfel cum prevede în special articolul 1 din aceasta, „un nivel ridicat de protecție a consumatorilor”.
- 25 În acest context, trebuie amintit că, în cursul ședinței, guvernul austriac a arătat că dispoziția națională în discuție în acțiunea principală nu ar intra în domeniul de aplicare al directivei, întrucât urmărește în principal menținerea pluralismului mass-mediei în Austria. Astfel, acesta s-a îndepărtat de aprecierea pe care instanța de trimitere a efectuat-o cu privire la obiectivele acestei dispoziții, astfel cum această apreciere rezultă de la punctele 12 și 20 din prezenta hotărâre.

- 26 Or, chiar dacă s-ar presupune că dispoziția națională în discuție în acțiunea principală urmărește în principal menținerea pluralismului mass-mediei în Austria, trebuie să se observe că posibilitatea statelor membre de a menține sau de a institui pe teritoriul lor măsuri care au ca obiect sau ca efect calificarea practicilor comerciale ca neloiale pentru motive legate de menținerea pluralismului mass-mediei nu figurează printre derogările de la domeniul de aplicare al directivei prevăzute în considerentele (6) și (9), precum și la articolul 3 din aceasta.
- 27 În această privință, trebuie să se sublinieze că directiva efectuează o armonizare completă a normelor privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori.
- 28 Prin urmare, guvernul austriac nu poate afirma în mod valabil că articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG nu intră în domeniul de aplicare al directivei întrucât urmărește în principal obiective legate de menținerea pluralismului mass-mediei.
- 29 Acestea fiind stabilite, este necesar să se verifice dacă directiva se opune unei interdicții a vânzărilor cu premii, precum cea prevăzută la articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG.
- 30 În această privință, trebuie să se amintească înainte de toate că, întrucât directiva efectuează o armonizare completă a normelor privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori, statele membre nu pot să adopte, astfel cum prevede în mod expres articolul 4 din aceasta, măsuri mai restrictive decât cele definite de directiva menționată, nici chiar pentru a asigura un nivel mai ridicat de protecție a consumatorilor (Hotărârea Plus Warenhandelsgesellschaft, citată anterior, punctul 41 și jurisprudența citată).

- 31 În continuare, trebuie subliniat de asemenea că articolul 5 din directivă, care prevede interzicerea practicilor comerciale neloiale, reglementează criteriile care permit stabilirea unui astfel de caracter neloial.
- 32 Astfel, în conformitate cu alineatul (2) al acestui articol, o practică comercială este neloială în cazul în care este contrară cerințelor diligenței profesionale și în cazul în care denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic al consumatorului mediu cu privire la un produs.
- 33 În plus, articolul 5 alineatul (4) din directivă definește două categorii precise de practici comerciale neloiale, și anume „practicile înșelătoare” și „practicile agresive”, care corespund criteriilor specificate la articolele 6 și 7, precum și, respectiv, la articolele 8 și 9 din directivă.
- 34 În sfârșit, directiva stabilește în anexa I o listă exhaustivă de 31 de practici comerciale care, în conformitate cu articolul 5 alineatul (5) din această directivă, sunt considerate neloiale „în orice situație”. În consecință, astfel cum se precizează în mod expres în considerentul (17) al directivei menționate, numai aceste practici comerciale pot fi considerate neloiale fără a face obiectul unei evaluări de la caz la caz, în conformitate cu dispozițiile articolelor 5-9 din directivă.
- 35 În ceea ce privește legislația națională în discuție în acțiunea principală, este cert că practicile care constau în a oferi consumatorilor premii asociate cu cumpărarea de produse sau de servicii nu figurează în anexa I la directivă. Prin urmare, practicile menționate nu pot fi interzise în orice împrejurări, ci numai în urma unei analize specifice care să permită stabilirea caracterului neloial al acestora.

- 36 Cu toate acestea, trebuie să se constate că articolul 9a alineatul (1) punctul 1 din UWG interzice orice operațiune comercială care asociază oferirea de premii cu cumpărarea de produse sau de servicii. Cu alte cuvinte, acest gen de operațiune este interzis în mod general, fără a fi necesar să se stabilească, în raport cu situația de fapt din fiecare speță, dacă operațiunea comercială în discuție prezintă un caracter „neloial” în lumina criteriilor enunțate la articolele 5-9 din directivă.
- 37 În plus, o astfel de reglementare națională care prevede măsuri mai restrictive decât cele reglementate de directivă contravine articolului 4 din aceasta, care interzice expres statelor membre să mențină sau să adopte astfel de măsuri, chiar și atunci când acestea urmăresc să asigure un nivel mai ridicat de protecție a consumatorilor.
- 38 În aceste condiții, este necesar să se constate că directiva se opune unei interziceri a ofertelor comerciale care asociază cumpărarea de bunuri sau de servicii cu acordarea de premii, precum cea prevăzută de dispoziția națională în discuție în acțiunea principală.
- 39 Împrejurarea că articolul 9a alineatul (2) din UWG prevede un anumit număr de excepții de la respectiva interdicție a vânzărilor cu premii nu poate repune în discuție o astfel de concluzie.
- 40 Într-adevăr, astfel cum Curtea a hotărât deja, chiar dacă aceste excepții sunt de natură să restrângă domeniul de aplicare al interdicției privind practicile comerciale care constau în asocierea ofertei de premii cu cumpărarea de bunuri și de servicii, nu este mai puțin adevărat că, din cauza naturii lor limitate și predefinite, acestea nu pot înlocui analiza, care trebuie să fie realizată în mod necesar în raport cu situația de fapt din fiecare speță, a caracterului „neloial” al unei practici comerciale în lumina criteriilor prevăzute la articolele 5-9 din directivă, atunci când este vorba, precum în acțiunea principală, despre o practică ce nu este menționată în anexa I la directivă (a se vedea

Hotărârea Plus Warenhandelsgesellschaft, citată anterior, punctul 53 și jurisprudența citată).

- 41 Având în vedere cele prezentate mai sus, trebuie să se răspundă la prima întrebare că directiva trebuie interpretată în sensul că se opune unei dispoziții naționale, precum cea în discuție în acțiunea principală, care prevede o interdicție generală a vânzărilor cu premii și care nu urmărește numai să protejeze consumatorii, ci vizează de asemenea alte obiective.

Cu privire la a doua întrebare

- 42 Prin intermediul celei de a doua întrebări, instanța de trimitere solicită ca, în cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare, să se stabilească dacă vânzările cu premii trebuie considerate practici comerciale neloiale în sensul articolului 5 alineatul (2) din directivă pentru simplul motiv că posibilitatea de câștig reprezintă, cel puțin pentru o parte din publicul vizat, motivul decisiv pentru achiziționarea produsului principal.
- 43 Astfel cum s-a arătat la punctul 35 din prezenta hotărâre, atunci când o practică comercială ce intră în domeniul de aplicare al directivei nu figurează în anexa I la aceasta, respectiva practică nu poate fi considerată neloială și, prin urmare, nu poate fi interzisă decât în urma unei analize specifice, în special în lumina criteriilor prevăzute la articolele 5-9 din directivă.
- 44 Or, împrejurarea că posibilitatea de a participa la un concurs reprezintă, cel puțin pentru o parte din publicul vizat, motivul decisiv pentru cumpărarea unui ziar constituie unul dintre elementele de care instanța națională poate ține seama în cadrul unei astfel de analize.

- 45 Astfel, această împrejurare ar putea determina instanța națională să considere că practica comercială în discuție denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic al consumatorului, în sensul articolului 5 alineatul (2) litera (b) din directivă.
- 46 Totuși, această împrejurare nu permite prin ea însăși în niciun mod să se considere că o vânzare cu premii este o practică comercială neloyală în sensul directivei. În acest scop, trebuie să se verifice de asemenea dacă practica în discuție este contrară cerințelor diligenței profesionale, în sensul literei (a) a articolului 5 alineatul (2) din directivă.
- 47 În aceste condiții, este necesar să se răspundă la a doua întrebare că posibilitatea de a participa la un joc promoțional, legată de cumpărarea unui ziar, nu constituie o practică comercială neloyală în sensul articolului 5 alineatul (2) din directivă pentru simplul motiv că această posibilitate de a participa la un joc promoțional reprezintă, cel puțin pentru o parte a consumatorilor vizați, motivul decisiv care i-a determinat să cumpere acest ziar.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 48 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 (Marea Cameră) declară:

- 1) **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 interpretată în sensul că se opune unei dispoziții naționale, precum cea în discuție în acțiunea principală, care prevede o interdicție generală a vânzărilor cu premii și care nu urmărește numai să protejeze consumatorii, ci vizează de asemenea alte obiective.**

- 2) **Posibilitatea de a participa la un joc promoțional, legată de cumpărarea unui ziar, nu constituie o practică comercială neloială în sensul articolului 5 alineatul (2) din Directiva 2005/29 pentru simplul motiv că această posibilitate de a participa la un joc promoțional reprezintă, cel puțin pentru o parte a consumatorilor vizați, motivul decisiv care i-a determinat să cumpere acest ziar.**

Semnături