

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA  
18 de Maio de 1993 \*

No processo C-126/91,

que tem por objecto um pedido dirigido ao Tribunal de Justiça, nos termos do artigo 177.º do Tratado CEE, pelo Bundesgerichtshof, destinado a obter, no litígio pendente neste órgão jurisdicional entre

**Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e. V.**

e

**Yves Rocher GmbH,**

uma decisão a título prejudicial sobre a interpretação dos artigos 30.º e 36.º do Tratado CEE,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA,

composto por: O. Due, presidente, C. N. Kakouris, M. Zuleeg e J. L. Murray, presidentes de secção, G. F. Mancini, J. C. Moitinho de Almeida, F. Grévisse, M. Díez de Velasco e P. J. G. Kapteyn, juízes,

advogado-geral: M. Darmon  
secretário: D. Triantafyllou, administrador

vistas as observações escritas apresentadas:

- em representação da Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft, pelo Dr. Rudolf Friedrich, advogado no foro de Kalsruhe,
- em representação da Yves Rocher GmbH, pelo Dr. Dirk Schroeder, advogado no foro de Colónia, e Robert Colin e Marie-Laure Coignard, advogados no foro de Paris,

\* Língua do processo: alemão.

- em representação do Governo da República Federal da Alemanha, pelo Dr. Joachim Karl, Regierungsdirektor no Ministério Federal da Economia, e Alexander von Mühlendahl, Ministerialrat no Ministério da Justiça, na qualidade de agentes,
- em representação do Governo da República Francesa, por Edwige Belliard, directora adjunta dos assuntos jurídicos do Ministério dos Negócios Estrangeiros, na qualidade de agente, e Jean-Louis Falconi, secretário dos Negócios Estrangeiros na direcção dos assuntos jurídicos do Ministério dos Negócios Estrangeiros, na qualidade de agente suplente,
- em representação da Comissão das Comunidades Europeias, por Rafael Peller, membro do Serviço Jurídico, assistido por Roberto Hayder, funcionário nacional destacado no mesmo serviço, na qualidade de agentes,

visto o relatório para audiência,

ouvidas as alegações da Yves Rocher GmbH, do Governo alemão, do Governo francês e da Comissão das Comunidades Europeias, na audiência de 2 de Junho de 1992,

ouvidas as conclusões do advogado-geral apresentadas na audiência de 15 de Setembro de 1992,

profere o presente

### Acórdão

- 1 Por acórdão de 11 de Abril de 1991, que deu entrada no Tribunal de Justiça em 30 de Abril seguinte, o Bundesgerichtshof submeteu, nos termos do artigo 177.º do Tratado CEE, uma questão prejudicial sobre a interpretação dos artigos 30.º e 36.º do Tratado, para poder apreciar a compatibilidade, com estas disposições, de uma regulamentação nacional em matéria de publicidade comercial.

- 2 Esta questão foi suscitada no âmbito de um litígio que opõe a associação sem fim lucrativo Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft, com sede em Munique (a seguir «Schutzverband»), à Yves Rocher GmbH (a seguir «Yves Rocher»), filial da sociedade francesa Laboratoires de biologie végétale Yves Rocher, litígio esse relativo a uma publicidade distribuída pela Yves Rocher e que consistia numa comparação dos anteriores e dos novos preços dos seus produtos.
  
- 3 Antes de 1986, a publicidade por meio de comparações de preços de uma mesma empresa era lícita, desde que não fosse desleal ou susceptível de induzir o consumidor em erro. A pedido de alguns meios do comércio retalhista, o legislador alemão introduziu, pela «Gesetz zur Änderung wirtschafts-, verbraucher-, arbeits- und sozialrechtlicher Vorschriften» (lei que altera algumas disposições relativas ao direito económico, ao direito dos consumidores, ao direito do trabalho e ao direito social) de 25 de Julho de 1986, no § 6(e) da «Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb» (lei sobre a concorrência desleal, a seguir «UWG») de 7 de Junho de 1909, a proibição da publicidade que utiliza comparações de preços individuais. Esta proibição destina-se a proteger os consumidores e os concorrentes contra a publicidade que contém comparações de preços.
  
- 4 Contudo, a proibição contida no § 6(e) da UWG não é absoluta. Com efeito, está prevista uma derrogação para as comparações de preços que não sejam «aliciantes» (blickfangmäßig) (§ 6(e), n.º 2, ponto 1, da UWG), bem como para a publicidade através de catálogo (§ 6 (e), n.º 2, ponto 2, da UWG).
  
- 5 A Yves Rocher vende por correspondência na República Federal da Alemanha produtos cosméticos fornecidos pela sociedade-mãe, na sua maior parte fabricados em França. A publicidade destes produtos, concebida pela sociedade-mãe de modo uniforme para os diferentes Estados-membros envolvidos, é difundida através de catálogos e prospectos de venda. No âmbito da sua actividade de venda, a Yves Rocher distribuiu um prospecto de venda, com o título «Poupe até 50% e mais em

99 dos seus produtos preferidos Yves Rocher», que indicava, ao lado do anterior preço riscado, o novo preço destes produtos, inferior ao antigo, em grandes caracteres a vermelho.

- 6 Considerando que este tipo de publicidade era contrário ao disposto no § 6(e), n.º 2, ponto 1, da UWG, a Schutzverband intentou uma acção contra a Yves Rocher no Landgericht München I. Considerando que esta disposição da UWG proibia qualquer publicidade que consistisse em comparar os anteriores e os novos preços, quando fosse «aliciante», o Landgericht München I proibiu a Yves Rocher de difundir este tipo de publicidade.
- 7 A Yves Rocher recorreu desta decisão para o Oberlandesgericht München, que revogou a decisão do Landgericht baseando-se no disposto no § 6(e), n.º 2, ponto 2, da UWG. A Schutzverband interpôs recurso de revista desta decisão para o Bundesgerichtshof, que considerou que esta última disposição não era aplicável. Em contrapartida, considerando que a aplicação do § 6(e), n.º 1, da UWG suscitava uma questão de interpretação do direito comunitário, o Bundesgerichtshof decidiu suspender a instância até que o Tribunal de Justiça se pronuncie a título prejudicial sobre a seguinte questão:

«O artigo 30.º do Tratado CEE deve ser interpretado no sentido de que se opõe à aplicação de uma disposição legislativa de um Estado-membro A que proíbe uma empresa com sede neste Estado, e que se dedica à venda por correspondência, através de catálogos ou de prospectos, de mercadorias importadas do Estado-membro B, de fazer publicidade com indicação de preços na qual se destaca como aliciante um novo preço, chamando a atenção para o preço mais elevado contido num catálogo ou prospecto anterior?»

- 8 Para mais ampla exposição dos factos e do enquadramento jurídico do processo principal, da tramitação processual, bem como das observações escritas apresentadas ao Tribunal, remete-se para o relatório para audiência. Estes elementos apenas serão adiante retomados na medida do necessário para a fundamentação da decisão do Tribunal.

- 9 Deve observar-se que, nos termos do artigo 30.º do Tratado, as restrições quantitativas à importação, bem como todas as medidas de efeito equivalente, são proibidas entre os Estados-membros. Segundo jurisprudência constante, constitui medida de efeito equivalente a restrições quantitativas qualquer regulamentação comercial dos Estados-membros susceptível de entravar directa ou indirectamente, actual ou potencialmente, o comércio intracomunitário (acórdão de 11 de Julho de 1974, Dassonville, 8/74, Recueil, p. 837, n.º 5).
- 10 O Tribunal também decidiu que uma legislação nacional que limite ou proíba certas formas de publicidade ou certos meios de promoção de vendas, embora não condicione directamente as importações, pode ser susceptível de restringir o seu volume pelo facto de afectar as possibilidades de comercialização relativamente aos produtos importados. O facto de um operador económico ser obrigado a adoptar sistemas diferentes de publicidade ou de promoção de vendas em função dos Estados-membros envolvidos, ou a abandonar um sistema que considera especialmente eficaz, pode constituir um obstáculo às importações, ainda que essa legislação se aplique indistintamente aos produtos nacionais e aos produtos importados (v. acórdão de 15 de Dezembro de 1982, Oosthoek's Uitgeversmaatschappij, 286/81, Recueil, p. 4575, n.º 15; acórdão de 16 de Maio de 1989, Buet, 382/87, Colect., p. 1235, n.º 7; acórdão de 7 de Março de 1990, GB-INNO-BM, C-362/88, Colect., p. I-667, n.º 7; acórdão de 1991, Aragonesa de Publicidad Exterior e Publicia, C-1/90 e C-176/90, Colect., p. I-4151, n.º 10).
- 11 Deve, assim, considerar-se que uma proibição do tipo da que está em causa no processo principal é susceptível de restringir as importações de produtos de um Estado-membro para outro e, assim, constitui, sob este aspecto, uma medida de efeito equivalente, na acepção do artigo 30.º do Tratado.
- 12 Todavia, convém recordar a jurisprudência constante do Tribunal de Justiça segundo a qual, não existindo uma regulamentação comum da comercialização, os obstáculos à livre circulação intracomunitária resultantes de disparidades entre as regulamentações nacionais devem ser admitidos, desde que a regulamentação em causa seja indistintamente aplicável aos produtos nacionais e aos produtos importados e possa ser justificada pela necessidade de satisfazer exigências imperativas

atinentes, entre outras, à defesa dos consumidores ou à lealdade das transacções comerciais (v., nomeadamente, acórdão GB-INNO-BM, já referido, n.º 10). Todavia, como o Tribunal de Justiça já referiu diversas vezes (v., nomeadamente, acórdão Buet, já referido, n.º 11), a regulamentação deve ser proporcionada ao objectivo prosseguido.

- 13 É pacífico que uma proibição do tipo da que está em causa no processo principal visa tanto os produtos nacionais como os produtos importados.
- 14 Além disso, o Governo alemão referiu que a proibição instituída pelo § 6(e) da UWG se destina a proteger os consumidores contra a atracção especial da publicidade que contém comparações de preços, que é muitas vezes susceptível de induzir em erro. Por um lado, seria especialmente fácil enganar o consumidor, pois ele não está, regra geral, em condições de verificar a comparação entre os anteriores e os novos preços. Por outro lado, uma publicidade com comparação de preços é susceptível de sugerir um nível de preços globalmente vantajoso sem que isso se justifique pelo conjunto oferecido.
- 15 Sendo a protecção dos consumidores contra a publicidade enganosa um objectivo legítimo à luz do direito comunitário, há que verificar, segundo jurisprudência constante, se as disposições nacionais são aptas a realizar o objectivo previsto, e não ultrapassam os limites do que é necessário para esse efeito.
- 16 A este respeito, convém observar, em primeiro lugar, que uma proibição do tipo da que está em causa no processo principal se aplica quando as comparações de preços, sejam exactas ou não, chamam a atenção. Assim, esta proibição não se aplica às comparações de preços que não são aliciantes. No caso em apreço, a publicidade não é proibida por causa da sua pretensa falsidade, mas porque é aliciante. Daí resulta que toda a publicidade aliciante que utilize as comparações de preços é proibida, seja ela verdadeira ou falsa.

- 17 Além do mais, a proibição em causa vai para além das exigências impostas pelo objectivo prosseguido, na medida em que afecta qualquer publicidade desprovida de qualquer carácter enganador, que contenha comparações de preços realmente praticados, e que podem ser muito úteis para permitir ao consumidor fazer as suas escolhas com pleno conhecimento de causa.
- 18 Deve acrescentar-se que uma análise comparativa das legislações dos Estados-membros mostra que a informação e a protecção do consumidor podem ser asseguradas por medidas que tenham efeitos menos restritivos, nas trocas intracomunitárias, do que as referidas no processo principal (v. n.º 52 das conclusões do advogado-geral).
- 19 Assim, deve declarar-se que a proibição do tipo da que está em causa no processo principal não é proporcionada ao objectivo prosseguido.
- 20 O Governo alemão alega, ainda, que a proibição em causa não pode ser incompatível com o artigo 30.º do Tratado, uma vez que provoca apenas um entrave marginal à livre circulação de mercadorias.
- 21 A este respeito, convém observar que, com excepção das normas que têm efeitos apenas hipotéticos nas trocas intracomunitárias, é pacífico que o artigo 30.º do Tratado não distingue entre as medidas que podem ser qualificadas como medidas de efeito equivalente a uma restrição quantitativa consoante a intensidade dos efeitos que têm nas trocas no interior da Comunidade.
- 22 Quanto à protecção da lealdade das transacções comerciais e, portanto, do funcionamento da concorrência, deve esclarecer-se que as comparações de preços exactas, proibidas por uma regulamentação do tipo da que está em causa, não podem de forma alguma falsear as condições da concorrência. Em contrapartida, uma regulamentação que tem como efeito proibir essas comparações é susceptível de restringir a concorrência.

- 23 Tendo em conta o que precede, deve responder-se à questão submetida que o artigo 30.º do Tratado deve ser interpretado no sentido de que se opõe à aplicação de uma disposição legislativa de um Estado-membro A que proíbe uma empresa com sede neste Estado e que se dedica à venda por correspondência, através de catálogos ou de prospectos, de mercadorias importadas de um Estado-membro B, de fazer publicidade com indicação de preços e na qual se destaca um novo preço, de forma a atrair a atenção, ao mesmo tempo que se faz referência a um preço mais elevado constante de um catálogo ou prospecto anterior.

### Quanto às despesas

- 24 As despesas efectuadas pelos Governos da República Federal da Alemanha e da República Francesa, e pela Comissão das Comunidades Europeias, que apresentaram observações ao Tribunal, não são reembolsáveis. Revestindo o processo, quanto às partes na causa principal, a natureza de incidente suscitado perante o órgão jurisdicional nacional, compete a este decidir quanto às despesas.

Pelos fundamentos expostos,

### O TRIBUNAL DE JUSTIÇA,

pronunciando-se sobre a questão submetida pelo Bundesgerichtshof, por acórdão de 11 de Abril de 1991, declara:

O artigo 30.º do Tratado CEE deve ser interpretado no sentido de que se opõe à aplicação de uma disposição legislativa de um Estado-membro A que proíbe uma empresa com sede neste Estado e que se dedica à venda por correspondência, através de catálogos ou de prospectos, de mercadorias importadas de um



Estado-membro B, de fazer publicidade com indicação de preços e na qual se destaca um novo preço, de forma a atrair a atenção, ao mesmo tempo que faz referência a um preço mais elevado constante de um catálogo ou prospecto anterior.

Due

Kakouris

Zuleeg

Murray

Mancini

Moitinho de Almeida

Grévisse

Díez de Velasco

Kapteyn

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 18 de Maio de 1993.

O secretário

O presidente

J.-G. Giraud

O. Due