



Stampa e Informazione

Corte di giustizia dell'Unione europea  
**COMUNICATO STAMPA n. 133/12**  
Lussemburgo, 18 ottobre 2012

Sentenza nella causa C-428/11  
Purely creative e a. / Office of Fair Trading

## **Le pratiche aggressive del professionista che danno al consumatore la falsa impressione di aver già vinto un premio, quando invece deve sostenere un costo per riceverlo, sono vietate**

*Tali pratiche sono vietate anche se il costo imposto al consumatore è irrisorio rispetto al valore del premio e anche se esso non procura al professionista alcun vantaggio*

Il diritto dell'Unione<sup>1</sup> mira a tutelare gli interessi economici dei consumatori vietando le pratiche commerciali sleali delle imprese nei loro confronti. Esso vieta in particolare alle imprese di dare la falsa impressione che il consumatore abbia già vinto, vincerà, o vincerà compiendo una determinata azione, un premio o altra ricompensa, mentre in effetti qualsiasi azione volta a reclamare il premio o altra vincita equivalente è subordinata al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore.

Le parti in causa sono, da un lato, cinque imprese britanniche specializzate nella spedizione di invii pubblicitari e diverse persone che hanno lavorato presso tali imprese e, dall'altro, l'Office of Fair Trading (OFT, Autorità per la correttezza nel commercio), incaricato di vigilare, nel Regno Unito, sull'applicazione della disciplina posta a protezione dei consumatori, in particolare per quanto riguarda le pratiche utilizzate dai professionisti.

L'OFT ha imposto a tali professionisti di interrompere le loro pratiche consistenti nell'invio di lettere indirizzate individualmente, tagliandi tipo «gratta e vinci» e altri inserti contenuti in giornali e periodici, con cui il consumatore era informato del fatto di aver ottenuto un premio o una ricompensa, il cui valore poteva essere notevole o soltanto simbolico. Il consumatore aveva diverse opzioni per scoprire il suo premio ed ottenere un numero per la richiesta: chiamare un numero di telefono a tariffa maggiorata, oppure utilizzare un servizio SMS, oppure ancora ottenere le informazioni via posta ordinaria (a quest'ultimo metodo era dato minore rilievo). Il consumatore era informato del costo per minuto e della durata massima della chiamata, ma ignorava che l'impresa all'origine della pubblicità percepiva una certa somma sul costo della chiamata.

A titolo di esempio, talune promozioni offrivano crociere nel Mediterraneo. Al fine di ricevere il premio, il consumatore doveva pagare in particolare l'assicurazione e un supplemento per ottenere una cabina a uno o due letti, oltre a sostenere, durante il viaggio, le spese per alimenti e bevande, nonché le tasse portuali. In tal modo, due coppie di due persone avrebbero dovuto sborsare GBP 399 a persona per partecipare alla crociera.

Come chiarito dai professionisti nelle osservazioni che hanno presentato dinanzi alla Corte di giustizia, per loro è importante disporre di banche dati aggiornate dei partecipanti potenzialmente interessati a rispondere alle promozioni che offrono premi, in quanto tali dati possono essere utilizzati per proporre ai consumatori altri prodotti o essere ceduti ad altre imprese che intendono proporre i loro prodotti.

---

<sup>1</sup> Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno (GU L 149, pag. 22).

Alla Corte viene chiesto di pronunciarsi sulla compatibilità di tali pratiche con il diritto dell'Unione, e più in particolare di chiarire se un professionista possa imporre un costo, ancorché irrisorio, ad un consumatore al quale è stato comunicato di aver vinto un premio.

Nella sua odierna sentenza, la Corte afferma che il diritto dell'Unione **vieta le pratiche aggressive che danno al consumatore l'impressione di aver già vinto un premio, mentre in effetti, per ottenere informazioni sulla natura del premio o per adempiere a quanto necessario per entrarne in possesso, egli deve versare del denaro o sostenere un determinato costo.**

La Corte precisa che tali pratiche sono vietate **anche se il costo imposto al consumatore è, rispetto al valore del premio, irrisorio** (come ad esempio quello di un francobollo) **o non procura al professionista alcun vantaggio.**

Peraltro, tali pratiche aggressive sono vietate anche qualora le azioni volte a reclamare il premio possano essere realizzate attraverso diversi metodi proposti al consumatore e uno di tali metodi sia gratuito.

La Corte risponde infine che i giudici nazionali devono valutare le informazioni fornite ai consumatori ai quali tali pratiche sono dirette, tenendo conto della loro chiarezza e della loro comprensibilità.

---

**IMPORTANTE:** Il rinvio pregiudiziale consente ai giudici degli Stati membri, nell'ambito di una controversia della quale sono investiti, di interpellare la Corte in merito all'interpretazione del diritto dell'Unione o alla validità di un atto dell'Unione. La Corte non risolve la controversia nazionale. Spetta al giudice nazionale risolvere la causa conformemente alla decisione della Corte. Tale decisione vincola egualmente gli altri giudici nazionali ai quali venga sottoposto un problema simile.

---

*Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna la Corte di giustizia.*

*Il [testo integrale](#) della sentenza è pubblicato sul sito CURIA il giorno della pronuncia*

*Contatto stampa: Estella Cigna Angelidis 📞 (+352) 4303 2582*