



Presă și informare

Curtea de Justiție a Uniunii Europene  
**COMUNICAT DE PRESĂ nr. 133/12**  
Luxemburg, 18 octombrie 2012

Hotărârea în cauza C-428/11  
Purely Creative Ltd și alții/Office of Fair Trading

**Practicile agresive ale comercianților care îi creează consumatorului falsa impresie că a câștigat deja un premiu, deși trebuie să suporte un anumit cost pentru a-l primi, sunt interzise**

*Aceste practici sunt interzise chiar și în cazul în care costul impus consumatorului este neglijabil în raport cu valoarea premiului sau în cazul în care nu aduce niciun beneficiu comerciantului*

Dreptul Uniunii vizează protejarea intereselor economice ale consumatorilor prin interzicerea practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de aceștia. Este interzis în particular ca întreprinderile să creeze falsa impresie că un consumator a câștigat deja, că va câștiga sau că va câștiga dacă întreprinde anumite acțiuni un premiu sau un alt avantaj, în condițiile în care, în fapt, acțiunea pe care ar trebui să o întreprindă pentru a câștiga premiul sau alt avantaj similar este condiționată de plata unei sume de bani sau de suportarea unui cost.

Prezenta cauză are la bază un litigiu între, pe de o parte, cinci întreprinderi britanice specializate în distribuirea de publicitate prin corespondență și mai multe persoane care au lucrat în aceste întreprinderi și, pe de altă parte, Office of Fair Trading (OFT) [Oficiul pentru Comerț Loial], responsabil cu asigurarea aplicării, în Regatul Unit, a legislației în materie de protecție a consumatorilor, în special cu privire la practicile utilizate de comercianți.

OFT a dispus ca acești comercianți să înceteze practicile constând în transmiterea de scrisori adresate individual, cupoane de răzuit și alte reclame tipărite, inserate în ziare și în reviste, prin care consumatorul era informat că a câștigat un premiu sau o recompensă, cu o valoare considerabilă sau doar simbolică. Consumatorul dispunea de mai multe opțiuni pentru a afla premiul și pentru a obține un număr de cerere: fie trebuia să sune la un număr de telefon cu taxare specială, fie să folosească un serviciu de mesaje scrise SMS, fie să obțină informații pe cale poștală obișnuită (această ultimă metodă fiind mai puțin evidențiată). Consumatorul era informat cu privire la costul pe minut și la durata maximă a apelului telefonic, dar nu cunoștea faptul că întreprinderea care organiza promoția primea o anumită sumă din costul apelului.

Cu titlu de exemplu, anumite promoții propuneau croaziere în Marea Mediterană. Pentru a primi acest premiu, consumatorul trebuia să plătească în particular asigurarea, un supliment pentru a obține o cabină cu un pat sau cu două paturi și să achite, pe parcursul călătoriei, cheltuielile pentru mâncare și băuturi, precum și taxele portuare. Astfel, două cupluri de două persoane ar fi trebuit să plătească 399 GBP de persoană pentru a participa la această croazieră.

Astfel cum au explicat acești comercianți în observațiile prezentate Curții de Justiție, pentru ei sunt importante bazele de date actualizate ale participanților susceptibili să răspundă la anunțurile promoționale care oferă premii, întrucât aceste date pot fi utilizate pentru a propune alte produse consumatorilor sau pot fi cedate altor societăți care doresc să își ofere produsele.

Curtea a ridicat problema compatibilității unor asemenea practici cu dreptul Uniunii și mai concret a ridicat problema dacă comercianții pot impune suportarea unui cost, chiar și neglijabil, unui consumator care a fost anunțat că a câștigat un premiu.

În hotărârea pronunțată azi, Curtea consideră că dreptul Uniunii interzice practicile agresive care dau impresia consumatorului că a câștigat deja un premiu, deși trebuie să plătească o sumă de

bani sau să suporte un anumit cost pentru a fi informat cu privire la natura premiului sau pentru a întreprinde acțiunile care îi permit să intre în posesia premiului.

Curtea precizează că astfel de practici sunt interzise chiar și în cazul în care costul impus consumatorului este neglijabil (precum cel al unui timbru poștal, de exemplu) în raport cu valoarea premiului sau nu aduce niciun beneficiu comerciantului.

Pe de altă parte, aceste practici agresive sunt interzise chiar dacă acțiunile care trebuie întreprinse pentru câștigarea unui premiu pot fi realizate prin mai multe metode propuse consumatorului chiar și în cazul în care una dintre ele ar fi gratuită.

Curtea răspunde, în sfârșit, că instanțele naționale trebuie să aprecieze informațiile furnizate consumatorilor vizați de aceste practici ținând seama de claritatea și de comprehensibilitatea acestora.

---

**MENȚIUNE:** Trimiterea preliminară permite instanțelor din statele membre ca, în cadrul unui litigiu cu care sunt sesizate, să adreseze Curții întrebări cu privire la interpretarea dreptului Uniunii sau la validitatea unui act al Uniunii. Curtea nu soluționează litigiul național. Este de competența instanței naționale să soluționeze cauza conform deciziei Curții. Această decizie este obligatorie, în egală măsură, pentru celelalte instanțe naționale care sunt sesizate cu o problemă similară.

---

*Document neoficial, destinat presei, care nu angajează răspunderea Curții de Justiție.*

*[Textul integral](#) al hotărârii se publică pe site-ul CURIA în ziua pronunțării.*

*Persoana de contact pentru presă: Iliana Paliova ☎ (+352) 4303 3708*

*Imagini de la pronunțarea hotărârii sunt disponibile pe „[Europe by Satellite](#)” ☎ (+32) 2 2964106*