

**Cauza C-100/24**

**Cerere de decizie preliminară**

**Data depunerii:**

7 februarie 2024

**Instanța de trimitere:**

Bundesgerichtshof (Germania)

**Data deciziei de trimitere:**

21 decembrie 2023

**Recurentă-reclamantă:**

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

**Intimată-pârâtă:**

bonprix Handelsgesellschaft mbH

---

[omissis]

**BUNDESGERICHTSHOF**

**ORDONANȚĂ**

[omissis]

în litigiul dintre

Verbraucherzentrale Hamburg e. V., [omissis]

[omissis] Hamburg,

recurentă-reclamantă,

- [omissis]

și

bonprix Handelsgesellschaft mbH, [omissis]

[omissis] Hamburg,

intimată-pârâtă,

- [omissis]

În ședința din 21 decembrie 2023, Secția I civilă a Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania) [omissis]

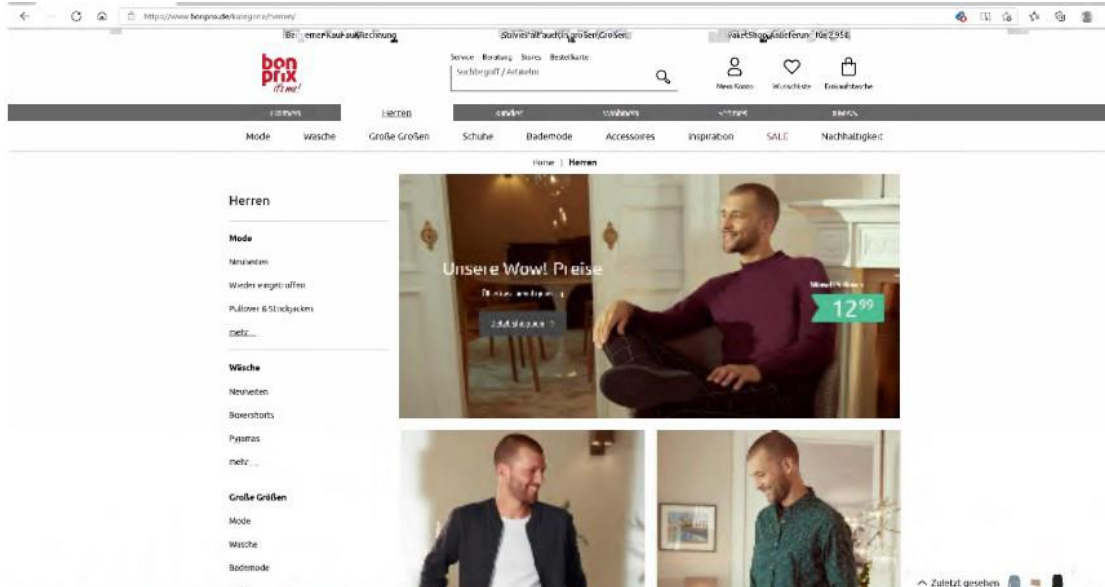
a decis:

- I. Suspendă procedura.
- II. Adresează Curții de Justiție a Uniunii Europene, pentru interpretarea articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă („Directiva privind comerțul electronic”; JO 2000, L 178, p. 1, Ediție specială 13/vol. 29, p. 257), următoarea întrebare preliminară:

Publicitatea care menționează o modalitate de plată (în speță, „achiziție comodă cu plata pe baza facturii”) care, deși are doar o valoare pecuniară redusă, are totuși avantaje atât de natură juridică, cât și de securitate pentru consumator (în speță, fără necesitatea divulgării datelor de plată sensibile; fără necesitatea recuperării unei plăți anticipate în cazul retragerii din contract), constituie o ofertă promoțională în sensul articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE privind comerțul electronic?

Motive:

- 1 A. Reclamanta este o asociație înscrisă pe lista prevăzută la articolul 4 din UKlaG [Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (Legea privind acțiunile în încetare în cazul încălcării dreptului consumatorilor sau a altor drepturi)]. Pârâta desfășoară o activitate de vânzare online la distanță.
- 2 În decembrie 2021, pârâta a făcut publicitate pe site-ul său internet [www.bonprix.de](http://www.bonprix.de) cu mențiunea „achiziție comodă cu plata pe baza facturii” (a se vedea anexa K2, reprodusă mai jos, cu semnul săgeții adăugat pentru a evidenția mențiunea).



- 3 Reclamanta a contestat această publicitate ca fiind înșelătoare, întrucât aceasta nu permitea să fie remarcată rezerva aplicabilă în realitate, și anume o evaluare a solvabilității, și a adresat pârâtei, fără succes, o scrisoare de punere în întârziere.
- 4 Reclamanta a solicitat obligarea pârâtei, sub sancțiunea unei penalități cu titlu cominatoriu precizate,
 

să înceteze publicitatea pe un site internet publicat în scopul încheierii unor contracte de vânzare cu consumatorii – astfel cum reiese din captura de ecran prezentată în anexa K2 –, cu sloganul „achiziție comodă cu plata pe baza facturii”, dacă achiziția astfel promovată cu plata pe baza facturii este propusă numai sub rezerva evaluării solvabilității cumpărătorului.
- 5 În plus, reclamanta solicită rambursarea cheltuielilor de punere în întârziere.
- 6 Landgericht (Tribunalul Regional) a respins acțiunea. După ce a adresat părților o notificare, instanța de apel a respins apelul reclamantei prin decizie unanimă. Prin recursul formulat, considerat admisibil de instanța de trimitere și a cărui respingere o solicită pârâta, reclamanta reiterează capetele de cerere formulate.
- 7 B. Admiterea recursului depinde de interpretarea articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE. Pentru acest motiv, este necesar ca, înainte de soluționarea recursului introdus de reclamantă, să se suspende procedura, iar Curtea să pronunțe o decizie preliminară în temeiul articolului 267 primul paragraf litera (b) și al treilea paragraf TFUE.
- 8 I. Instanța de apel a motivat respingerea pretențiilor invocate prin acțiunea formulată după cum urmează:
- 9 Publicitatea cu mențiunea „achiziție comodă cu plata pe baza facturii” nu este înșelătoare și nici nu încalcă o obligație de informare.

- 10 Mențiunea nu este înșelătoare. În prezentul context, publicul ar înțelege această mențiune generală ca însemnând numai că este posibilă o achiziție cu plata pe baza facturii. Pe de altă parte, consumatorul vizat nu s-ar aștepta ca în acest stadiu să îi fie comunicate toate condițiile și detaliile unei achiziții cu plata pe baza facturii. Din mențiunea respectivă, el nu ar înțelege că această posibilitate este acordată în mod necondiționat și fără rezerve oricărui cumpărător. Nu este vorba despre o publicitate care să capteze privirea, întrucât aceasta nu este evidențiată. Astfel, atenția consumatorului nu este atrasă de un mesaj senzațional sau excepțional.

Excepțional ar fi însă ca pârâta să nu supună achiziția cu plata pe baza facturii unor condiții. Pârâta a demonstrat în mod detaliat că o vânzare condiționată pe baza facturii este uzuală în cadrul activității de vânzare online la distanță. Reclamanta nu a contestat suficient acest aspect. Chiar dacă un consumator nu ar trebui să se preocupe în legătură cu eventuale rezerve ale pârâtei, întrucât lipsesc indiciile în acest sens, nu există o inducere în eroare. Mențiunea contestată este adevărată din punct de vedere obiectiv, întrucât o achiziție cu plata pe baza facturii este posibilă de la pârâtă, iar evaluarea comparativă a intereselor care trebuie efectuată cu ocazia examinării existenței unei induceri în eroare prin mențiuni adevărate din punct de vedere obiectiv înclină în favoarea pârâtei. Nu există un efect de atracție sporit al publicității. În cadrul procesului de comandă, clientul este informat cu privire la condițiile de achiziție cu plata pe baza facturii.

- 11 De asemenea, mențiunea nu încalcă nici obligația de informare. Trebuie analizat dacă, ținând seama de configurația specifică a site-ului internet al pârâtei în legătură directă cu mesajul publicitar „achiziție comodă cu plata pe baza facturii”, consumatorul trebuie să fie informat cu privire la aspectul dacă această achiziție cu plata pe baza facturii este supusă unor condiții și, eventual, care sunt acestea. Răspunsul la această întrebare trebuie să fie negativ pentru motivele deja menționate. În special, nu este încălcată obligația de informare prevăzută la articolul 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG [Telemediengesetz (Legea privind comunicațiile electronice)] care impune caracterul clar identificabil al ofertelor promoționale, cum ar fi reducerile de preț, primele și cadourile și care face parte dintre dispozițiile de transpunere a directivelor din dreptul Uniunii la care se referă articolul 5a alineatul (4) din UWG [Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Legea privind combaterea concurenței neloiale)]. Achiziția cu plata pe baza facturii nu constituie un avantaj pecuniar comparabil cu reducerile de preț, primele sau cadourile menționate în dispoziție. Nu există un avantaj suplimentar, semnificativ și concret în contextul unei oferte de bunuri sau de servicii fără o remunerație suplimentară. În cazul unei achiziții cu plata pe baza facturii, cumpărătorul trebuie să plătească același preț, acesta fiind exigibil imediat după primirea bunurilor, fără niciun alt acord. Singurul avantaj financiar pentru cumpărător ar consta în faptul că acesta trebuie să achite prețul de achiziție cu câteva zile mai târziu decât în cazul altor metode de plată. Nu sunt acordate alte avantaje în afara achiziției propriu-zise.

- 12 Neavând dreptul de a solicita încetarea, cheltuielile de punere în întârziere nu trebuie rambursate.
- 13 II. Recursul poate fi admis dacă instanța de apel a concluzionat în mod eronat că pârâta nu a încălcat articolul 5a alineatele (2) și (4) din UWG, în versiunea în vigoare până la 27 mai 2022 (versiunea anterioară a UWG) sau articolul 5a alineatul (1) și articolul 5b alineatul (4) din UWG în versiunea în vigoare începând cu 28 mai 2022 (noua versiune a UWG) coroborat cu articolul 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG.
- 14 1. [omissis] Calitate procesuală [omissis] dovedită [omissis]
- 15 2. În conformitate cu articolul 5a alineatul (2) prima teză din vechea versiune a UWG, constituie un act de concurență neloială omiterea, față de consumator, a unei informații semnificative de care acesta, în funcție de împrejurări, are nevoie pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză (punctul 1), neindicarea acestei informații putând determina consumatorul să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație (punctul 2). Potrivit articolului 5a alineatul (1) din noua versiune a UWG, se consideră practică neloială și inducerea în eroare a unui consumator sau a unui alt participant pe piață prin reținerea informațiilor esențiale (punctul 1) necesare, ținând cont de împrejurări, pentru ca un consumator sau un alt participant pe piață să poată lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și (punctul 2) a căror omitere este de natură a determina un consumator sau un alt participant pe piață să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o dacă ar fi dispus de aceste informații. În conformitate cu articolul 5a alineatul (4) din vechea versiune a UWG și cu articolul 5b alineatul (4) din noua versiune a UWG, se consideră ca fiind semnificative, în sensul articolului 5a alineatul (2) din vechea versiune a UWG și, respectiv, al articolului 5a alineatul (1) din noua versiune a UWG, și informațiile de care consumatorul nu poate fi privat în temeiul reglementărilor dreptului Uniunii sau al dispozițiilor de transpunere a directivelor Uniunii privind comunicarea comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea.
- 16 Dispozițiile articolului 5a alineatul (2) prima teză din vechea versiune a UWG, ale articolului 5a alineatul (1) din noua versiune a UWG urmăresc transpunerea articolului 7 alineatul (1) din Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (a se vedea Hotărârea BGH [Bundesgerichtshof] din 26 octombrie 2023 – I ZR 176/19, GRUR 2023, 1704 [juris, punctul 20] = WRP 2024, 65 – Distribuitor automat de țigarete III și jurisprudența citată). Potrivit acestui articol, o practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări. Articolul 7 alineatul (5) din Directiva 2005/29/CE, în temeiul căruia au fost adoptate

articolul 5a alineatul (4) din vechea versiune a UWG/articolul 5b alineatul (4) din noua versiune a UWG (a se vedea BGH, GRUR 2023, 1704 [juris, punctul 20] – Distribuitor automat de țigarete III și jurisprudența citată) prevede că informațiile prevăzute de legislația Uniunii privind comunicarea comercială, inclusiv publicitatea sau comercializarea, a căror listă incompletă este prevăzută de anexa II, se consideră semnificative. În lista din anexa II la Directiva 2005/29/CE se face trimitere la articolul 6 din Directiva 2000/31/CE care este transpus în dreptul german prin articolul 6 alineatul (1) din TMG.

- 17 3. În speță, este posibil ca pârâta să fi încălcat obligația de informare prevăzută la articolul 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG. Potrivit articolului 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG, furnizorii de servicii trebuie să respecte, în cadrul comunicărilor comerciale care sunt comunicații electronice sau componente ale comunicațiilor electronice, următoarele condiții: ofertele promoționale, cum ar fi reducerile de preț, primele și cadourile să poată fi identificate în mod clar ca atare, iar condițiile pentru a beneficia de acestea să fie ușor accesibile și prezentate clar și neechivoc. Această dispoziție urmărește să transpună articolul 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE (cu privire la dispoziția anterioară a articolului 7 din vechea versiune a TMG, identică în această privință, a se vedea expunerea de motive la proiectul guvernamental de lege privind cadrul juridic pentru comerțul electronic, [Bundestags- Drucksache] 14/6098, p. 22) și, prin urmare, necesită o interpretare în conformitate cu directiva. Potrivit articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE, statele membre veghează, în plus față de celelalte cerințe stabilite în dreptul comunitar, ca acele comunicări comerciale care fac parte dintr-un serviciu al societății informaționale sau care constituie un astfel de serviciu să îndeplinească cel puțin următoarele condiții: ofertele promoționale, cum ar fi reducerile de preț, primele și cadourile, în cazul în care sunt permise în statul membru sau în care este stabilit furnizorul de servicii, să poată fi identificate în mod clar ca atare, iar condițiile pentru a beneficia de acestea să fie ușor accesibile și prezentate clar și neechivoc.
- 18 a) În calitate de operator al unei activități de vânzare online la distanță, pârâta este furnizor de servicii în sensul articolului 2 punctul 2 din TMG/articolului 2 litera (b) din Directiva 2000/31/CE (cu privire la noțiunea de furnizor de servicii, a se vedea Hotărârea BGH din 9 septembrie 2021 – I ZR 90/20, BGHZ 231,38 [juris, punctul 106] – Influencer I).
- 19 b) Mențiunea „achiziție comodă cu plata pe baza facturii” contestată în speță este o comunicare comercială și face parte dintr-un mijloc de comunicare electronică sau dintr-un serviciu al societății informaționale în sensul articolului 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG și al articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE.
- 20 În această privință, prin comunicare comercială trebuie să se înțeleagă, în conformitate cu articolul 2 punctul 5 din TMG și cu articolul 2 litera (f) din Directiva 2000/31/CE, orice formă de comunicare destinată să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei întreprinderi, organizații sau



persoane care efectuează o activitate comercială, industrială, meșteșugărească sau exercită una din profesiile reglementate, dar nu și informații care permit accesul direct la activitatea întreprinderii, organizației sau persoanei, în special un nume de domeniu sau o adresă de poștă electronică sau comunicări legate de bunurile, serviciile sau imaginea întreprinderii, organizației sau persoanei, elaborate în mod independent, în special când acestea nu sunt furnizate în contrapartidă financiară. Din punctul de vedere al instanței de trimitere, această definiție a comunicării comerciale este, de asemenea, determinantă pentru interpretarea articolului 5a alineatul (4) din vechea versiune a UWG, a articolului 5b alineatul (4) din noua versiune a UWG și a articolului 7 alineatul (5) din Directiva 2005/29/CE (a se vedea BGH, GRUR 2023, 1704 [juris, punctul 22] – Distribuitor automat de țigarete III). Rezultă că mențiunea pârâtei, contestată în speță, se încadrează în noțiunea de comunicare comercială, întrucât aceasta este destinată să promoveze în mod direct bunurile pârâtei.

- 21 Totodată, mențiunea face parte dintr-un mijloc de comunicare electronică [articolul 1 alineatul (1) prima teză din TMG], respectiv dintr-un serviciu al societății informaționale [articolul 2 litera (a) din Directiva 2000/31/CE], întrucât pârâta o prezintă pe site-ul internet de promovare a activității sale de vânzare la distanță (a se vedea articolul 1 punctul 2 din Directiva 98/34/CE de stabilire a unei proceduri pentru furnizarea de informații în domeniul standardelor și reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale, astfel cum a fost modificată prin Directiva 98/48/CE de modificare a Directivei de stabilire a unei proceduri pentru furnizarea de informații în domeniul standardelor și reglementărilor tehnice).
- 22 c) Este necesar să se stabilească dacă mențiunea contestată, care promovează posibilitatea unei „achiziții comode cu plata pe baza facturii”, intră sub incidența noțiunii de oferte promoționale în sensul articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE.
- 23 aa) Înțelesul și conținutul unei noțiuni juridice de drept al Uniunii pentru care legislația relevantă a Uniunii nu oferă nicio definiție trebuie stabilite în conformitate cu sensul obișnuit al acestei noțiuni în limbajul curent, ținând seama și de contextul în care este utilizată și de obiectivele urmărite de reglementarea din care face parte (a se vedea Hotărârea Curții din 3 septembrie 2014, C-201/13, Deckmyn și Vrijheidsfonds, punctul 19, și Hotărârea Curții din 7 aprilie 2022, C-668/20, Y GmbH (Oleorășină de vanilie)).
- 24 bb) Potrivit sensului literal al condiției privind „oferțele promoționale” („promotional offers” în limba engleză, „offres promotionnelles” în limba franceză), oferta unei „achiziții comode cu plata pe baza facturii” făcută de un întreprinzător pentru promovarea bunurilor sale, se poate încadra în această noțiune. Însuși faptul că pârâta consideră că mențiunea merită subliniată arată că se așteaptă ca aceasta să aibă un efect promoțional, adică de promovare a vânzărilor.

- 25 cc) Contextul normativ ridică problema dacă noțiunea de oferte promoționale este limitată prin menționarea suplimentară, cu titlu de exemplu („cum ar fi”), a „reducerilor de preț, primelor și cadourilor”, în sensul că simplele modalități de plată, precum posibilitatea de achiziție cu plata pe baza facturii, nu intră sub incidența acestei dispoziții. În măsura în care se consideră că articolul 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG se referă doar la avantajele pecuniare (a se vedea BeckOK.Informations- und Medienrecht/Pries, 42. Edition [ediția din 1 noiembrie 2023], articolul 6 din TMG punctul 7; BeckOK.IT- Recht/Sesing-Wagenpfeil, 12. Edition [ediția din 1 iulie 2023], articolul 6 din TMG punctul 31; Spindler în Spindler/Schmitz, TMG, 2. Aufl., articolul 6 punctul 23), aceasta nu se opune includerii ofertei privind o achiziție cu plata pe baza facturii în noțiunea de ofertă promoțională atunci când – precum în speță – modalitatea de plată promovată este asociată cu un avantaj pecuniar (fie el și minor), având în vedere amânarea *de facto* a plății. Chiar dacă se renunță la cerința unui avantaj pecuniar și dacă promisiunea unui tratament preferențial este, de asemenea, suficientă (potrivit Roßnagel/Schmitt, Beck'scher Kommentar zum Recht der Telemediendienste, articolul 6 TMG punctul 24), condiția ar fi în orice caz îndeplinită.
- 26 Pe de altă parte, sublinierea – prin intermediul memoriului în răspuns – a „caracterului de promoție” al măsurilor de promovare a vânzărilor enumerate cu titlu de exemplu, în scopul delimitării noțiunii de promovare a vânzărilor de noțiunea (mai largă) de promovare [articolul 2 punctul 5 din TMG/articolul 2 litera (f) din Directiva 2000/31/CE], ar putea pleda împotriva includerii modalităților de plată în noțiunea de promovare a vânzărilor.
- 27 dd) Potrivit considerentului (10) al Directivei 2000/31/CE, aceasta are ca obiectiv crearea unui spațiu fără frontiere interne în ceea ce privește comerțul electronic care să asigure un nivel înalt de protecție a obiectivelor de interes general, inclusiv protecția consumatorilor. Potrivit celei de a doua teze a considerentului (29) al acestei directive, comunicările comerciale, inclusiv reducerile de preț, ofertele, concursurile și jocurile promoționale trebuie să respecte un număr de obligații privind transparența, în interesul protecției consumatorilor și a comerțului onest.
- 28 Includerea publicității care menționează modalități de plată în noțiunea de oferte promoționale ar trebui să fie în conformitate cu obiectivul de protecție a consumatorilor. Cererea de recursul arată în mod întemeiat că acordarea posibilității de achiziționare cu plata pe baza facturii servește de asemenea interesului siguranței cumpărătorului, întrucât, la achiziționarea cu plata pe baza facturii, cumpărătorul nu trebuie să furnizeze vânzătorului date de plată sensibile (de exemplu, numărul cardului de credit și cifra de control în cazul plății cu cardul de credit, detaliile contului în cazul debitării directe). În plus, în situația unei posibile retrageri, de exemplu, ca urmare a exercitării dreptului de retragere conferit consumatorului, în cadrul vânzării la distanță, în temeiul articolului 9 alineatul (1) din Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor sau în cazul unor defecte ale bunurilor, aceasta nu se confruntă cu neplăcerile ocazionate de recuperarea unei plăți anticipate.



- 29 Faptul că, în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (g) din Directiva 2011/83/UE, consumatorul trebuie să fie informat cu privire la modalitățile de plată în cazul unui contract la distanță înainte de încheierea contractului nu se opune unei interpretări largi a noțiunii de oferte promoționale. Desigur, o interpretare largă a articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE ar conduce la o devansare evidentă a cerinței de informare prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (g) din Directiva 2011/83/UE. Cu toate acestea, informațiile de furnizat prevăzute la articolul 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE există, potrivit formulării exprese a dispoziției „în plus față de celelalte cerințe stabilite în dreptul comunitar”.
- 30 ee) Prin urmare, se ridică problema dacă noțiunea de oferte promoționale în sensul articolului 6 litera (c) din Directiva 2000/31/CE include și publicitatea care menționează o modalitate de plată (în speță, „achiziție comodă cu plata pe baza facturii”) care, deși are o valoare pecuniară redusă, servește totuși interesului siguranței și interesului juridic al consumatorului (în speță, fără necesitatea divulgării datelor de plată sensibile; fără necesitatea recuperării unei plăți anticipate în cazul retragerii din contract).
- 31 4. Întrebarea preliminară este determinantă pentru soluționarea litigiului.
- 32 a) În măsura în care mențiunea contestată constituie o ofertă promoțională în sensul articolului 6 alineatul (1) punctul 3 din TMG, recurenta este îndrituită să solicite încetarea și rambursarea cheltuielilor de punere în întârziere invocate în cadrul acțiunii, deoarece pârâta nu a furnizat informațiile prevăzute de această dispoziție cu privire la condițiile pentru a beneficia de oferta promoțională, întrucât nu a indicat că posibilitatea promovată privind achiziția cu plata pe baza facturii este condiționată de evaluarea prealabilă a solvabilității.
- 33 b) Recurenta nu prezintă argumente fondate pentru a susține inducerea în eroare conform articolului 5 alineatul (1) și alineatul (2) punctul 1 din UWG. Instanța de apel a negat existența unui asemenea drept fără a săvârși eroare de drept.

[omissis]

Instanțele de grad inferior de jurisdicție:  
 [Landgericht] Hamburg (Tribunalul Regional din Hamburg), decizia din 21 iulie 2022 – 403 HKO 37/22 -  
 [Oberlandesgericht] Hamburg (Tribunalul Regional Superior din Hamburg), decizia din 9 ianuarie 2023 -15 U 75/22 [omissis]

[omissis]