

[INFO PUB]

Pratiques commerciales déloyales

Loteries et coûts additionnels pour les consommateurs

Le 18 octobre 2012, suite à une question préjudicielle posée par la juridiction suprême de Grande Bretagne, la CJUE s'est prononcée sur l'interprétation de la pratique interdite *per se* n° 31 prévue par la Directive n° 2005/29 du 11 mai 2005, selon laquelle il est interdit de « *donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait, soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent, soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût* ».

Aux termes d'une analyse pédagogique de chacun des termes utilisés dans cette disposition, la CJUE a estimé que celle-ci doit « *être interprétée en ce sens qu'[elle] interdit les pratiques agressives par lesquelles des professionnels donnent l'impression fautive que le consommateur a déjà gagné un prix, alors que l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande de ce prix, qu'il s'agisse d'une demande d'information relative à la nature dudit prix ou de la prise de possession de celui-ci, est subordonné à l'obligation, pour le consommateur, de verser de l'argent ou de supporter un coût quelconque* ». Elle a également considéré qu'il « *est sans incidence que le coût imposé au consommateur, tel le coût d'un timbre-poste, soit négligeable par rapport à la valeur du prix ou qu'il ne procure aucun bénéfice au professionnel* » et « *que les actions en rapport avec la demande d'un prix puissent être réalisées selon plusieurs méthodes proposées au consommateur par le professionnel, dont au moins l'une d'entre elles serait gratuite, dès lors que l'une ou plusieurs des méthodes proposées supposent que le consommateur supporte un coût pour s'informer au sujet du prix ou des modalités d'obtention de ce dernier* ».

La Cour a en outre estimé qu'il appartenait aux juridictions nationales d'apprécier les informations fournies aux consommateurs « *en tenant compte de la clarté et de la compréhensibilité des ces informations par le public ciblé par la pratique suivie* ».

[CJUE, 18 octobre 2012, C-428/11](#)