

Sentencja

- 1) Wyrok Sądu Unii Europejskiej z dnia 12 maja 2011 r. w sprawie T-488/09 Jager & Polacek przeciwko OHIM (REDTUBE) zostaje uchylony.
- 2) Stwierdza się nieważność decyzji Czwartej Izby Odwoławczej Urzędu Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) (OHIM) z dnia 29 września 2009 r. (sprawa R 442/2009-4), dotyczącej postępowania w sprawie sprzeciwu między Jager & Polacek GmbH a RT Mediasolutions s. r. o.
- 3) Urząd Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego (znaki towarowe i wzory) zostaje obciążony kosztami postępowania zarówno w pierwszej instancji, jak i w postępowaniu odwoławczym.

(¹) Dz.U. C 6 z 7.1.2012.

Wyrok Trybunału (szósta izba) z dnia 18 października 2012 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Zjednoczone Królestwo) — Purely Creative Ltd, Strike Lucky Games Ltd, Winners Club Ltd, McIntyre & Dodd Marketing Ltd, Dodd Marketing Ltd, Adrian Williams, Wendy Ruck, Catherine Cummings, Peter Henry przeciwko Office of Fair Trading

(Sprawa C-428/11) (¹)

(Dyrektywa 2005/29/WE — Nieuczciwe praktyki handlowe — Praktyka polegająca na informowaniu konsumenta o wygranej i żądaniu od niego dodatkowych opłat w celu otrzymania nagrody)

(2012/C 379/18)

Język postępowania: angielski

Sąd odsyłający

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Strony w postępowaniu głównym

Strona skarżąca: Purely Creative Ltd, Strike Lucky Games Ltd, Winners Club Ltd, McIntyre & Dodd Marketing Ltd, Dodd Marketing Ltd, Adrian Williams, Wendy Ruck, Catherine Cummings, Peter Henry

Strona pozwana: Office of Fair Trading

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Wykładnia pkt 31 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach

handlowych”) (Dz.U. L 149, s. 22) — Praktyki handlowe uznawane za nieuczciwe w każdym wypadku — Praktyka polegająca na informowaniu konsumenta o tym, iż wygrał nagrodę oraz na proponowaniu mu różnych sposobów zgłoszenia się po tę nagrodę, przy równoczesnym zmuszeniu go do poniesienia określonego kosztu, który uzależniony jest od wybranego sposobu odebrania nagrody

Sentencja

Punkt 31 tiret drugie załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) należy interpretować w ten sposób, że zakazuje on agresywnych praktyk handlowych, w ramach których przedsiębiorstwa stwarzają fałszywe wrażenie, iż konsument wygrał nagrodę, podczas gdy dokonanie czynności związanych z jej otrzymaniem, jak zasięgnięcie informacji o charakterze nagrody czy wejście w jej posiadanie, wiąże się dla konsumenta z koniecznością zapłaty określonej kwoty pieniędzy lub poniesienia jakichkolwiek kosztów.

Jest bez znaczenia, że koszt nałożony na konsumenta, na przykład koszt znaczka pocztowego, jest nieistotny w stosunku do wartości nagrody oraz że nie przynosi żadnego dochodu przedsiębiorstwu.

Jest również bez znaczenia, że czynności związanych z otrzymaniem nagrody można dokonać na kilka sposobów zaproponowanych konsumentowi przez przedsiębiorstwo, z których co najmniej jeden jest bezpłatny, jeżeli jeden lub kilka z zaproponowanych konsumentowi sposobów wymaga od konsumenta poniesienia kosztów w celu uzyskania informacji o charakterze nagrody lub możliwościach jej otrzymania.

Zadaniem sądów krajowych jest dokonanie oceny informacji podanych konsumentom w świetle motywów 18 i 19 dyrektywy 2005/29 oraz jej art. 5 ust. 2 lit. b), to jest pod kątem jasności i zrozumiałości tych informacji dla konsumentów, do których praktyka jest skierowana.

(¹) Dz.U. C 311 z 22.10.2011.