



Raccolta della giurisprudenza

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE
ELEANOR SHARPSTON
presentate il 19 dicembre 2013¹

Causa C-515/12

«4finance» UAB

contro

**Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba
Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos**

[Domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dalla Corte suprema amministrativa (Lituania)]

«Tutela dei consumatori — Pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori — Sistema piramidale — Necessità o meno che i consumatori versino un contributo al fine di partecipare ad un sistema a carattere piramidale — Esistenza o meno di un nesso tra il contributo versato da nuovi partecipanti e il corrispettivo pagato ai partecipanti esistenti — Eventuale rilevanza dell'ammontare del contributo»

1. La direttiva 2005/29/CE (in prosieguo: la «direttiva sulle pratiche commerciali sleali» o la «direttiva»)² vieta, inter alia, i sistemi di promozione a carattere piramidale (in prosieguo: i «sistemi a carattere piramidale»). Il Lietuvos vyriausiosios administracinės teisės (Corte amministrativa suprema della Lituania) propone tre questioni, relative all'interpretazione della direttiva, vertenti su siffatti sistemi. Essa chiede se i consumatori debbano essere tenuti a versare un contributo affinché uno schema a carattere piramidale rientri nell'ambito di applicazione della direttiva. In tal caso, se occorra accertare che il sistema in questione è finanziato da detto contributo e se sia rilevante l'importo richiesto per partecipare ad un siffatto sistema.

Normativa

La direttiva

2. I considerando da 2 a 6 della direttiva spiegano che un obiettivo fondamentale è rappresentato dall'introduzione di norme uniformi che migliorano il funzionamento del mercato interno. I considerando 7 e 8 enunciano, rispettivamente, che la direttiva «riguarda le pratiche commerciali il cui intento diretto è quello di influenzare le decisioni di natura commerciale dei consumatori relative a prodotti» e «tutela direttamente gli interessi economici dei consumatori dalle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori». Ai sensi del considerando 11, la direttiva «dà luogo a un elevato livello comune di tutela dei consumatori», introducendo «un unico divieto generale di quelle pratiche commerciali sleali che falsano il comportamento economico dei consumatori». Il

¹ — Lingua originale: l'inglese.

² — 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 e che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (in prosieguo: la «direttiva sulle pratiche commerciali sleali») (GU L 149, pag. 22).

considerando 12 enuncia: «Dall'armonizzazione deriverà un notevole rafforzamento della certezza del diritto sia per i consumatori sia per le imprese, che potranno contare entrambi su un unico quadro normativo fondato su nozioni giuridiche chiaramente definite che disciplinano tutti gli aspetti inerenti alle pratiche commerciali sleali nell'Unione europea. In tal modo si avrà l'eliminazione degli ostacoli derivanti dalla frammentazione delle norme sulle pratiche commerciali sleali lesive degli interessi economici dei consumatori e la realizzazione del mercato interno in questo settore». Ai sensi del considerando 17: «È auspicabile che le pratiche commerciali che sono in ogni caso sleali siano individuate per garantire una maggiore certezza del diritto. L'allegato I riporta pertanto l'elenco completo di tali pratiche. Si tratta delle uniche pratiche commerciali che si possono considerare sleali senza una valutazione caso per caso in deroga alle disposizioni degli articoli da 5 a 9. L'elenco può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».

3. Ai sensi dell'articolo 1, la direttiva intende «contribuire al corretto funzionamento del mercato interno e al conseguimento di un livello elevato di tutela dei consumatori mediante l'armonizzazione delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di pratiche commerciali sleali lesive degli interessi economici dei consumatori».

4. L'articolo 2 contiene talune definizioni chiave:

«(...)

- (c) “prodotto”: qualsiasi bene o servizio, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- (d) “pratiche commerciali delle imprese nei confronti dei consumatori” (in seguito denominate “pratiche commerciali”): qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale, ivi compresi la pubblicità e il marketing, posta in essere da un professionista, direttamente connessa alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori;
- (e) “falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori”: l'impiego di una pratica commerciale idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso;

(...)

- (h) “diligenza professionale” rispetto a pratiche di mercato oneste e/o al principio generale della buona fede nel settore di attività del professionista, il normale grado della speciale competenza e attenzione che ragionevolmente si possono presumere essere esercitate da un professionista nei confronti dei consumatori;

(...)

- (k) “decisione di natura commerciale”: una decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare integralmente o parzialmente, se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto. Tale decisione può portare il consumatore a compiere un'azione o all'astenersi dal compierla.

(...)».

5. L'articolo 3 prevede, segnatamente, che la direttiva:

«1. (...) si applica alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, come stabilite all'articolo 5, poste in essere prima, durante e dopo un'operazione commerciale relativa a un prodotto».

6. L'articolo 3, paragrafo 9, stabilisce quanto segue: «In merito ai «servizi finanziari» definiti alla direttiva 2002/65/CE e ai beni immobili, gli Stati membri possono imporre obblighi più dettagliati o vincolanti di quelli previsti dalla presente direttiva nel settore che essa armonizza».

7. L'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva vieta le pratiche commerciali sleali. In base all'articolo 5, paragrafo 2, una pratica commerciale è sleale se è «contraria alle norme di diligenza professionale» e «falsa o è idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che raggiunge o al quale è diretta (...)». L'articolo 5, paragrafo 5, dispone: «L'allegato I riporta l'elenco di quelle pratiche commerciali che sono considerate in ogni caso sleali. Detto elenco si applica in tutti gli Stati membri e può essere modificato solo mediante revisione della presente direttiva».

8. Gli articoli da 6 a 9 non sono pertinenti nella specie. Essi riguardano (rispettivamente) le azioni ingannevoli, le omissioni ingannevoli, le pratiche commerciali aggressive e il ricorso a molestie, coercizione o indebito condizionamento.

9. Al punto 14 della «lista nera», di cui all'allegato I della direttiva, figura: «Avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti³».

Normativa nazionale

10. A norma dell'articolo 7, punto 22 del Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vertojams draudimo įstatymas (legge della Repubblica di Lituania che vieta le pratiche commerciali sleali nei confronti dei consumatori), si presume che una pratica commerciale sia ingannevole, e pertanto sleale, quando assume la forma della creazione di un sistema di distribuzione di beni a carattere piramidale che offre ai consumatori la possibilità di ricevere un corrispettivo principalmente per aver fatto entrare altri consumatori nel sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti, nonché della gestione o della promozione di un sistema siffatto.

Fatti, procedimento e questioni pregiudiziali

11. La «4finance» UAB (in prosieguo: la «4finance») concede prestiti di modesta entità a consumatori mediante contratti a distanza. Dal 26 ottobre 2010 al 15 febbraio 2011 essa ha condotto una campagna pubblicitaria annunciando che chiunque si fosse registrato sul suo sito Internet avrebbe ricevuto sul suo conto un credito per ogni «amico» da lui presentato registratosi sul sito Internet della 4finance a seguito di detto invito. Il procedimento era il seguente: per registrarsi, i consumatori dovevano compilare un modulo on-line e versare un importo di registrazione puramente nominale pari a LTL 0,01. La 4finance chiedeva a chi si fosse registrato di invitare «amici» a registrarsi indicando, nel campo previsto a tale scopo sul sito Internet, il numero di telefono cellulare o l'indirizzo di posta elettronica di tale persona. L'indicazione di siffatte informazioni consentiva alla 4finance di

3 — Ritengo che l'espressione nel testo inglese della direttiva «(...) gives consideration for the opportunity to receive compensation (...)» significhi versare un contributo per avere l'opportunità di ricevere un corrispettivo. Occorre sottolineare che non tutte le versioni linguistiche della direttiva, compresa quella lituana, contengono l'espressione «gives consideration» («versa un contributo», nella versione italiana).

promuovere i suoi prestiti di modesta entità a quegli «amici» che sarebbero stati invitati a registrarsi. Se una persona si registrava, il consumatore che aveva fornito i suoi dati riceveva un credito (un «buono») di LTL 10 o LTL 20)⁴. A seguito della registrazione, l'interessato acquisiva il diritto di chiedere alla 4finance un prestito di modesta entità, che sarebbe stato concluso mediante un contratto a distanza⁵.

12. Il Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (Autorità nazionale per la tutela dei diritti dei consumatori) ha considerato che la 4finance aveva introdotto un sistema piramidale di vendita, che conferiva ai consumatori il diritto di ricevere un corrispettivo principalmente per l'introduzione di nuovi partecipanti al sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti. Esso ha dunque emanato una decisione che infliggeva alla 4finance un'ammenda di LTL 8 000 per la violazione della normativa nazionale che vieta siffatti sistemi.

13. La 4finance ha impugnato tale decisione con un ricorso diretto alla condanna del Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (Ministero delle finanze) a rimborsarle detta ammenda. Il 25 ottobre 2011 il giudice di primo grado respingeva quest'ultima istanza. La 4finance ha quindi interposto appello dinanzi al Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo, che ha chiesto alla Corte una pronuncia pregiudiziale sulle seguenti questioni:

- «1) Se il punto 14 dell'allegato I della [direttiva] debba essere interpretato nel senso che il fatto di avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale è considerato una pratica commerciale in ogni caso ingannevole unicamente quando il consumatore è tenuto a versare un contributo per ricevere un corrispettivo principalmente per aver fatto entrare altri consumatori nel sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti.
- 2) Qualora sia necessario che il consumatore [versi un contributo] in cambio del diritto di ricevere un corrispettivo, se l'entità del [contributo versato] dal consumatore in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo principalmente per aver fatto entrare altri consumatori nel sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti abbia un'incidenza sulla qualificazione del sistema di promozione a carattere piramidale come pratica commerciale ingannevole, ai sensi del punto 14 dell'allegato I della direttiva. Se le quote di un importo puramente simbolico versate da consumatori per consentire l'identificazione di questi ultimi possano essere considerate come un contributo fornito in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo, ai sensi del punto 14 dell'allegato I della direttiva.
- 3) Se si debba interpretare il punto 14 dell'allegato I della direttiva nel senso che, perché un sistema di promozione a carattere piramidale sia considerato come pratica commerciale ingannevole, conta solo che il corrispettivo sia versato al consumatore già registrato principalmente per aver fatto entrare altri consumatori nel sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti, o se invece rivesta importanza anche in quale misura il corrispettivo versato ai partecipanti al sistema per aver fatto entrare nuovi consumatori sia finanziato dai contributi dei nuovi membri. Se, nel caso [di cui trattasi nel procedimento principale], il corrispettivo pagato ai partecipanti al sistema di promozione a carattere piramidale già registrati debba essere finanziato, interamente o per la maggior parte, dai contributi dei nuovi membri entrati nel sistema».

14. Osservazioni scritte sono state presentate dalla 4finance, dai governi di Repubblica ceca, Italia, Lituania e Polonia, nonché dalla Commissione europea. Non essendone stata fatta richiesta, non si è tenuta udienza.

4 — Dal fascicolo processuale del giudice nazionale emerge che i consumatori potevano invitare sino a 50 persone al giorno e non più di 200 persone al mese.

5 — Nel corso della campagna si sono registrate più di 12 223 persone. Di costoro, 3 577 hanno chiesto un prestito e 2 868 lo hanno ricevuto, alcuni ottenendo più di un prestito di modesta entità. La 4finance ha ricevuto circa LTL 122 a titolo di quote di registrazione ed ha versato LTL 236 060 a titolo di buoni.

Valutazione

Osservazioni preliminari

15. È pacifico che il procedimento a quo concerne una pratica commerciale tra imprese e consumatori vertente sulla promozione, la vendita o la fornitura di prodotti ai consumatori, ai sensi della direttiva.

16. In detto procedimento, un'amministrazione statale intende dare attuazione a una normativa nazionale di trasposizione della direttiva. Secondo una giurisprudenza costante, il giudice del rinvio, nella sua pronuncia, deve fare tutto il possibile, nell'ambito della propria competenza e tenendo conto dell'intero diritto nazionale, al fine di garantire la piena efficacia della direttiva, conformemente allo scopo che essa persegue⁶.

Questione 1

17. Con la prima questione il giudice del rinvio chiede se un consumatore sia tenuto a versare un contributo affinché un sistema piramidale costituisca una pratica commerciale ingannevole, ai sensi del punto 14 dell'allegato I.

18. Ai fini dell'esame di questa questione occorre accertare cosa costituisca un sistema piramidale. Siffatti sistemi sono descritti in tutte le osservazioni che figurano nel presente procedimento (ad eccezione di quelle della Commissione⁷), ma le descrizioni differiscono.

19. La 4finance afferma di gestire una rete di commercializzazione legale, e non un sistema piramidale. A suo avviso, un sistema piramidale comprende: (i) un tipo di investimento; (ii) una frode connessa all'uso delle somme investite; (iii) pagamenti corrisposti agli investitori esistenti mediante fondi versati dai nuovi investitori; (iv) la promessa di un rendimento particolarmente elevato; e (v) un utile generato dal numero dei nuovi investitori che partecipano al sistema piuttosto che dai prodotti venduti.

20. A giudizio della Repubblica ceca, l'elemento essenziale di siffatti sistemi è che ciascun consumatore paga per entrarvi, sapendo che riceverà un corrispettivo derivante dai consumatori che si registrano nel sistema dopo di lui. Non si produce alcun valore aggiunto, ma semplicemente una ridistribuzione delle risorse. L'Italia fa valere che in siffatti sistemi i prodotti rivestono un'importanza secondaria e sono soltanto un pretesto per attirare nel sistema altri consumatori: il sistema medesimo è di importanza fondamentale. La Lituania osserva che nella giurisprudenza della Corte non esiste una definizione del termine «sistema a carattere piramidale», ma considera che da numerosi studi emerge chiaramente che un elemento fondamentale di siffatti sistemi è costituito dall'esistenza di un nesso tra il vantaggio ricevuto dal consumatore (il corrispettivo o pagamento) e la circostanza che questi inviti nuovi partecipanti a registrarsi nel sistema. È proprio siffatto nesso a determinare se detti sistemi siano legali o illegali. La Polonia sostiene che l'aspetto essenziale di un sistema piramidale è che le vincite o i profitti dipendono dai pagamenti effettuati da persone ai livelli inferiori nella struttura piramidale piuttosto che dalla vendita di prodotti.

21. Il punto 14 dell'allegato I della direttiva contiene un elenco cumulativo ed esaustivo degli elementi che devono essere accertati al fine di stabilire che il divieto di cui all'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva si applica ai sistemi piramidali. Non è contemplata la frode, né esiste alcuna indicazione nel senso che il rendimento o il pagamento corrisposto ai membri esistenti, che invitano nuovi

6 — Sentenza dell'8 settembre 2011, *Rosado Santana*, C-177/10, Racc. pag. I -7907, punto 50 e la giurisprudenza ivi citata.

7 — V. lo studio, commissionato dalla Commissione europea, di Micklitz, Monazzahian e Rössler, «Door to door selling – Pyramid selling – Multilevel marketing».

partecipanti a entrare nel sistema, debba ammontare (per lo meno) ad un certo valore. I sistemi che usano una tecnica promozionale a piramide senza siffatte caratteristiche particolari elencate dalla 4finance, ma nei quali sono presenti tutti gli elementi figuranti al punto 14 dell'allegato I, sono pratiche commerciali ingannevoli, e pertanto sleali ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 5, della direttiva.

22. Ovviamente, i sistemi a piramide possono essere funesti, in quanto promettono rendimenti elevati in un breve periodo di tempo in cambio soltanto del pagamento di una quota di registrazione e dell'invito a nuovi partecipanti a fare lo stesso, e incoraggiano in tal modo i consumatori ad investire sulla base di aspettative false o irrealistiche. Tuttavia, l'ammontare del rendimento rispetto alla quota di registrazione o la velocità con cui si producono i profitti non sono tra gli elementi figuranti al punto 14 dell'allegato I. Essi sono pertanto irrilevanti al fine di determinare se un particolare sistema sia vietato.

23. Peraltro, il giudice del rinvio attira giustamente l'attenzione su un'improvvisa discordanza tra le varie versioni linguistiche, tutte ugualmente autentiche, della direttiva. La maggior parte di esse include tra gli elementi di un sistema piramidale il fatto di fornire un «contributo» [consideration] in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo⁸. Per contro, nelle versioni bulgara, tedesca, greca, ungherese, lituana, svedese e slovena non è chiaramente formulato il requisito del pagamento di «un contributo». I testi lituano e tedesco (menzionati dal giudice del rinvio) enunciano, rispettivamente; «piramidės pobūdžio skatinimo sistemas sukūrimas, naudojimas ar reklamavimas, kai vartotojui suteikiama galimybė gauti atlygį visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą» e «Einführung, Betrieb oder Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung, bei dem der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist». Pertanto, in tali versioni linguistiche della direttiva, il pagamento effettuato dal consumatore («contributo») per la partecipazione in un sistema non è specificato come una caratteristica necessaria di un sistema piramidale. Tuttavia, in altre versioni linguistiche (ad esempio quelle francese, polacca e spagnola, del pari esaminate dal giudice del rinvio), questa è invece una caratteristica essenziale.

24. La 4finance fa valere che il pagamento di LTL 0,01 richiesto per registrarsi non era corrisposto in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo, ma serviva soltanto ad identificare il consumatore interessato. Detta quota costituiva l'onere più basso possibile che si poteva richiedere al fine di garantire che la 4finance disponesse di informazioni affidabili, idonee ad identificare la persona che si registrava. Grazie alla riscossione on line, detto onere offriva alla 4finance accesso alle informazioni relative al nome, cognome, numero di identificazione e numero di conto corrente della persona interessata nonché ad altri dati personali necessari per la concessione di un credito a distanza.

25. L'Italia afferma che deve configurarsi un'operazione economica di un consumatore e che una siffatta operazione non sussiste senza un contributo. La Polonia fa valere che il contributo è un elemento essenziale di un sistema piramidale. Interpretare diversamente la direttiva ne estenderebbe la portata e ostacolerebbe lo sviluppo del mercato interno, senza peraltro migliorare la tutela del consumatore. La Lituania è dell'avviso che la circostanza che un consumatore versi o no un contributo per partecipare ad un sistema piramidale non può essere un fattore decisivo. Essa considera che l'ambito del divieto sarebbe inutilmente limitato se la definizione della vendita a piramide dipendesse dal versamento di un contributo per la partecipazione.

26. La Commissione sostiene che le pratiche sleali rientrano nell'ambito della direttiva se hanno carattere commerciale. Un consumatore che versa un contributo per partecipare ad un sistema effettua un'operazione commerciale, che è pertanto coperta dalla direttiva.

8 — Ossia i testi ceco, danese, estone, finlandese, francese, inglese, italiano, lettone, maltese, neerlandese, polacco, portoghese, rumeno, slovacco e spagnolo.

27. Secondo una giurisprudenza consolidata, in caso di divergenza fra le varie versioni linguistiche di un testo dell'Unione europea, la disposizione di cui trattasi deve essere intesa in funzione del sistema e della finalità della normativa di cui fa parte⁹. Di conseguenza, l'esigenza che una decisione sia applicata e quindi interpretata in modo uniforme esclude la possibilità di considerare isolatamente una delle versioni, ma rende al contrario necessaria l'interpretazione basata sulla reale volontà del legislatore e sullo scopo da questi perseguito, alla luce di tutte le versioni linguistiche¹⁰.

28. A mio avviso, un sistema piramidale esiste, ai sensi del punto 14 dell'allegato I, soltanto se i consumatori versano un contributo al fine di partecipare al medesimo.

29. Siffatta interpretazione del punto 14 dell'allegato I è corroborata da un esame del suo contesto e della sua finalità.

30. Ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva, essa si applica alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori. Un sistema piramidale configura una siffatta pratica.

31. Le pratiche che rientrano nella lista nera figurante all'allegato I, (ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 5) «sono considerate in ogni caso sleali». Non occorre procedere ad un esame, ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 2, al fine di stabilire se la pratica di cui trattasi sia contraria alle norme di diligenza professionale e se sia idonea a falsare il comportamento economico del consumatore medio ai sensi di detta disposizione. L'allegato I contiene un elenco delle pratiche che sono considerate ingannevoli in ogni caso. Esso include ovviamente qualsiasi pratica che sia un sistema piramidale ai sensi del punto 14 dell'allegato. Le pratiche figuranti nella lista nera configurano automaticamente pratiche commerciali sleali, vietate dall'articolo 5, paragrafo 1¹¹.

32. La direttiva vieta il ricorso ad una pratica commerciale «idonea ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, inducendolo pertanto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso¹²». Una «decisione di natura commerciale» è definita come «una decisione presa da un consumatore relativa a se acquistare o meno un prodotto, in che modo farlo e a quali condizioni, se pagare (...), se tenere un prodotto o disfarsene o se esercitare un diritto contrattuale in relazione al prodotto (...)»¹³. La direttiva considera dunque la circostanza se la capacità del consumatore di prendere una decisione finanziaria nel proprio interesse sia alterata dalle pratiche adottate dall'impresa di cui trattasi. Entrambe le definizioni implicano che la direttiva riguarda le pratiche che richiedono il versamento di un contributo da parte dei consumatori (ad esempio il pagamento di una quota) piuttosto che situazioni nelle quali non si configura un impegno economico del genere. Una definizione che comprenda un contributo è conforme alla finalità di tutela dei consumatori allorché essi prendono decisioni relative ai propri interessi economici. In mancanza di un contributo, sarebbe incerta l'identificazione del comportamento economico meritevole di tutela ai sensi della direttiva.

33. La Lituania fa valere che porre la condizione che i consumatori versino un contributo per partecipare ad un sistema piramidale restringe l'ambito di applicazione del divieto di cui al punto 14 dell'allegato I. Ciò comprometterebbe l'effetto dell'articolo 3, paragrafo 9, e sarebbe incompatibile con le finalità della direttiva.

34. Non sono d'accordo.

9 — Sentenze dell'8 ottobre 1982, CILFIT e a., 283/81, Racc. pag. 3415, punti da 18 a 20, del 7 dicembre 1995, Rockfon, C-449/93, Racc. pag. I-4291, punto 28 e del 1° aprile 2004, Borgmann, C-1/02, Racc. pag. I-3219, punto 25.

10 — Sentenza del 3 giugno 2010, *Internetportal und Marketing*, C-569/08, Racc. pag. I-4871, punto 35 e la giurisprudenza ivi citata. V., più di recente, la sentenza del 25 aprile 2013, *Bark*, C-89/12, punto 36.

11 — V. anche la sentenza del 17 ottobre 2013, *RLvS*, C-391/12, punto 33.

12 — Articolo 2, lettera e).

13 — Articolo 2, lettera k).

35. L'articolo 3, paragrafo 9, autorizza gli Stati membri ad introdurre requisiti più restrittivi per i servizi finanziari. Un requisito ai sensi del quale i consumatori devono pagare un contributo per partecipare ad un sistema piramidale, qualunque ne sia l'oggetto, non ha alcuna incidenza sul potere degli Stati membri di introdurre misure più vincolanti relative ai servizi finanziari.

36. Vero è che l'inclusione del contributo come elemento necessario affinché un sistema rientri nel punto 14 dell'allegato I ne restringe l'ambito di applicazione. Tuttavia, non ritengo che siffatta interpretazione comprometta le finalità e gli obiettivi della direttiva.

37. La direttiva mira a vietare le pratiche commerciali il cui intento diretto è quello di influenzare le decisioni di natura commerciale dei consumatori relative a prodotti e a tutelare i loro interessi economici dalle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori¹⁴, al fine di creare un elevato livello di tutela del consumatore nell'intero territorio dell'Unione europea¹⁵. Tuttavia, i considerando 12 e 17 chiariscono anche che il legislatore mirava a garantire una maggiore certezza del diritto, elemento essenziale per il funzionamento del mercato interno¹⁶, sia per i consumatori che per le imprese, segnatamente identificando quelle pratiche commerciali, come i sistemi piramidali, che sono sleali in ogni caso.

38. Nel compilare la lista nera, contenuta all'allegato I, di pratiche commerciali che «sono considerate in ogni caso sleali», ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 5, il legislatore mirava presumibilmente a identificare le pratiche che erano le più manifestamente odiose. Si deve ricordare che la direttiva mira ad un'armonizzazione completa¹⁷ e che gli Stati membri non possono derogare alla lista nera: l'elenco può essere modificato solo mediante revisione della direttiva¹⁸. Non è consentito un esame caso per caso per stabilire se una pratica che rientra in uno dei punti di cui all'allegato I soddisfi *di fatto* uno dei criteri relativi a cosa costituisca una pratica commerciale sleale, enunciati all'articolo 5, paragrafi 2 e 4. Una pratica figurante nella lista nera è vietata ipso facto in tutti gli Stati membri.

39. Quando esiste una discordanza tra le versioni linguistiche – come avviene nella fattispecie – mi sembra che tali fattori depongano a favore di considerare vincolante la versione che richiede la presenza di più elementi, invece che di meno, affinché una particolare pratica sia automaticamente inclusa nella lista nera in quanto compresa in uno dei punti di cui all'allegato I. Una pratica non automaticamente inclusa nella lista nera può comunque essere considerata illegale se un esame caso per caso mostra che essa non soddisfa uno dei criteri individuali relativi a cosa costituisca una pratica sleale, di cui all'articolo 5. Siffatta lettura non compromette dunque l'obiettivo di garantire un livello elevato di tutela del consumatore, mentre, d'altro canto, contribuisce positivamente a creare certezza del diritto relativamente a cosa rientri nella lista nera di cui all'allegato I¹⁹.

40. Di conseguenza, resto dell'opinione che, affinché un sistema rientri nella definizione di cui al punto 14 dell'allegato I, occorre che un consumatore sia tenuto a versare un contributo al fine di partecipare al medesimo.

14 — V., rispettivamente, i considerando 7 e 8.

15 — Considerando 11.

16 — V. sentenza del 18 ottobre 2012, *Purely Creative*, C-428/11, punto 45.

17 — Cfr. considerando 5 e 6.

18 — Articolo 5, paragrafo 5.

19 — Riguardo alle difficoltà create se un contributo *non* è richiesto, v. il paragrafo 31 supra.

Questione 3

41. La questioni 2 e 3 sono strettamente connesse. Con tali questioni, il giudice del rinvio chiede se sia necessario stabilire un nesso tra il contributo versato dai nuovi partecipanti e il corrispettivo corrisposto ai membri esistenti (questione 3) e, in tal caso, se l'ammontare di siffatto contributo sia rilevante (questione 2). Per rispondere al giudice nazionale, sembra più logico esaminare le questioni in questo ordine.

42. Il giudice del rinvio chiarisce che, per statuire sul procedimento principale, egli deve sapere se sia rilevante la circostanza che il contributo versato per partecipare al sistema di cui trattasi era relativamente basso (LTL 0,01) rispetto ai buoni corrisposti per il buon esito dell'introduzione di nuovi membri (tra LTL 10 e LTL 20). Pertanto, nella terza questione, esso chiede, in primo luogo, se una pratica commerciale sia ingannevole, ai sensi del punto 14 dell'allegato I, allorché il corrispettivo è pagato dall'operatore del sistema principalmente per il buon esito dell'introduzione di nuovi partecipanti piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti. In secondo luogo, se costituisca un fattore rilevante la misura in cui siffatto corrispettivo sia finanziato dal contributo versato per partecipare a siffatto sistema.

43. La 4finance fa valere che un sistema piramidale non può esistere se il corrispettivo pagato è finanziato dalle risorse dell'impresa coinvolta invece che dal contributo versato dai nuovi membri. La Repubblica ceca considera che deve esistere un nesso tra il contributo versato per partecipare ad un sistema e i pagamenti corrisposti ai membri esistenti per l'introduzione di nuovi membri, e che il contributo dovrebbe essere di per sé sufficiente per garantire il funzionamento del sistema. L'Italia, la Lituania e la Polonia, nonché la Commissione, affermano che, ai fini dell'applicazione del punto 14 dell'allegato I, non è necessario dimostrare alcun nesso di tale natura.

44. Purtroppo, il tenore letterale del punto 14 dell'allegato I non corrisponde in tutte le versioni linguistiche del testo.

45. Infatti, dei testi esaminati dal giudice del rinvio (il corsivo è aggiunto in tutte le citazioni che seguono), le versioni lituana e tedesca enunciano che, in un sistema promozionale a carattere piramidale, il consumatore riceve un corrispettivo «*principalmente per*» l'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che per la vendita o il consumo di prodotti²⁰. Definisco queste versioni come le versioni «senza condizione relativa».

46. Per contro, ai sensi del testo francese «*percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits*», e, secondo quello spagnolo, «*la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos*». Il testo inglese corrisponde a queste versioni, allorché menziona l'opportunità di «*receive compensation that is derived primarily from the introduction of other consumers into the scheme rather than from the sale or consumption of products*». Definisco queste versioni come le versioni «con condizione relativa»²¹.

47. Questa direttiva mira ad introdurre un'armonizzazione totale; e le pratiche incluse nella lista nera di cui all'allegato I sono vietate *ipso facto*²². Esiste tuttavia un'evidente differenza tra le versioni senza condizione relativa e quelle con condizione relativa. Come deve procedere la Corte in siffatte circostanze?

20 — V. il precedente paragrafo 22.

21 — Ho scelto tali definizioni a seconda che il testo preveda o meno il presupposto in base al quale il corrispettivo ricevuto dai membri esistenti deve «essere connesso» (o derivare da) a quanto apportato grazie all'entrata di nuovi partecipanti.

22 — V. i miei commenti, al paragrafo 31 supra, relativamente alla prima questione.

48. In breve, un approccio conforme alle versioni con condizione relativa stabilisce un chiaro nesso economico tra il corrispettivo versato ai membri esistenti e il reclutamento di nuovi membri. Si tratta di una lettura del testo restrittiva, conforme al principio (a cui mi sono attenuta nella risposta alla prima questione) secondo il quale la lista nera, di cui all'allegato I, deve essere letta restrittivamente. Siffatto approccio del resto, in quanto restrittivo, lascia maggiore spazio ad un marketing creativo. «Creativo» non equivale necessariamente a «sleale». Ed esiste sempre una rete di sicurezza, in quanto una valutazione caso per caso, ai sensi dell'articolo 5, paragrafi 2 o 4, determinerebbe il divieto di una pratica creativa che *sia* sleale. Se necessario, i pagamenti in natura invece che in denaro possono essere valutati ai sensi del loro equivalente in denaro (per il consumatore) in sede di valutazione.

49. Per contro, un approccio che segua la versione «senza condizione relativa» ha il merito della semplicità. I giudici nazionali non sarebbero tenuti a valutare quale proporzione del corrispettivo ricevuto come compenso per il reclutamento di nuovi membri sia finanziata con quanto viene pagato da questi ultimi (che si tratti di una quota iniziale di registrazione o di pagamenti successivi). Né essi sarebbero tenuti a chiedere, caso per caso, cosa significhi «derivante *principalmente* da» – e la lista figurante all'allegato I mira appunto ad evitare la necessità di siffatta analisi caso per caso. Il significato attribuito a tale espressione dai diversi giudici nazionali nei diversi Stati membri potrebbe variare, compromettendo l'uniformità dell'approccio; e la mancanza di uniformità non migliora il funzionamento del mercato interno²³. Un approccio di «natura incondizionata» potrebbe (forse) essere maggiormente idoneo ad evitare l'elusione mediante sistemi che dissimulano le transazioni utilizzando pagamenti in natura invece che in denaro.

50. Dopo qualche esitazione, considero che una lettura a favore delle versioni «con condizione relativa» sia maggiormente conforme all'approccio che ho adottato per risolvere la prima questione. Concludo pertanto che, affinché un sistema piramidale rientri nel punto 14 dell'allegato I e sia dunque vietato ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva, occorre dimostrare che il corrispettivo pagato ai membri esistenti deriva principalmente dal contributo versato dai nuovi partecipanti.

51. Nel caso in cui la Corte pervenga ad una conclusione diversa, aggiungo le seguenti osservazioni, relative all'eventuale argomento secondo il quale l'approccio «senza condizione relativa» in certi casi può determinare un risultato iniquo, in quanto può colpire tanto le transazioni legittime quanto le truffe.

52. Ricordo che, in mancanza di una delle condizioni cumulative previste al punto 14 dell'allegato I, una transazione non sarà colpita da detta disposizione. Pertanto, ad esempio, se non è richiesto un contributo per partecipare ad un particolare sistema, il divieto non trova applicazione.

53. Tuttavia, si supponga che un operatore desideri imporre una tassa di registrazione al fine di coprire le sue spese amministrative (ad esempio, i lettori versano una tassa d'ingresso per partecipare ad un club di lettura e ricevono un buono per un libro se reclutano nuovi membri per il club). Questo sarebbe vietato? Penso di no, perché non si configurerebbe un sistema piramidale.

54. Il termine «piramide» figura in tutte le versioni linguistiche della direttiva, tranne in quella tedesca che usa il termine «*Schneeballsystems*» e, per rientrare nel punto 14 dell'allegato I, il sistema di cui trattasi deve avere un struttura piramidale²⁴.

23 — V. articolo 1 della direttiva.

24 — Il termine *Schneeballsystems* («sistemi a effetto valanga») copre lo stesso tipo di truffa compreso nel «sistema piramidale» in tutte le altre versioni linguistiche della direttiva. Non mi sembra significativo il fatto che l'aggiunta cumulativa di nuovi membri parta dall'operatore al centro invece che da una traiettoria verticale dal vertice di una piramide; non credo pertanto che il testo tedesco cerchi di identificare un fenomeno diverso da quello contemplato nelle altre versioni linguistiche.

55. L'espressione «un sistema di promozione a carattere piramidale» non è definita all'articolo 2 della direttiva. Nelle osservazioni presentate alla Corte, siffatti sistemi sono descritti in svariati modi²⁵. I minimi comuni denominatori che emergono da tali descrizioni sono che: (i) siffatti sistemi devono essere finanziati dai nuovi membri; (ii) i corrispettivi vengono versati ai membri esistenti; (iii) detti corrispettivi sono finanziati mediante i contributi di quei nuovi membri invece che con la vendita di prodotti; e (iv) coloro che aderiscono al sistema da ultimi (ai livelli più bassi) hanno meno opportunità di ottenere un profitto rispetto a chi sta ad un livello più alto (i membri esistenti), in quanto, perché ciascun membro del sistema possa ottenere un profitto, il numero dei nuovi partecipanti dovrebbe essere infinito.

56. Tenendo conto di questi criteri comuni, mi sembra che, al fine di dimostrare che l'operazione di cui trattasi costituisce un sistema piramidale, debbano sussistere numerosi livelli con l'operatore al vertice²⁶ nonché un reclutamento cumulativo di nuovi membri con una crescita esponenziale. A differenza delle antiche strutture in pietra – le piramidi dell'antico Egitto – la traiettoria è rivolta verso il basso, dal vertice alla base della piramide, invece che verso l'alto, dalle fondamenta verso l'apice. Una tale tesi, che si concentra sull'elemento che fa di detti sistemi una truffa, è conforme all'obiettivo della direttiva di garantire un elevato livello di tutela del consumatore. Le entrate principali del sistema derivanti dalla successione delle quote di registrazione, invece che dalla commercializzazione dei prodotti o servizi forniti ai consumatori.

57. Spetta ovviamente al giudice del rinvio stabilire i fatti nel procedimento principale. Dalle spiegazioni enunciate nella domanda di pronuncia pregiudiziale, sembra che il sistema messo in atto dalla 4finance non abbia una struttura piramidale ai sensi del punto 14 dell'allegato I.

Questione 2

58. Con la seconda questione, il giudice del rinvio chiede se il contributo nominale richiesto, al fine di identificare i consumatori che si registrano in un sistema piramidale, configuri un «contributo», ai sensi del punto 14 dell'allegato I.

59. Concordo con la posizione della Commissione, dell'Italia, della Lituania e della Polonia, secondo la quale da un'interpretazione letterale della direttiva consegue che non esiste alcuna disposizione relativa ad un ammontare minimo del contributo e che siffatto ammontare non può essere dedotto. Il tenore letterale del punto 14 dell'allegato I è chiaro (per lo meno su questo punto). L'espressione «fornisce un contributo» non richiede che un consumatore paghi un determinato importo per partecipare ad un sistema piramidale²⁷.

60. I motivi per i quali un'impresa che introduce un siffatto sistema chiede il versamento di un contributo (ad esempio, come nella fattispecie, per ottenere informazioni affidabili relativamente ai soggetti che si registrano al fine di stipulare un contratto di prestito) non costituiscono un fattore rilevante ai fini della direttiva.

61. Inoltre, leggere nel punto 14 dell'allegato I un requisito in forza del quale un consumatore deve versare un certo contributo minimo sarebbe in contrasto con la finalità di piena armonizzazione della direttiva e con i suoi obiettivi di uniformità e di certezza del diritto²⁸.

62. Ne consegue che qualsiasi importo, per quanto irrilevante, costituisce un contributo ai sensi della direttiva.

25 — V. paragrafi da 18 a 20 delle presenti conclusioni.

26 — Per l'effetto *schneeball*, l'operatore sarebbe al centro e dovrebbero configurarsi numerosi anelli verso l'esterno.

27 — V., ad esempio, l'approccio adottato dalla Corte nella sentenza *PurelyCreative*, cit. alla nota 16 supra, punti 30 e 34.

28 — V. il precedente paragrafo 2.

Conclusione

63. Di conseguenza, ritengo che la Corte debba rispondere alle questioni sottoposte dal Lietuvos vyriausiosios administracinės teisės tarnybos kaip seka:

Il punto 14 dell'allegato I della direttiva 2005/29/CE (la direttiva sulle pratiche commerciali sleali) deve essere interpretato come segue:

- si configura un sistema di promozione a carattere piramidale, ai sensi di detta disposizione, se un consumatore versa un contributo al fine di partecipare a siffatto sistema;
- al fine di determinare se, in una determinata fattispecie, siano presenti gli elementi figuranti al punto 14 dell'allegato I occorre accertare che il sistema di cui trattasi ha una struttura piramidale, nel senso che consiste di livelli diversi, con l'operatore al vertice, e si configura un reclutamento cumulativo di nuovi membri con una crescita esponenziale. Ai fini di tale accertamento occorre dimostrare che il corrispettivo versato ai membri esistenti del sistema deriva principalmente dal contributo versato dai nuovi membri;
- qualsiasi importo, per quanto irrilevante, configura un contributo ai sensi della direttiva.