ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (τρίτο τμήμα)

της 17ης Οκτωβρίου 2013*

«Οδηγία 2005/29/ΕΚ — Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές — Προσωπικό πεδίο εφαρμογής — Παραπλανητικές παραλείψεις σε κεκαλυμμένες διαφημίσεις — Νομοθεσία κράτους μέλους απαγορεύουσα δημοσιεύσεις επ' αμοιβή χωρίς τη σήμανση αυτών ως "αγγελιών" ("Anzeige") — Πλήρης εναρμόνιση — Αυστηρότερα μέτρα — Ελευθερία του Τύπου»

Στην υπόθεση C-391/12,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, που υπέβαλε το Bundesgerichtshof (Γερμανία) με απόφαση της 19ης Ιουλίου 2012, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 22 Αυγούστου 2012, στο πλαίσιο της δίκης

RLvS Verlagsgesellschaft mbH

κατά

Stuttgarter Wochenblatt GmbH,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (τρίτο τμήμα),

συγκείμενο από τους M. Ilešič, πρόεδρο τμήματος, C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, C. Toader (εισηγήτρια) και E. Jarašiūnas, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: M. Wathelet

γραμματέας: K. Malacek, υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 12ης Ιουνίου 2013,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

— η RLvS Verlagsgesellschaft mbH, εκπροσωπούμενη από τον A. Sasdi, Rechtsanwalt,

— η Stuttgarter Wochenblatt GmbH, εκπροσωπούμενη από τους F.-W. Engel και A. Rinkler, Rechtsanwälte,

— η Γερμανική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον T. Henze και τη J. Kemper,

— η Τσεχική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τους M. Smolek και J. Vláčil καθώς και εκπροσωπούμενη από τη S. Šindelková,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

— η Πολωνική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τις B. Majczyna και M. Szpunar,

— η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τη M. Owsiany-Hornung καθώς και εκπροσωπούμενη από τους V. Kreuschitz και M. van Beek,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 11ης Ιουλίου 2013,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως αφορά την ερμηνεία του άρθρου 7 της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (ΕΕ L 149, σ. 22), καθώς και του σημείου 11 του παραρτήματος Ι αυτής.

2 Η υπό κρίση αίτηση υποβλήθηκε στο πλαίσιο της ένδικης διαφοράς μεταξύ της RLvS Verlagsgesellschaft mbH (στο εξής: RLvS) και της Stuttgarter Wochenblatt GmbH (στο εξής: Stuttgarter Wochenblatt) με αντικείμενο τη δυνατότητα να απαγορευτεί στην RLvS να δημοσιεύει ή να επιτρέπει τη δημοσίευση σε εφημερίδα δημοσιεύσεων επ' αμοιβή χωρίς τη σήμανση αυτών ως «αγγελιών» («Anzeige»).

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

Η οδηγία 2005/29

3 Οι αιτιολογικές σκέψεις 6 έως 8 της οδηγίας 2005/29 έχουν ως εξής:

«(6) [...] η παρούσα οδηγία επιδιώκει την προσέγγιση της νομοθεσίας των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της αθέμιτης διαφήμισης, οι οποίες βλάπτουν άμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και, συνεπώς, έμμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των θεμιτών ανταγωνιστών. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, η οδηγία προστατεύει τους καταναλωτές από τις συνέπειες τέτοιου είδους αθέμιτων εμπορικών πρακτικών όπου αυτές είναι ουσιώδεις, αλλά αναγνωρίζει ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις, η επίπτωση στους καταναλωτές μπορεί να είναι αμελητέα. Δεν καλύπτει ούτε θίγει τους εθνικούς νόμους για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν μόνο τα οικονομικά συμφέροντα των ανταγωνιστών ή τις πρακτικές που αφορούν εμπορικές συναλλαγές· τα κράτη μέλη, λαμβάνοντας πλήρως υπόψη τους την αρχή της επικουρικότητας, θα συνεχίσουν να είναι σε θέση να ρυθμίζουν τέτοιου είδους πρακτικές, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, εφόσον επιλέξουν να το πράττουν. [...]

(7) Η παρούσα οδηγία αφορά εμπορικές πρακτικές που αποβλέπουν άμεσα στον επηρεασμό των αποφάσεων των καταναλωτών σε σχέση με προϊόντα. [...]

(8) Η παρούσα οδηγία προστατεύει τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές. Συνεπώς, προστατεύει έμμεσα τις επιχειρήσεις που λειτουργούν με θεμιτό τρόπο έναντι των ανταγωνιστών που δεν τηρούν τους κανόνες της οδηγίας και διασφαλίζει έτσι τον θεμιτό ανταγωνισμό στον τομέα τον οποίο συντονίζει η οδηγία. Εξυπακούεται ότι υπάρχουν άλλες εμπορικές πρακτικές οι οποίες, μολονότι δεν βλάπτουν τους καταναλωτές, ενδέχεται να βλάψουν τους ανταγωνιστές και τους πελάτες των επιχειρήσεων. Η Επιτροπή θα πρέπει να εξετάσει προσεκτικά την ανάγκη να αναληφθεί κοινοτική δράση στο πεδίο του αθέμιτου ανταγωνισμού που δεν καλύπτεται από την οδηγία και, εφόσον είναι αναγκαίο, να υποβάλει πρόταση προκειμένου να καλύψει τις άλλες αυτές πλευρές.»

4 Κατά το άρθρο 2, στοιχείο β′, της οδηγίας 2005/29, νοείται ως «εμπορευόμενος» «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις εμπορικές πρακτικές που καλύπτει η παρούσα οδηγία, ενεργεί για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με την εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα και κάθε πρόσωπο το οποίο ενεργεί εξ ονόματος ή για λογαριασμό του εμπορευόμενου». Το άρθρο 2, στοιχείο δ′, ορίζει τις «εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές» ως «κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός εμπορευομένου, άμεσα συνδεόμενη με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές».

5 Κατά το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29, αυτή «ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, όπως αυτές θεσπίζονται στο άρθρο 5, πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζομένη με ένα συγκεκριμένο προϊόν».

6 Εντούτοις, κατά το άρθρο 3, παράγραφος 5, της εν λόγω οδηγίας, «[γ]ια διάστημα έξι ετών από τις 12 Ιουνίου 2007, τα κράτη μέλη θα μπορούν να εξακολουθούν να εφαρμόζουν εθνικούς κανόνες στο πεδίο των νομοθεσιών που προσεγγίζονται διά της παρούσας οδηγίας περιοριστικότερους και λεπτομερέστερους αυτών της παρούσας οδηγίας, εφόσον πρόκειται για διατάξεις με τις οποίες μεταφέρονται στο εθνικό δίκαιο οδηγίες που περιλαμβάνουν ρήτρες ελάχιστης εναρμόνισης. Τα μέτρα αυτά πρέπει να είναι ουσιώδη για τη διασφάλιση επαρκούς προστασίας των καταναλωτών έναντι των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και ανάλογα προς τον επιδιωκόμενο στόχο. Η αναθεώρηση κατ' άρθρο 18 μπορεί, εφόσον κριθεί σκόπιμο, να περιλαμβάνει πρόταση για παράταση της παρούσας παρέκκλισης για περαιτέρω περιορισμένο διάστημα».

7 Εξάλλου, κατ' εφαρμογή του άρθρου 3, παράγραφος 8, της ίδιας οδηγίας, αυτή «ισχύει υπό την επιφύλαξη των τυχόν όρων εγκατάστασης, ή των καθεστώτων αδειών, ή των δεοντολογικών κωδίκων συμπεριφοράς ή άλλων ειδικών κανόνων που διέπουν νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα προκειμένου να τηρούνται υψηλά πρότυπα επαγγελματικής ακεραιότητας, τους οποίους μπορούν, να επιβάλλουν στους επαγγελματίες τα κράτη μέλη, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο».

8 Το άρθρο 4 της οδηγίας 2005/29 ορίζει τα εξής:

«Τα κράτη μέλη δεν περιορίζουν ούτε την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών ούτε την ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών για λόγους που εμπίπτουν στον τομέα όπου επιδιώκεται η προσέγγιση της νομοθεσίας μέσω της παρούσας οδηγίας.»

9 Το άρθρο 5 της οδηγίας, το οποίο επιγράφεται ως «Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών», ορίζει τα εξής:

«1. Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

2. Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη όταν:

α) είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας,

και

β) στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.

[...]

5. Το παράρτημα Ι περιέχει τον κατάλογο των εμπορικών πρακτικών που θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις. Ο ίδιος ενιαίος κατάλογος ισχύει σε όλα τα κράτη μέλη και μπορεί να τροποποιηθεί μόνο με αναθεώρηση της παρούσας οδηγίας.»

10 Το άρθρο 7 της ίδιας οδηγίας ορίζει, υπό τον τίτλο «Παραπλανητικές παραλείψεις», στις παραγράφους του 1 και 2:

«1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

2. Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο εμπορευόμενος αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παράγραφο 1, λαμβανομένων υπόψη των ζητημάτων που περιγράφονται στην εν λόγω παράγραφο, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.»

11 Το παράρτημα Ι της οδηγίας 2005/29, υπό τον τίτλο «Εμπορικές πρακτικές οι οποίες, υπό οποιεσδήποτε συνθήκες, κρίνονται αθέμιτες», ορίζει στο σημείο 11, ως «Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές», «[τ]η χρήση ανακοινώσεων στα Μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένων από τον εμπορευόμενο, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο της ανακοίνωσης ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση). Η διάταξη αυτή ισχύει υπό την επιφύλαξη της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ [του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 3ης Οκτωβρίου 1989, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (ΕΕ L 298, σ. 23)]».

Η οδηγία 2010/13/ΕΕ

12 Η αιτιολογική σκέψη 82 της οδηγίας 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία «για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων») (ΕΕ L 95, σ. 1), διευκρινίζει ότι, «[ε]κτός από τις πρακτικές που καλύπτονται από την παρούσα οδηγία, η οδηγία 2005/29/ΕΚ [...] ισχύει για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως οι παραπλανητικές και επιθετικές πρακτικές σε υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων».

13 Το άρθρο 10, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας 2010/13 ορίζει:

«Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που δέχονται χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

[...]

γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη συμφωνίας χορηγίας. Προγράμματα τα οποία δέχονται χορηγία πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως π.χ. αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα κατά κατάλληλο τρόπο για προγράμματα, κατά την έναρξη, τη διάρκεια ή/και το τέλος των προγραμμάτων.»

14 Η οδηγία 2010/13 κατήργησε την οδηγία 89/552, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2007/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2007 (ΕΕ L 322, σ. 27). Συναφώς, το άρθρο 3στ της οδηγίας 89/552, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2007/65, είχε ως εξής:

«1. Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που δέχονται χορηγία πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

α) το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά τις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση να επηρεάζεται κατά τρόπον ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων·

β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·

γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη συμφωνίας χορηγίας. Προγράμματα τα οποία δέχονται χορηγία πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως π.χ. αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα κατά κατάλληλο τρόπο για προγράμματα, κατά την έναρξη, τη διάρκεια ή/και το τέλος των προγραμμάτων.

2. Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα δεν επιτρέπεται να δέχονται χορηγία από επιχειρήσεις των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού.

3. Η χορηγία υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή προγραμμάτων από επιχειρήσεις των οποίων οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παρασκευή ή πώληση φαρμάκων και θεραπευτικών αγωγών δύναται να προωθεί το όνομα ή την εικόνα της επιχείρησης, αλλά όχι συγκεκριμένα φάρμακα ή θεραπευτικές αγωγές που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στο κράτος μέλος στη δικαιοδοσία του οποίου υπάγεται ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.

4. Προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας δεν δέχονται χορηγία. Τα κράτη μέλη μπορούν να επιλέξουν την απαγόρευση της εμφάνισης λογότυπου χορηγίας κατά τη διάρκεια παιδικών προγραμμάτων, ντοκιμαντέρ και θρησκευτικών προγραμμάτων.»

Το γερμανικό δίκαιο

15 Το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου της Βάδης-Βιρτεμβέργης (Landespressegesetz Baden-Württemberg), της 14ης Ιανουαρίου 1964 (στο εξής: «περιφερειακός νόμος περί Τύπου»), υπό τον τίτλο «Σήμανση των δημοσιεύσεων επ' αμοιβή», ορίζει:

«Όσοι εκδότες ή υπεύθυνοι εκδόσεως (κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 2, τέταρτο εδάφιο) περιοδικού εντύπου λαμβάνουν ή ζητούν αμοιβή ή υπόσχεση αμοιβής για δημοσίευση οφείλουν να χαρακτηρίζουν κατά τρόπο ευδιάκριτο αυτήν τη δημοσίευση, με τη λέξη "αγγελία", αν αυτή δεν μπορεί να αναγνωρισθεί εν γένει ως αγγελία λαμβανομένης υπόψη της διατάξεως και της μορφής της.»

16 Ο περιφερειακός νόμος περί Τύπου αποβλέπει στη διασφάλιση της ελευθερίας του Τύπου, η οποία, κατά το άρθρο 1, είναι ένα από τα θεμέλια της φιλελεύθερης δημοκρατίας. Το άρθρο 3 του εν λόγω νόμου ορίζει ότι ο Τύπος εκπληρώνει αποστολή δημόσιας υπηρεσίας στο πλαίσιο παροχής και διαδόσεως πληροφοριών, τοποθετήσεως επί ζητημάτων, ασκήσεως κριτικής ή συμβολής κατά τον έναν ή τον άλλο τρόπο στον σχηματισμό απόψεως επί ζητημάτων δημοσίου συμφέροντος.

17 Ο ομοσπονδιακός νόμος κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) μετέφερε στη γερμανική έννομη τάξη την οδηγία 2005/29. Το άρθρο 3 του εν λόγω νόμου, το οποίο τιτλοφορείται «Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών», ορίζει τα εξής:

«(1) Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πράξεις, εφόσον είναι ικανές να επηρεάσουν κατά τρόπο μη αμελητέο τα συμφέροντα των ανταγωνιζομένων, των καταναλωτών ή όσων άλλων δραστηριοποιούνται στην αγορά.

(2) Οι εμπορικές πρακτικές είναι σε κάθε περίπτωση αθέμιτες έναντι των καταναλωτών, όταν δεν ανταποκρίνονται στην οφειλόμενη από τον επιχειρηματία επιμέλεια κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων του και όταν επηρεάζοντας αισθητώς την ικανότητα του καταναλωτή να αποφασίζει μετά λόγου γνώσεως τον ωθούν στη λήψη αποφάσεων εμπορικού χαρακτήρα στις οποίες άλλως δεν θα προέβαινε. Ως σημείο αναφοράς λαμβάνεται ο μέσος καταναλωτής ή, οσάκις μια εμπορική πρακτική αφορά μια συγκεκριμένη ομάδα, το μέσο μέλος της εν λόγω ομάδας. […]

(3) Οι απαριθμούμενες στο παράρτημα του παρόντος νόμου εμπορικές πρακτικές έναντι των καταναλωτών είναι σε κάθε περίπτωση αθέμιτες.»

18 Κατ' εφαρμογή του άρθρου 4, σημεία 3 και 11, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, «[ε]νεργεί κατά τρόπο αθέμιτο, μεταξύ άλλων, οποιοσδήποτε […] αποκρύπτει τον διαφημιστικό χαρακτήρα των εμπορικών πρακτικών» ή […] «παραβαίνει νομική διάταξη με την οποία επιδιώκεται επίσης η ρύθμιση της συναλλακτικής συμπεριφοράς προς το συμφέρον των φορέων της αγοράς».

19 Το άρθρο 8 του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, με τίτλο «Άρση και παράλειψη στο μέλλον», ορίζει:

«(1) Για οποιαδήποτε αθέμιτη κατά το άρθρο 3 ή το άρθρο 7 εμπορική πρακτική μπορεί να ζητηθεί η άρση ή, σε περίπτωση κινδύνου υποτροπής, η παράλειψή της στο μέλλον. Η αξίωση για παράλειψη στο μέλλον υφίσταται εφόσον είναι πιθανή η εκδήλωση τέτοιου είδους αθέμιτης κατά την έννοια των άρθρων 3 ή 7 πρακτικής.

(2) Σε περίπτωση αθέμιτης πρακτικής εκ μέρους υπαλλήλου ή προστηθέντος επιχειρήσεως, η αξίωση περί άρσεως της πρακτικής αυτής και η αξίωση περί παραλείψεώς της στο μέλλον μπορούν επίσης να αφορούν τον ιδιοκτήτη της επιχειρήσεως.

(3) Τις αξιώσεις της παραγράφου 1 μπορεί να προβάλλει:

1. κάθε ανταγωνιστής·

[...]».

20 Το σημείο 11 του παραρτήματος του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού ορίζει ότι λογίζεται ως αθέμιτη, κατά την έννοια του άρθρου 3, παράγραφος 3, του εν λόγω νόμου, «η χρήση ανακοινώσεων στα μέσα, για την προώθηση προϊόντος, πληρωμένων από τον εμπορευόμενο, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο της ανακοινώσεως ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση)».

Το ιστορικό της διαφοράς της κύριας δίκης και το προδικαστικό ερώτημα

21 Η Stuttgarter Wochenblatt εκδίδει ομώνυμο εβδομαδιαίο περιοδικό έντυπο, ενώ η RLvS, η οποία είναι εγκατεστημένη στη Στουτγάρδη (Γερμανία), είναι εκδότρια της εφημερίδας αγγελιών *GOOD NEWS*. Η δεύτερη δημοσίευσε δύο άρθρα στο τεύχος του Ιουνίου 2009, για τα οποία έλαβε αμοιβή από χορηγούς.

22 Το πρώτο εκ των δύο άρθρων, το οποίο δημοσιεύθηκε στη στήλη «*GOOD NEWS* Prominent», καλύπτει τα τρία τέταρτα της σελίδας και φέρει τον τίτλο «VfB VIP-Geflüster» («Φήμες σχετικά με τους διάσημους του VfB»). Το συγκεκριμένο άρθρο, πλαισιωμένο από φωτογραφίες, συνιστά ρεπορτάζ αφιερωμένο στους διασήμους που παραβρέθηκαν στον τελευταίο αγώνα της αγωνιστικής περιόδου του συλλόγου VfB Stuttgart στο πλαίσιο της πρώτης κατηγορίας του γερμανικού πρωταθλήματος ποδοσφαίρου. Μεταξύ του τίτλου του εν λόγω άρθρου, ο οποίος περιλαμβάνει και σύντομη εισαγωγή, και του σώματος του άρθρου που πλαισιώνεται από 19 φωτογραφίες, παρεμβάλλεται η ένδειξη ότι το άρθρο χρηματοδοτήθηκε από τρίτους. Συγκεκριμένα, υπάρχει η ένδειξη «Sponsored by» («χορηγία της») από κοινού με την επωνυμία της επιχειρήσεως «Scharr», η οποία απεικονίζεται γραφικώς. Το υπόλοιπο ένα τέταρτο της σελίδας κάτω από το εν λόγω άρθρο καλύπτει διαφήμιση, η οποία επισημαίνεται με τη λέξη «Anzeige» («αγγελία») και χωρίζεται από το άρθρο με διαχωριστική γραμμή. Στο κείμενο της εν λόγω διαφημίσεως αναφέρεται ότι έχουν ξεκινήσει οι εργασίες ανακατασκευής του σταδίου Mercedes Benz Arena και γίνεται προώθηση του προϊόντος «Scharr Bio Heizöl», το οποίο διατίθεται από τον χορηγό του συγκεκριμένου άρθρου.

23 Το δεύτερο άρθρο, που δημοσιεύθηκε σε άλλη σελίδα του περιοδικού στη στήλη «*GOOD NEWS* Wunderschön», είναι τμήμα συντακτικής σειράς με τον τίτλο «Wohin Stuttgarter verreisen» («Προορισμοί των κατοίκων της Στουτγάρδης») και επιγράφεται: «Heute: Leipzig» («Σήμερα: Λειψία»). Το εν λόγω άρθρο, το οποίο καλύπτει τα επτά όγδοα της σελίδας, συνιστά σύντομο αφιέρωμα στην πόλη της Λειψίας. Ο τίτλος του άρθρου συνοδεύεται επίσης από την ένδειξη «Sponsored by» από κοινού με την γραφικώς απεικονιζόμενη επωνυμία της εταιρίας που χρηματοδότησε το προϊόν, εν προκειμένω της εταιρίας Germanwings, η οποία απεικονίζεται γραφικώς. Επιπλέον, μια διαφήμιση της Germanwings, η οποία επίσης χωρίζεται από το άρθρο με διαχωριστική γραμμή και επισημαίνεται με τη λέξη «Anzeige», καταλαμβάνει την κάτω δεξιά γωνία της σελίδας. Η εν λόγω διαφήμιση αφορά διαγωνισμό στο πλαίσιο του οποίου οι συμμετέχοντες θα μπορούσαν να κερδίσουν, μεταξύ άλλων, δύο αεροπορικά εισιτήρια με προορισμό τη Λειψία αν απαντούσαν σωστά σε ερώτημα σχετικό με τη συχνότητα των αεροπορικών συνδέσεων που πραγματοποιεί ο χορηγός ανάμεσα στη Στουτγάρδη και τη Λειψία.

24 Η Stuttgarter Wochenblatt θεωρεί ότι οι εν λόγω δύο δημοσιεύσεις παραβαίνουν το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου, στον βαθμό που δεν επισημαίνεται κατά τρόπο σαφή ο διαφημιστικός τους χαρακτήρας. Υποστηρίζει ότι, δεδομένου ότι έχουν καταβληθεί χορηγίες για τις ως άνω δύο δημοσιεύσεις, πρόκειται για δημοσιεύσεις επ' αμοιβή κατά την έννοια του ως άνω άρθρου.

25 Το Landgericht Stuttgart, το οποίο επελήφθη της υποθέσεως πρωτοδίκως, έκανε δεκτή την αγωγή της Stuttgarter Wochenblatt και απαγόρευσε στην RLvS να δημοσιεύει ή να επιτρέπει τη δημοσίευση στην εφημερίδα *GOOD NEWS* δημοσιεύσεων επ' αμοιβή χωρίς τη σήμανση αυτών ως «αγγελιών» («Anzeige»), όπως συνέβη στην περίπτωση των δύο προαναφερθέντων άρθρων του Ιουνίου 2009, ο διαφημιστικός χαρακτήρας των οποίων δεν προκύπτει γενικώς από τη διάταξη και τη μορφή τους. Η RLvS άσκησε έφεση κατά της αποφάσεως που εξέδωσε το προαναφερθέν δικαστήριο ενώπιον του Oberlandesgericht Stuttgart, η οποία όμως απορρίφθηκε.

26 Στο πλαίσιο της αιτήσεως αναιρέσεως (Revision) ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου, η RLvS ενέμεινε στα αιτήματά της περί απορρίψεως της αγωγής της Stuttgarter Wochenblatt. Υποστήριξε ότι το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου είναι αντίθετο προς το δίκαιο της Ένωσης και, κατά συνέπεια, δεν πρέπει να εφαρμοσθεί.

27 Το Bundesgerichtshof ζητεί να διευκρινισθεί αν η ανεπιφύλακτη εφαρμογή του άρθρου 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου στο πλαίσιο του άρθρου 4, σημείο 11, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, είναι σύμφωνη με το δίκαιο της Ένωσης, λαμβανομένης ιδίως υπόψη της πλήρους εναρμονίσεως των κανόνων που διέπουν τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων έναντι των καταναλωτών που επέφερε η οδηγία 2005/29. Στον βαθμό που, στην υπόθεση της κύριας δίκης, τα δικαστήρια που επιλήφθηκαν της διαφοράς σε πρώτο και δεύτερο βαθμό έκαναν δεκτή την αγωγή της Stuttgarter Wochenblatt, βάσει των άρθρων 4, σημείο 11, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, και 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου, το Bundesgerichtshof κρίνει σκόπιμο να υποβάλει προδικαστικό ερώτημα σχετικά με το αν οι επίμαχες δημοσιεύσεις παραβαίνουν το άρθρο 3, παράγραφος 3, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, ερμηνευόμενο σε συνδυασμό με το σημείο 11 του σχετικού με το εν λόγω άρθρο παραρτήματος, καθώς και το άρθρο 4, σημείο 3, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, διατάξεις οι οποίες αντιστοιχούν κατ' ουσία στο άρθρο 5, παράγραφος 5, της οδηγίας 2005/29, ερμηνευόμενο σε συνδυασμό με το σημείο 11 του παραρτήματος Ι της οδηγίας αυτής, καθώς και το άρθρο 7, παράγραφος 2, της εν λόγω οδηγίας.

28 Το Bundesgerichtshof επισημαίνει ότι το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου, οι διατάξεις του οποίου επαναλαμβάνονται σχεδόν αυτολεξεί σε όλα σχεδόν τα γερμανικά νομοθετήματα περί Τύπου και Μέσων, πλαισιώνει ρυθμιστικώς τη συμπεριφορά των οικονομικών φορέων στην αγορά, κατά την έννοια του άρθρου 4, σημείο 11, του ομοσπονδιακού νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού. Το εν λόγω άρθρο 10 επιδιώκει δύο σκοπούς. Αφενός, αποσκοπεί στην αποτροπή της παραπλανήσεως των αναγνωστών περιοδικών εντύπων, η οποία οφείλεται στο ότι η κριτική στάση των καταναλωτών είναι συχνά ασθενέστερη όσον αφορά διαφημιστικά μέσα τα οποία έχουν τη μορφή κειμένου με δημοσιογραφικό περιεχόμενο σε σύγκριση με τις εμπορικές διαφημίσεις που μπορούν να αναγνωρισθούν ως τέτοιες. Αφετέρου, η επιταγή περί διαχωρισμού της διαφημίσεως από το δημοσιογραφικό περιεχόμενο συμβάλλει στη διασφάλιση της αντικειμενικότητας και της ουδετερότητας του Τύπου, προλαμβάνοντας κατά τον τρόπο αυτό τον κίνδυνο εξωτερικών επιρροών επί του Τύπου, συμπεριλαμβανομένων και των μη προερχόμενων από τον εμπορικό τομέα. Η εν λόγω υποχρέωση διαχωρισμού που προβλέπει το δίκαιο περί Τύπου και Μέσων επιτελεί σημαντική λειτουργία όσον αφορά την προστασία της αντικειμενικότητας και της ουδετερότητας του Τύπου και του οπτικοακουστικού τομέα, εξυπακουομένου ότι η ως άνω λειτουργία δεν θα μπορούσε να αναπληρωθεί μόνο διά της απαγορεύσεως των διαφημίσεων αρθρογραφικής μορφής στο πλαίσιο των κανόνων περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

29 Υπό τις συνθήκες αυτές το Bundesgerichtshof ανέστειλε την ενώπιόν του διαδικασία και υπέβαλε στο Δικαστήριο το ακόλουθο προδικαστικό ερώτημα:

«Αντιβαίνει στο άρθρο 7, παράγραφος 2, της οδηγίας [2005/29], καθώς και στο σημείο 11 του παραρτήματος Ι της εν λόγω οδηγίας, σε συνδυασμό με το άρθρο 4 και το άρθρο 3, παράγραφος 5, της ίδιας οδηγίας, εθνική διάταξη (εν προκειμένω το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου […]) η οποία δεν προστατεύει απλώς τους καταναλωτές από παραπλανητικές πρακτικές αλλά

διασφαλίζει και την ανεξαρτησία του Τύπου και, αντιθέτως προς το άρθρο 7, παράγραφος 2, της οδηγίας 2005/29 και το σημείο 11 του παραρτήματος Ι της οδηγίας αυτής, απαγορεύει κάθε δημοσίευση επ' αμοιβή, ανεξαρτήτως του επιδιωκόμενου σκοπού, αν η δημοσίευση δεν επισημαίνεται διά της χρήσεως του όρου "αγγελία", εκτός αν από τη διάταξη και τη μορφή της δημοσιεύσεως καθίσταται πρόδηλο ότι πρόκειται περί αγγελίας;»

Επί του προδικαστικού ερωτήματος

30 Με το ερώτημά του, το αιτούν δικαστήριο ζητεί κατ' ουσία να διευκρινισθεί αν υπό περιστάσεις όπως αυτές της υποθέσεως της κύριας δίκης, η οδηγία 2005/29 έχει την έννοια ότι αντιτίθεται στην εφαρμογή εθνικής διατάξεως βάσει της οποίας οι εκδότες περιοδικού εντύπου υποχρεούνται να επισημαίνουν, εν προκειμένω διά της χρήσεως του όρου «αγγελία» («Anzeige»), κάθε δημοσίευση στα περιοδικά έντυπά τους για την οποία λαμβάνουν αμοιβή, εκτός αν από τη διάταξη και τη μορφή της δημοσιεύσεως καθίσταται γενικώς πρόδηλο ότι πρόκειται περί αγγελίας.

31 Προκαταρκτικώς, επιβάλλεται η επισήμανση ότι τα ερωτήματα του αιτούντος δικαστηρίου δεν αφορούν την εφαρμογή των εθνικών μέτρων μεταφοράς της οδηγίας 2005/29 στην εσωτερική έννομη τάξη, τα οποία περιέχονται, μεταξύ άλλων, στο άρθρο 3 του ομοσπονδιακού νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού καθώς και στο παράρτημα του εν λόγω νόμου, αλλά την εφαρμογή διατάξεως, κατ' ουσία παρεμφερούς στα διάφορα γερμανικά ομόσπονδα κράτη (Länder), η οποία πλαισιώνει ρυθμιστικώς τις δραστηριότητες του Τύπου, και συγκεκριμένα του άρθρου 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου. Όπως επισήμανε το αιτούν δικαστήριο, το εν λόγω άρθρο 10 συνιστά διάταξη η οποία αποσκοπεί, μεταξύ άλλων, στην κανονιστική πλαισίωση της συμπεριφοράς στην αγορά προς το συμφέρον των φορέων της αγοράς, κατά την έννοια του άρθρου 4, σημείο 11, του ομοσπονδιακού νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού, νόμου ο οποίος προστατεύει τόσο τα συμφέροντα των καταναλωτών και των ανταγωνιστών των επιχειρήσεων που επιδίδονται σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές όσο και «των λοιπών φορέων της αγοράς». Κατά συνέπεια, κάθε ανταγωνιστής μπορεί να αξιώνει την τήρηση της εν λόγω διατάξεως, κατά το άρθρο 8, παράγραφος 3, του εν λόγω νόμου.

32 Εξάλλου, η διαφορά της κύριας δίκης δεν αφορά τα δύο διαφημιστικά ένθετα, τα οποία συνοδεύθηκαν με τη σήμανση «αγγελία» («Anzeige»). Αντιθέτως, αντικείμενο της εν λόγω ένδικης διαφοράς είναι αποκλειστικώς η παράλειψη της RLvS να εισαγάγει τη σήμανση «αγγελία» στα δύο άρθρα της εφημερίδας *GOOD NEWS* τα οποία αφορούσαν αντιστοίχως ποδοσφαιρικό αγώνα και την πόλη της Λειψίας, παράλειψη η οποία συνιστά παράβαση του άρθρου 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου. Επομένως, το προδικαστικό ερώτημα αφορά αποκλειστικώς το κατά πόσον, υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις, είναι αντίθετο προς την οδηγία 2005/29 να επιβάλλεται, όσον αφορά τα δύο προαναφερθέντα άρθρα, η τήρηση από τους εκδότες Τύπου τέτοιου είδους επιταγή του εθνικού δικαίου.

33 Αληθεύει, συναφώς, ότι καθόσον η οδηγία 2005/29 εναρμονίζει πλήρως τους κανόνες για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων έναντι των καταναλωτών, αφενός, μόνον οι 31 εμπορικές πρακτικές που απαριθμούνται στο παράρτημα Ι της εν λόγω οδηγίας κρίνονται αθέμιτες «υπό οποιεσδήποτε συνθήκες» στο έδαφος των κρατών μελών και, αφετέρου, η δυνατότητα των κρατών μελών να διατηρήσουν ή να εισαγάγουν στο έδαφός τους μέτρα που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα τον χαρακτηρισμό εμπορικών πρακτικών ως αθέμιτων για λόγους που ανάγονται στη διαφύλαξη της πολυφωνίας του Τύπου δεν περιλαμβάνεται μεταξύ των παρεκκλίσεων από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας που προβλέπονται στις αιτιολογικές σκέψεις 6 και 9 καθώς και στο άρθρο 3 αυτής (βλ., υπ' αυτή την έννοια, απόφαση της 9ης Νοεμβρίου 2010, C-540/08, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Συλλογή 2010, σ. I-10909, σκέψεις 26, 27 και 34).

34 Εντούτοις, οι προαναφερθείσες εκτιμήσεις δεν είναι κρίσιμες υπό περιστάσεις όπως αυτές της κύριας δίκης παρά μόνον εφόσον οι επίμαχες πρακτικές, ήτοι η δημοσίευση κειμένων δημοσιογραφικού περιεχομένου από εκδότη, εμπίπτουν πράγματι στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2005/29.

35 Συναφώς, ακόμη και όταν μια εθνική διάταξη επιδιώκει πράγματι σκοπούς σχετιζόμενους με την προστασία των καταναλωτών, διαπίστωση που απόκειται στο αιτούν δικαστήριο, προκειμένου να εξακριβωθεί αν μια τέτοια διάταξη ενδέχεται να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2005/29, πρέπει επιπλέον οι συμπεριφορές που προβλέπει η εν λόγω διάταξη να συνιστούν αθέμιτες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο δ′, της εν λόγω οδηγίας (βλ., κατά αυτήν την έννοια, απόφαση της 14ης Ιανουαρίου 2010, C-304/08, Plus Warenhandelsgesellschaft, Συλλογή 2010, σ. I-217, σκέψη 35, και προπαρατεθείσα απόφαση Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, σκέψη 16, καθώς και διάταξη της 27ης Μαΐου 2011, C-288/10, Wamo, Συλλογή 2011, σ. I-5835, σκέψεις 28 και 29).

36 Τούτο ισχύει όταν οι επίμαχες πρακτικές εντάσσονται στο πλαίσιο της εμπορικής στρατηγικής φορέα και αφορούν ευθέως την προώθηση και τη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών αυτού, εμπίπτουσες συνεπώς ως εμπορικές πρακτικές, στην έννοια του άρθρου 2, στοιχείο δ′, της οδηγίας 2005/29 και, ως εκ τούτου, στο πεδίο εφαρμογής της (βλ. απόφαση της 23ης Απριλίου 2009, C-261/07 και C-299/07, VTB-VAB και Galatea, Συλλογή 2009, σ. I-2949, σκέψη 50, καθώς και προπαρατεθείσα απόφαση Plus Warenhandelsgesellschaft, σκέψη 37).

37 Μολονότι η εν λόγω οδηγία ορίζει την έννοια «εμπορική πρακτική» χρησιμοποιώντας ιδιαιτέρως ευρεία διατύπωση (βλ. προπαρατεθείσα απόφαση Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, σκέψη 17, καθώς και προπαρατεθείσα διάταξη Wamo, σκέψη 30), εντούτοις, οι εν λόγω πρακτικές πρέπει να είναι, αφενός, εμπορικής φύσεως, ήτοι να προέρχονται από επαγγελματίες, και, αφετέρου, να συνδέονται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές.

38 Ασφαλώς, υπό το πρίσμα του ορισμού της έννοιας του εμπορευόμενου του άρθρου 2, στοιχείο β′, της οδηγίας 2005/29, η εν λόγω οδηγία τυγχάνει εφαρμογής σε περίπτωση που οι εμπορικές πρακτικές ενός φορέα εφαρμόζονται από άλλη επιχείρηση, η οποία ενεργεί στο όνομα και/ή για λογαριασμό του πρώτου φορέα, με αποτέλεσμα οι διατάξεις της εν λόγω οδηγίας να μπορούν, υπό ορισμένες περιστάσεις, να αντιταχθούν τόσο έναντι του συγκεκριμένου φορέα όσο και στην άλλη επιχείρηση, εφόσον αμφότεροι ανταποκρίνονται στον ορισμό του «εμπορευόμενου».

39 Υπό περιστάσεις, όμως, όπως αυτές της κύριας δίκης, δεν αμφισβητείται ότι οι επίμαχες δημοσιεύσεις, ήτοι τα δύο άρθρα ενημερωτικού και περιγραφικού περιεχομένου, ενδέχεται να προωθήσουν όχι το προϊόν του εκδότη του Τύπου, εν προκειμένω τη δωρεάν διανεμόμενη εφημερίδα, αλλά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες επιχειρήσεων που δεν είναι διάδικοι στην υπόθεση της κύριας δίκης.

40 Ακόμη και αν οι εν λόγω δημοσιεύσεις μπορούν να χαρακτηρισθούν ως εμπορικές πρακτικές, αφενός, αν υποτεθεί ότι είναι δυνατός ο άμεσος συσχετισμός σε μια τέτοιου είδους εμπορική ανακοίνωση, ο συσχετισμός αυτός θα αφορούσε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των εν λόγω επιχειρήσεων, και συγκεκριμένα, στην υπόθεση της κύριας δίκης, των Scharr και Germanwings. Αφετέρου, δεν αμφισβητείται ότι η RLvS δεν ενεργεί στο όνομα και/ή για λογαριασμό των εν λόγω επιχειρήσεων, κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο β′, της οδηγίας. Υπό αυτές τις συνθήκες, και λαμβανομένου υπόψη του προσωπικού πεδίου εφαρμογής της, η οδηγία αυτή αποβλέπει ασφαλώς στην προστασία των καταναλωτών προϊόντων και υπηρεσιών των προαναφερθεισών επιχειρήσεων καθώς και των θεμιτών ανταγωνιστών τους.

41 Εντούτοις, στον βαθμό που οι δημοσιεύσεις του εκδότη, οι οποίες ενδέχεται να θεωρηθεί ότι προωθούν, ενδεχομένως με έμμεσο τρόπο, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τρίτων, δεν είναι ικανές να στρεβλώσουν ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή σε σχέση με την απόφασή του να αγοράσει ή να αποκτήσει το επίμαχο έντυπο, το οποίο, σημειωτέον, διανέμεται δωρεάν (βλ., συναφώς, προπαρατεθείσα απόφαση Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, σκέψεις 44 και 45), η εν λόγω εκδοτική πρακτική δεν μπορεί αυτή καθεαυτήν να χαρακτηρισθεί «εμπορική πρακτική» του συγκεκριμένου εκδότη, κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο δ′, της οδηγίας 2005/29.

42 Υπό αυτές τις περιστάσεις, σκοπός της συγκεκριμένης οδηγίας δεν είναι να προστατεύσει τους ανταγωνιστές του εκδότη για τον λόγο ότι οι δημοσιεύσεις του ήταν ικανές να προωθήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες των χορηγών των εν λόγω δημοσιεύσεων, χωρίς όμως αυτές να επισημανθούν ως «αγγελίες», αντιθέτως προς ό,τι επιτάσσει το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου.

43 Ο συγκεκριμένος περιορισμός του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας 2005/29 επιρρωννύεται, πρώτον, από το σημείο 11 του παραρτήματος Ι της οδηγίας αυτής. Ειδικότερα, κατ' εφαρμογή του εν λόγω σημείου 11 και υπό την επιφύλαξη της οδηγίας 89/552, χαρακτηρίζεται αθέμιτη εμπορική πρακτική υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις η προώθηση προϊόντος από εμπορευόμενο με καταχώριση δημοσιεύματος στα μέσα ενημερώσεως, χωρίς να αναφέρεται σαφώς στην καταχώριση ή με τη βοήθεια εικόνας ή ήχου σαφώς αναγνωρίσιμων από τον καταναλωτή ότι ο εμπορευόμενος χρηματοδότησε αυτή την καταχώριση, πρακτική κοινώς καλούμενη ως «κεκαλυμμένη διαφήμιση».

44 Συναφώς, καίτοι δεν αποκλείεται ένας εκδότης να ακολουθεί ο ίδιος στα προϊόντα του ή σε άλλα μέσα ενημερώσεως εμπορική πρακτική δυνάμενη να χαρακτηρισθεί αθέμιτη έναντι του οικείου καταναλωτή, εν προκειμένω του αναγνώστη, παρέχοντάς του μέσω παιχνιδιών, γρίφων ή διαγωνισμών τη δυνατότητα να κερδίσει βραβεία και τα οποία εξ αυτού του γεγονότος δύνανται να ωθήσουν τον καταναλωτή να αγοράσει το επίμαχο προϊόν, ήτοι εφημερίδα (βλ., συναφώς, στο πλαίσιο του άρθρου 30 ΕΚ, νυν άρθρο 36 ΣΛΕΕ, απόφαση της 26ης Ιουνίου 1997, C-368/95, Familiapress, Συλλογή 1997, σ. I-3689, σκέψη 28), εντούτοις, πρέπει να υπογραμμισθεί ότι το σημείο 11 του παραρτήματος Ι της οδηγίας 2005/29 δεν αποβλέπει, αυτό καθεαυτό, στο να επιβάλει στους εκδότες την υποχρέωση να παρακωλύουν τυχόν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των διαφημιστών, οι οποίες θα μπορούσαν δυνητικώς να συσχετισθούν άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών των εν λόγω διαφημιστών σε καταναλωτές.

45 Δεύτερον, αν γινόταν δεκτό ότι μπορεί να επικαλείται την οδηγία 2005/29 επιχείρηση του τομέα των μέσων ενημερώσεως έναντι ανταγωνιστή της ο οποίος δημοσιεύει καταχωρίσεις χρηματοδοτούμενες από επιχειρήσεις που επιθυμούν ή προσβλέπουν στο να προωθήσουν με τον τρόπο αυτό τα προϊόντα τους, παραλείποντας, όμως, να επισημάνει ρητώς ότι οι επιχειρήσεις αυτές χρηματοδότησαν τις εν λόγω καταχωρίσεις, τυχόν εφαρμογή της οδηγίας κατά τον τρόπο αυτό θα προσέκρουε, στον τομέα των οπτικοακουστικών μέσων, προς τις υποχρεώσεις που επιβάλλει στους παρόχους υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων η οδηγία 2010/13, το άρθρο 10, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οποίας ρυθμίζει ειδικώς τις χορηγίες οπτικοακουστικών προγραμμάτων.

46 Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 82 της προαναφερθείσας οδηγίας, ιδίως τη γερμανική («Abgesehen von den Praktiken, die unter die vorliegende Richtlinie fallen»), την αγγλική («Apart from the practices that are covered by this Directive»), τη γαλλική («Outre les pratiques couvertes par la présente directive»), την ιταλική («In aggiunta alle pratiche oggetto della presente direttiva») και τη ρουμανική («Pe lângă practicile aflate sub incidența prezentei directive») γλωσσική απόδοσή της, η οδηγία 2010/13 καλύπτει διαφορετικές πρακτικές σε σχέση με τις προβλεπόμενες από την οδηγία 2005/29. Η ερμηνεία αυτή, εξάλλου, θα προσέκρουε και προς το άρθρο 3στ της οδηγίας 89/552, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2007/65.

47 Συνεπώς, σε περίπτωση όπως αυτή της κύριας δίκης, μολονότι, κατά τις διαπιστώσεις του αιτούντος δικαστηρίου, τις οποίες αμφισβητεί η Γερμανική Κυβέρνηση, η εφαρμογή στις επίμαχες δημοσιεύσεις του άρθρου 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου, σε συνδυασμό με το άρθρο 4, σημείο 11, του ομοσπονδιακού νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού, εξυπηρετεί τόσο τον σκοπό της διασφαλίσεως της ανεξαρτησίας του Τύπου όσο και τον σκοπό της προστασίας των καταναλωτών από τις εξαπατήσεις, η περίσταση αυτή δεν μπορεί να συνεπάγεται επέκταση του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας 2005/29 σε πρακτικές ή πρόσωπα εφαρμόζοντα τις πρακτικές αυτές που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της.

48 Συνοψίζοντας, υπό περιστάσεις όπως αυτές της κύριας δίκης, μολονότι η οδηγία 2005/29, και συγκεκριμένα το σημείο 11 του παραρτήματός της Ι, επιβάλλει στις διαφημίζουσες επιχειρήσεις την υποχρέωση να επισημαίνουν σαφώς ότι χρηματοδότησαν καταχώριση στα μέσα ενημερώσεως οσάκις με αυτήν αποβλέπουν στην προώθηση προϊόντος ή υπηρεσίας των εν λόγω εμπορευομένων, εντούτοις, στην πραγματικότητα η υποχρέωση που βαρύνει τους εκδότες κατά το άρθρο 10 του περιφερειακού νόμου περί Τύπου αντιστοιχεί, κατ' ουσίαν, στις υποχρεώσεις που επιβάλλει ο νομοθέτης της Ένωσης, στο πλαίσιο των οδηγιών 89/552 και 2010/13, στον τομέα των οπτικοακουστικών μέσων, όταν οι οπτικοακουστικές υπηρεσίες ή τα οπτικοακουστικά προγράμματα χρηματοδοτούνται από τρίτες επιχειρήσεις.

49 Δεδομένου ότι ο νομοθέτης της Ένωσης δεν έχει ακόμη εκδώσει παράγωγο δίκαιο τέτοιου είδους όσον αφορά τον γραπτό Τύπο, τα κράτη μέλη παραμένουν αρμόδια να επιβάλλουν στους εκδότες την υποχρέωση να επισημαίνουν στους αναγνώστες την ύπαρξη χορηγιών ως προς καταχωρίσεις, τηρουμένων, ωστόσο, των διατάξεων της Συνθήκης, ιδίως των σχετικών με την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών και την ελευθερία εγκαταστάσεως.

50 Κατόπιν των προεκτεθέντων, στο υποβληθέν ερώτημα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι, υπό περιστάσεις όπως αυτές της κύριας δίκης, δεν είναι δυνατή η επίκληση της οδηγίας 2005/29 έναντι εκδοτών και, ως εκ τούτου, σε τέτοιες περιστάσεις, η οδηγία αυτή έχει την έννοια ότι δεν αντιτίθεται στην εφαρμογή εθνικής διατάξεως δυνάμει της οποίας οι εν λόγω εκδότες υποχρεούνται να επισημαίνουν ειδικώς, εν προκειμένω, διά της χρήσεως του όρου "αγγελία" («Anzeige»), κάθε δημοσίευση στα περιοδικά τους έντυπα για την οποία λαμβάνουν αμοιβή, εκτός αν από τη διάταξη και τη μορφή της εν λόγω δημοσιεύσεως καθίσταται γενικώς πρόδηλο ότι πρόκειται περί αγγελίας.

Επί των δικαστικών εξόδων

51 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων. Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν όσοι υπέβαλαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, πλην των ως άνω διαδίκων, δεν αποδίδονται.

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (τρίτο τμήμα) αποφαίνεται:

Υπό περιστάσεις όπως αυτές της κύριας δίκης, δεν είναι δυνατή η επίκληση της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»), έναντι εκδοτών και, ως εκ τούτου, σε τέτοιες περιστάσεις, η οδηγία αυτή έχει την έννοια ότι δεν αντιτίθεται στην εφαρμογή εθνικής διατάξεως δυνάμει της οποίας οι εν λόγω εκδότες υποχρεούνται να επισημαίνουν ειδικώς, εν προκειμένω, διά της χρήσεως του όρου "αγγελία" («Anzeige»), κάθε δημοσίευση στα περιοδικά τους έντυπα για την οποία λαμβάνουν αμοιβή, εκτός αν από τη διάταξη και τη μορφή της εν λόγω δημοσιεύσεως καθίσταται γενικώς πρόδηλο ότι πρόκειται περί αγγελίας.

(υπογραφές)