ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (ένατο τμήμα)

της 8ης Μαΐου 2025*

«Προδικαστική παραπομπή – Οδηγία 2006/114/ΕΚ – Παραπλανητική και συγκριτική διαφήμιση – Άρθρο 4, στοιχείο γ′ – Επιτρεπτή συγκριτική διαφήμιση – Ιστότοπος ο οποίος παρέχει επιγραμμική υπηρεσία σύγκρισης ασφαλιστικών προσφορών – Σύγκριση διενεργούμενη από τρίτο μέσω συστήματος βαθμολόγησης ή μοριοδότησης – Άρθρο 2, στοιχείο γ′ – Προσδιορισμός "ανταγωνιστή" – Δεν υφίσταται»

Στην υπόθεση C-697/23,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ που υπέβαλε το Landgericht München I (πρωτοδικείο Μονάχου I, Γερμανία) με απόφαση της 7ης Νοεμβρίου 2023, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 17 Νοεμβρίου 2023, στο πλαίσιο της δίκης

HUK-COBURG Haftplicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg

κατά

Check24 Vergleichsportal GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (ένατο τμήμα),

συγκείμενο από τους N. Jääskinen (εισηγητή), πρόεδρο τμήματος, A. Arabadjiev και M. Condinanzi, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: M. Campos Sánchez-Bordona

γραμματέας: A. Calot Escobar

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

– η HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg, εκπροσωπούμενη από τον H.-J. Omsels, Rechtsanwalt,

– οι Check24 Vergleichsportal GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH, εκπροσωπούμενες από τον A. Bauer, Rechtsanwalt,

– η Ιταλική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από την G. Palmieri, επικουρούμενη από τον E. Manzo, avvocato dello Stato,

– η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τους P. Kienapfel και B.-R. Killmann,

κατόπιν της αποφάσεως που έλαβε, αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα, να εκδικάσει την υπόθεση χωρίς ανάπτυξη προτάσεων,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως αφορά την ερμηνεία του άρθρου 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση (ΕΕ 2006, L 376, σ. 21).

2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο ένδικης διαφοράς μεταξύ της HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg (στο εξής: HUK-Coburg) και της Check24 Vergleichsportal GmbH κ.λπ. (στο εξής από κοινού: Check24) σχετικά με αγωγή παραλείψεως του συστήματος επιγραμμικής σύγκρισης μέσω βαθμολόγησης στον ιστότοπο που εκμεταλλεύεται η Check24.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

3 Το άρθρο 1 της οδηγίας 2006/114 έχει ως εξής:

«Η παρούσα οδηγία σκοπό έχει την προστασία των εμπορευομένων από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της και τον καθορισμό των όρων υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση.»

4 Το άρθρο 2, στοιχείο γ′, της οδηγίας αυτής ορίζει τα εξής:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας νοείται ως

[…]

γ) “συγκριτική διαφήμιση”: κάθε διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή».

5 Το άρθρο 4 της εν λόγω οδηγίας προβλέπει τα ακόλουθα:

«Η συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται, όσον αφορά τη σύγκριση, όταν πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

[…]

β) συγκρίνει τα αγαθά ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους·

γ) συγκρίνει κατά τρόπο αντικειμενικό ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα, και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω αγαθών και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή·

δ) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή·

[…]

η) δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ εμπορευομένων, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, αγαθών ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.»

6 Το άρθρο 5 της ίδιας οδηγίας ορίζει στην παράγραφο 1, πρώτο εδάφιο, τα εξής:

«Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για την καταπολέμηση της παραπλανητικής διαφήμισης και επιβάλλουν συμμόρφωση με τις διατάξεις για τη συγκριτική διαφήμιση προς το συμφέρον των εμπορευομένων και των ανταγωνιστών.»

Το γερμανικό δίκαιο

7 Το άρθρο 6 του Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού), της 3ης Ιουλίου 2004 (BGBl. 2004 I, σ. 1414), όπως ίσχυε κατά τον χρόνο των πραγματικών περιστατικών της διαφοράς της κύριας δίκης (στο εξής: UWG), ορίζει τα εξής:

«(1) Συνιστά συγκριτική διαφήμιση κάθε διαφήμιση που υπονοεί ή κατονομάζει ρητά έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή.

(2) Ενεργεί αθέμιτα όποιος προβαίνει σε συγκριτική διαφήμιση όταν η σύγκριση αυτή:

[…]

2. δεν αναφέρεται κατά τρόπο αντικειμενικό σε ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά ή στην τιμή των εν λόγω αγαθών ή υπηρεσιών·

[…]».

Η διαφορά της κύριας δίκης και το προδικαστικό ερώτημα

8 Η HUK-Coburg είναι η μητρική εταιρία ενός μεγάλου γερμανικού ασφαλιστικού ομίλου, οι θυγατρικές του οποίου προσφέρουν ασφάλιση σε διαφόρους τομείς, μεταξύ άλλων, στον τομέα της ασφάλισης αυτοκινήτων.

9 Η Check24 είναι όμιλος εταιριών γερμανικού δικαίου που εκμεταλλεύεται ιστότοπο επιγραμμικών εργαλείων σύγκρισης, ο οποίος παρέχει δωρεάν στους χρήστες του τη δυνατότητα να συγκρίνουν διάφορα προϊόντα, μεταξύ δε αυτών και προσφορές ασφαλιστικών προγραμμάτων. Η σύγκριση πραγματοποιείται βάσει μιας σειράς κριτηρίων, μεταξύ των οποίων η τιμή, μέσω βαθμολογίας που απονέμεται στα επιμέρους ασφαλιστικά προγράμματα (στο εξής: βαθμολογία). Ο ιστότοπος παρέχει επίσης τη δυνατότητα σύναψης, ενδεχομένως, συμβάσεων με τους προμηθευτές των προϊόντων αυτών.

10 Τα εργαλεία σύγκρισης για τους επιμέρους οικείους κλάδους ασφάλισης είναι κατ' αρχήν σχεδιασμένα βάσει του ίδιου προτύπου. Μετά την εισαγωγή ορισμένων –εν μέρει απαραίτητων, εν μέρει προαιρετικών– βασικών στοιχείων σχετικά με τον λήπτη της ασφάλισης και το επιθυμητό προϊόν εμφανίζεται μια σελίδα αποτελεσμάτων. Η σελίδα αυτή περιλαμβάνει κατάλογο των ασφαλιστικών προγραμμάτων διαφόρων ασφαλιστών καθώς και, εν συντομία, πληροφορίες για τα εν λόγω προγράμματα οι οποίες θεωρούνται ουσιώδεις, ήτοι την επωνυμία του ασφαλιστή, την τιμή του εκάστοτε ασφαλιστικού προγράμματος, αλλά και, μέσω λέξεων-κλειδιών, λεπτομέρειες για το ασφαλιστικό πρόγραμμα. Περαιτέρω, κάτω από την επωνυμία του συγκρινόμενου ασφαλιστή, εντός ενός τετράγωνου πεδίου με γαλάζιο περίγραμμα, εμφανίζεται βαθμολογία η οποία φέρει ρητώς τον τίτλο αυτό. Η βαθμολογία λαμβάνει αριθμητική τιμή από το 1,0 έως το 4,0 και υπομνηματίζεται, κατά περίπτωση, με τις ενδείξεις «πολύ καλά», «καλά», «ικανοποιητικά» ή «επαρκώς», που αποδίδονται στον εκάστοτε ασφαλιστή. Στον κατάλογο των ασφαλιστικών προγραμμάτων εμφανίζεται ως πρώτη μια προσφορά η οποία χαρακτηρίζεται, κατά κανόνα, ως «σύσταση βάσει σχέσης ποιότητας-τιμής», ακολουθούμενη από μια δεύτερη προσφορά η οποία χαρακτηρίζεται ως «σύσταση βάσει απόδοσης».

11 Οι επόμενες στη σειρά προσφορές κατατάσσονται, κατ' αρχήν, κατά σειρά αύξουσας τιμής, ωστόσο ο πελάτης έχει επίσης τη δυνατότητα, πατώντας τα αντίστοιχα πλήκτρα, να λάβει διαφορετική σειρά κατάταξης, ήτοι βάσει της επωνυμίας των οικείων ασφαλιστών κατ' αλφαβητική σειρά, βάσει της βαθμολογίας σε φθίνουσα σειρά και βάσει των αξιολογήσεων των πελατών, οι οποίες κατατάσσονται από την καλύτερη προς τη χειρότερη. Επιπλέον, αν ο χρήστης κινήσει τον δείκτη του ποντικιού πάνω από το πεδίο με τη βαθμολογία, εμφανίζονται σε αναδυόμενο παράθυρο βασικές πληροφορίες σχετικά με τη βαθμολογία αυτήν.

12 Η εν λόγω βαθμολογία στηρίζεται σε ένα σύστημα μοριοδότησης βάσει διαφόρων «παραμέτρων βαθμολόγησης», συνισταμένων σε μόρια που απονέμονται μέχρι μια ορισμένη ανώτατη τιμή, τα οποία αθροίζονται προκειμένου να προκύψει η συνολική βαθμολογία. Οι παράμετροι βαθμολόγησης και η συνολική βαθμολογία διαφοροποιούνται σε συνάρτηση με τον οικείο κλάδο ασφάλισης. Οι εν λόγω παράμετροι βαθμολόγησης ομαδοποιούνται σε –διαφορετικά ανά κλάδο

ασφάλισης– υποσύνολα ή κατηγορίες και συνοδεύονται από ένα πράσινο ή κίτρινο τικ ή έναν κόκκινο σταυρό. Στο κάτω μέρος του αναδυόμενου παραθύρου αναγράφεται ότι τα σύμβολα αυτά σημαίνουν, αντιστοίχως, «πολύ καλά», «μέσου επιπέδου» και «κάτω του μέσου όρου/χωρίς ασφαλιστική κάλυψη».

13 Στο πλαίσιο αυτό, το 2020 η HUK-Coburg άσκησε αγωγή ενώπιον του Landgericht Köln (πρωτοδικείου Κολωνίας, Γερμανία) κατά της Check24, υποστηρίζοντας, μεταξύ άλλων, ότι, όσον αφορά την ασφάλιση αυτοκινήτων, η προσφερόμενη στον επίμαχο ιστότοπο σύγκριση μέσω βαθμολογίας αντιβαίνει στο άρθρο 6, παράγραφος 2, σημείο 2, του UWG. Το σκεπτικό αυτό έγινε δεκτό από το ως άνω δικαστήριο με απόφαση της 22ας Απριλίου 2020, κατόπιν της οποίας η Check24 τροποποίησε τον εν λόγω ιστότοπο όσον αφορά τα προϊόντα ασφάλισης αυτοκινήτων και έθεσε στη διάθεση των ενδιαφερομένων καταναλωτών πρόσθετες πληροφορίες σχετικά με τις βαθμολογίες. Στη συνέχεια, η Check24 προέβη σε ανάλογες τροποποιήσεις και ως προς άλλα ασφαλιστικά προϊόντα.

14 Στις 26 Νοεμβρίου 2020 η HUK-Coburg άσκησε αγωγή ενώπιον του ως άνω δικαστηρίου κατά της Check24 Vergleichsportal, ήτοι της εταιρίας που είναι υπεύθυνη για τη διάθεση του εν λόγω ιστοτόπου στους καταναλωτές. Κατόπιν αιτήματος της HUK-Coburg, το ίδιο δικαστήριο, με διάταξη της 22ας Μαρτίου 2021, παρέπεμψε την υπόθεση ενώπιον του Landgericht München I (πρωτοδικείου Μονάχου Ι, Γερμανία), ήτοι του αιτούντος δικαστηρίου. Η HUK-Coburg ζήτησε παράλειψη και αποζημίωση για συγκεκριμένες μορφές προσβολής, μεταξύ άλλων, την εμφάνιση, στις σελίδες αποτελεσμάτων, των βαθμολογιών αυτών καθεαυτές, αλλά και σε συνδυασμό με τις αντίστοιχες πληροφορίες μέσω αναδυόμενων παραθύρων. Συναφώς, προβάλλει ότι τέτοιου είδους βαθμολογίες συνιστούν μη επιτρεπτή συγκριτική διαφήμιση κατά το εθνικό δίκαιο, για τον λόγο ότι πρέπει να θεωρηθούν αξιολογικές κρίσεις μη δυνάμενες να αποτελέσουν αντικείμενο συγκριτικής διαφήμισης καθότι δημιουργούν επίφαση αντικειμενικότητας και ενέχουν υψηλό κίνδυνο παραπλάνησης του καταναλωτή.

15 Στις 20 Σεπτεμβρίου 2021 η HUK-Coburg διηύρυνε την αγωγή της κατά της Check24. Ειδικότερα, η HUK-Coburg ζήτησε από την Check24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH να παύσει να παρουσιάζει τα προγράμματα ασφάλισης οικοσκευής και ασφάλισης νομικής προστασίας σε κατάταξη βάσει της τιμής τους και των αξιολογήσεων των πελατών.

16 Το αιτούν δικαστήριο εκτιμά ότι το ζήτημα του κατά πόσον το άρθρο 6, παράγραφος 2, σημείο 2, του UWG απαγορεύει εν γένει τη σύγκριση μέσω βαθμολογιών, όπως η επίμαχη στη διαφορά της οποίας έχει επιληφθεί, εξαρτάται από την ερμηνεία του άρθρου 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2006/114.

17 Το δικαστήριο αυτό εκτιμά, κατ’ αρχάς, ότι η βαθμολογία είναι ένας αριθμός ο οποίος, αφ’ εαυτού, δεν παρέχει στον καταναλωτή πληροφορία κρίσιμη για την απόφαση αγοράς σε σχέση με το συγκρινόμενο προϊόν, με αποτέλεσμα η βαθμολογία αυτή να μην αποτελεί χαρακτηριστικό ενός προϊόντος, κατά την έννοια του άρθρου 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2006/114.

18 Στη συνέχεια, επισημαίνει ότι η απονομή μορίων ή βαθμών είναι υποκειμενική πράξη, ενώ η ως άνω διάταξη ρητώς απαιτεί αντικειμενική σύγκριση. Κατά το αιτούν δικαστήριο, η αντικειμενικότητα αυτή απαιτείται παράλληλα με την επαληθευσιμότητα και πρέπει, συνεπώς, να έχει αυτοτελή σημασία, ανεξάρτητη από την επαληθευσιμότητα.

19 Περαιτέρω, το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι η οδηγία 2006/114, αφενός, αξιολογεί, κατ' αρχήν, θετικά τη συγκριτική διαφήμιση υπό το πρίσμα του ανταγωνισμού και της πολιτικής για την προστασία των καταναλωτών και, αφετέρου, αποσκοπεί αποκλειστικώς στην προστασία των καταναλωτών και των ανταγωνιστών από τα ενδεχόμενα μειονεκτήματα της εν λόγω διαφήμισης. Υπό τις περιστάσεις αυτές, οι προϋποθέσεις του άρθρου 4, στοιχείο γ', της οδηγίας 2006/114 πρέπει, κατά το αιτούν δικαστήριο, να ερμηνεύονται ευρέως.

20 Τέλος, το εν λόγω δικαστήριο εκτιμά ότι ένα σύστημα βαθμολόγησης ή μοριοδότησης παρέχει τη δυνατότητα συνθετικής σύγκρισης μεγάλου αριθμού κριτηρίων και μπορεί, επομένως, να συνιστά βοήθημα για τον καταναλωτή σε περίπτωση πολύπλοκων συναλλαγών αγοράς.

21 Υπό τις συνθήκες αυτές το Landgericht München I (πρωτοδικείο Μονάχου I) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο το ακόλουθο προδικαστικό ερώτημα:

«Έχει το άρθρο 4, στοιχείο γ', της οδηγίας [2006/114] την έννοια ότι οι προϋποθέσεις υπό τις οποίες τελεί μια επιτρεπτή συγκριτική διαφήμιση κατά την εν λόγω διάταξη μπορεί επίσης να πληρούνται και στην περίπτωση κατά την οποία η σύγκριση διενεργείται μέσω συστήματος βαθμολόγησης ή μοριοδότησης;»

Επί του προδικαστικού ερωτήματος

22 Αρχικώς υπενθυμίζεται ότι, στο πλαίσιο της προβλεπόμενης από το άρθρο 267 ΣΛΕΕ διαδικασίας συνεργασίας μεταξύ των εθνικών δικαστηρίων και του Δικαστηρίου, στο τελευταίο απόκειται να δώσει στο εθνικό δικαστήριο χρήσιμη απάντηση η οποία θα του παρέχει τη δυνατότητα επίλυσης της διαφοράς της οποίας έχει επιληφθεί. Υπό το πρίσμα αυτό, το Δικαστήριο μπορεί να αναδιατυπώσει, εφόσον είναι αναγκαίο, τα ερωτήματα που του έχουν υποβληθεί. Πράγματι, αποστολή του Δικαστηρίου είναι να ερμηνεύει όλες τις διατάξεις του δικαίου της Ένωσης που έχουν ανάγκη τα εθνικά δικαστήρια προκειμένου να αποφανθούν επί των διαφορών των οποίων έχουν επιληφθεί, ακόμη και όταν οι διατάξεις αυτές δεν μνημονεύονται ρητώς στα ερωτήματα που του υποβάλλουν τα εν λόγω δικαστήρια [απόφαση της 7ης Νοεμβρίου 2019, K.H.K. (Δέσμευση τραπεζικών λογαριασμών), C-555/18, EU:C:2019:937, σκέψη 28 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία].

23 Κατά συνέπεια, ακόμα και αν, από τυπικής απόψεως, το υποβληθέν ερώτημα αφορά κυρίως την ερμηνεία του άρθρου 4, στοιχείο γ', της οδηγίας 2006/114, ιδίως δε το ζήτημα αν οι προϋποθέσεις που θεμελιώνουν επιτρεπτή συγκριτική διαφήμιση μπορούν να πληρούνται και στην περίπτωση κατά την οποία η σύγκριση διενεργείται μέσω συστήματος βαθμολόγησης ή μοριοδότησης, το γεγονός αυτό δεν εμποδίζει το Δικαστήριο να παράσχει στο εθνικό δικαστήριο όλα τα ερμηνευτικά στοιχεία του δικαίου της Ένωσης που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκδίκαση της υπόθεσης της κύριας δίκης. Συναφώς, στο Δικαστήριο απόκειται να συναγάγει, από το σύνολο των στοιχείων που του παρέχει το εθνικό δικαστήριο, και ιδίως από το σκεπτικό της αποφάσεως περί παραπομπής, εκείνα τα στοιχεία του δικαίου αυτού που χρήζουν ερμηνείας, λαμβανομένου υπόψη του αντικειμένου της διαφοράς της κύριας δίκης [βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 7ης Νοεμβρίου 2019, K.H.K. (Δέσμευση τραπεζικών λογαριασμών), C-555/18, EU:C:2019:937, σκέψη 29 και εκεί μνημονευόμενη νομολογία].

24 Εν προκειμένω, λαμβανομένων υπόψη των στοιχείων που προκύπτουν από την αίτηση προδικαστικής αποφάσεως, πρέπει να εξεταστεί αν η παρεχόμενη από επιχείρηση υπηρεσία επιγραμμικής σύγκρισης ασφαλιστικών προϊόντων μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστά «συγκριτική διαφήμιση», κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2006/114, και, ενδεχομένως, αν μια τέτοια μορφή διαφήμισης πληροί τα κριτήρια επιτρεπτού που θεσπίζει η οδηγία αυτή.

25 Το ως άνω άρθρο 2, στοιχείο γ′, ορίζει την έννοια της «συγκριτικής διαφήμισης» ως «κάθε διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή».

26 Συναφώς, το Δικαστήριο έχει διευκρινίσει ότι η ειδοποιός διαφορά της έννοιας της συγκριτικής διαφήμισης συνίσταται στον προσδιορισμό ενός ανταγωνιστή του διαφημιστή/διαφημιζομένου ή των αγαθών και υπηρεσιών που αυτός προσφέρει (αποφάσεις της 19ης Απριλίου 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, σκέψη 27, και της 18ης Νοεμβρίου 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, σκέψη 30).

27 Ως εκ τούτου, όπως ορθώς υπογράμμισε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καθοριστικής σημασίας, εν προκειμένω, είναι το ζήτημα αν ένας όμιλος εταιριών που παρέχει υπηρεσίες επιγραμμικής σύγκρισης ασφαλιστικών προϊόντων μπορεί να χαρακτηριστεί ως «ανταγωνιστής», κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2006/114, ενός ασφαλιστικού ομίλου.

28 Επομένως, ο διαφημιστής/διαφημιζόμενος, ήτοι η Check24, πρέπει να είναι ανταγωνιστής της HUK-Coburg προκειμένου η επίμαχη πρακτική να θεωρηθεί συγκριτική διαφήμιση κατά το ως άνω άρθρο 2, στοιχείο γ′, και, επομένως, να μπορεί η πρακτική αυτή να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της εν λόγω οδηγίας, όπερ εναπόκειται στο αιτούν δικαστήριο να ελέγξει.

29 Στο πλαίσιο αυτό, επισημαίνεται ότι ούτε η ως άνω διάταξη ούτε κάποια άλλη διάταξη της εν λόγω οδηγίας περιέχουν ορισμό της έννοιας του «ανταγωνιστή».

30 Όσον αφορά την έννοια του «ανταγωνιστή», υπενθυμίζεται ότι το Δικαστήριο έχει διευκρινίσει ότι η ιδιότητα των ανταγωνιστριών επιχειρήσεων στην οποία αναφέρεται η έννοια της συγκριτικής διαφήμισης στηρίζεται εξ ορισμού στη δυνατότητα υποκατάστασης των αγαθών ή των υπηρεσιών που οι επιχειρήσεις αυτές προσφέρουν στην αγορά (αποφάσεις της 19ης Απριλίου 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, σκέψη 28, και της 18ης Νοεμβρίου 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, σκέψη 30).

31 Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο το άρθρο 4, στοιχείο β′, της οδηγίας 2006/114 εξαρτά το επιτρεπτό της συγκριτικής διαφήμισης από την προϋπόθεση ότι η εν λόγω διαφήμιση συγκρίνει αγαθά ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τον ίδιο σκοπό (πρβλ. απόφαση της 19ης Απριλίου 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, σκέψη 29).

32 Εξάλλου, όπως έχει κρίνει το Δικαστήριο, το γεγονός ότι ορισμένα προϊόντα μπορούν να ικανοποιήσουν σε κάποιο βαθμό τις ίδιες ανάγκες δικαιολογεί το συμπέρασμα ότι μεταξύ τους υπάρχει κάποιος βαθμός υποκατάστασης (αποφάσεις της 19ης Απριλίου 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, σκέψη 30, και της 18ης Νοεμβρίου 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, σκέψη 32).

33 Τέλος, η συγκεκριμένη εκτίμηση αυτού του βαθμού υποκατάστασης, για την οποία αρμόδια είναι τα εθνικά δικαστήρια και η οποία πρέπει να γίνεται υπό το φως των σκοπών της οδηγίας και των αρχών που έχει διατυπώσει η νομολογία του Δικαστηρίου, προϋποθέτει την εξέταση κριτηρίων ικανών να επιτρέψουν το συμπέρασμα ότι υπάρχει ανταγωνιστική σχέση όσον αφορά τουλάχιστον ένα μέρος του φάσματος των προϊόντων τα οποία προσφέρουν οι σχετικές επιχειρήσεις (πρβλ. απόφαση της 19ης Απριλίου 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, σκέψη 33).

34 Εν προκειμένω, λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, η εξέταση της ύπαρξης σχέσης ανταγωνισμού μεταξύ της Check24 και της HUK-Coburg, στην οποία οφείλει να προβεί το αιτούν δικαστήριο, θα πρέπει να στηριχθεί σε ανάλυση της ενδεχόμενης δυνατότητας υποκατάστασης μεταξύ των υπηρεσιών που παρέχουν αντιστοίχως οι διάδικοι της κύριας δίκης, προκειμένου να καθοριστεί αν οι εν λόγω διάδικοι δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά.

35 Συναφώς, από τη δικογραφία που έχει στη διάθεσή του το Δικαστήριο προκύπτει ότι, ενώ η HUK-Coburg παρέχει στους πελάτες της ασφαλιστικές υπηρεσίες σε διαφόρους τομείς, η Check24 δεν παρέχει η ίδια τέτοιες υπηρεσίες, αλλά απλώς συγκρίνει διαδικτυακά επιμέρους προγράμματα ασφαλιστικών υπηρεσιών παρεχόμενων από ασφαλιστικές εταιρίες μέσω ενός συστήματος βαθμολόγησης ή μοριοδότησης και, κατά περίπτωση, προσφέρει, ως μεσάζων, τη δυνατότητα σύναψης συμβάσεων με τις ασφαλιστικές εταιρίες που παρέχουν τις συγκρινόμενες υπηρεσίες.

36 Επομένως, η Check24, στο μέτρο που από την ως άνω δικογραφία προκύπτει ότι εκμεταλλεύεται εργαλείο επιγραμμικής σύγκρισης ασφαλιστικών υπηρεσιών χωρίς να είναι η ίδια ασφαλιστική εταιρία, δεν μπορεί να παρέχει ούτε να διαθέτει τέτοιες υπηρεσίες, ακόμη και όταν καθιστά δυνατή, απλώς με την ιδιότητα του μεσάζοντος, τη σύναψη συμβάσεων μεταξύ πελατών και προμηθευτών ασφαλιστικών προϊόντων.

37 Ως εκ τούτου, προκύπτει, υπό την επιφύλαξη περαιτέρω εξακρίβωσης από το αιτούν δικαστήριο, ότι ασφαλιστικός όμιλος, όπως η HUK-Coburg, και όμιλος εταιριών που παρέχει υπηρεσίες επιγραμμικής σύγκρισης ασφαλιστικών προϊόντων, όπως η Check24, προσφέρουν υπηρεσίες μη δυνάμενες να υποκατασταθούν μεταξύ τους και δραστηριοποιούνται, συνεπώς, σε διαφορετικές αγορές υπηρεσιών.

38 Κατά συνέπεια, δεν εμπίπτουν στην έννοια της «συγκριτικής διαφήμισης», κατά το άρθρο 2, στοιχείο γ', της οδηγίας 2006/114, οι παρεχόμενες από επιχείρηση υπηρεσίες επιγραμμικής σύγκρισης ασφαλιστικών προϊόντων, οι οποίες δεν προσδιορίζουν ούτε ανταγωνιστή της επιχείρησης αυτής ούτε τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που προσφέρει ένας τέτοιος ανταγωνιστής.

39 Λαμβανομένου υπόψη του συνόλου των προεκτεθέντων, στο αιτούν δικαστήριο πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι, κατ' ορθή ερμηνεία του άρθρου 2, στοιχείο γ', της οδηγίας 2006/114, δεν εμπίπτει στην έννοια της «συγκριτικής διαφήμισης» της διατάξεως αυτής υπηρεσία επιγραμμικής σύγκρισης προϊόντων ή υπηρεσιών παρεχόμενη από επιχείρηση η οποία δεν είναι «ανταγωνιστής» κατά την εν λόγω διάταξη, δηλαδή δεν προσφέρει η ίδια τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που συγκρίνει και η οποία δραστηριοποιείται, συνεπώς, σε αγορά διαφορετικών προϊόντων ή υπηρεσιών. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση κατά την οποία η επιχείρηση αυτή ενεργεί ως μεσάζων και παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να συνάπτουν συμβάσεις με επιχειρήσεις που προσφέρουν τα οικεία προϊόντα ή υπηρεσίες, χωρίς να δραστηριοποιείται η ίδια στην αγορά των συγκεκριμένων προϊόντων ή των συγκεκριμένων υπηρεσιών.

Επί των δικαστικών εξόδων

40 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του αιτούντος 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 (ένατο τμήμα) αποφαίνεται:

Κατ' ορθή ερμηνεία του άρθρου 2, στοιχείο γ', της οδηγίας 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση:

δεν εμπίπτει στην έννοια της «συγκριτικής διαφήμισης» της διατάξεως αυτής υπηρεσία επιγραμμικής σύγκρισης προϊόντων ή υπηρεσιών παρεχόμενη από επιχείρηση η οποία δεν είναι «ανταγωνιστής» κατά την εν λόγω διάταξη, δηλαδή δεν προσφέρει η ίδια τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που συγκρίνει και η οποία δραστηριοποιείται, συνεπώς, σε αγορά διαφορετικών προϊόντων ή υπηρεσιών. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση κατά την οποία η επιχείρηση αυτή ενεργεί ως μεσάζων και παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να συνάπτουν συμβάσεις με επιχειρήσεις που προσφέρουν τα οικεία προϊόντα ή υπηρεσίες, χωρίς να δραστηριοποιείται η ίδια στην αγορά των συγκεκριμένων προϊόντων ή των συγκεκριμένων υπηρεσιών.

(υπογραφές)