Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (έκτο τμήμα)

της 18ης Οκτωβρίου 2012*

«Οδηγία 2005/29/ΕΚ — Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές — Πρακτική με την οποία ενημερώνεται ο καταναλωτής ότι κέρδισε έπαθλο και καλείται, προκειμένου να το αποκτήσει, να επιβαρυνθεί με κάποιο κόστος»

Στην υπόθεση C-428/11,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, που υπέβαλε το Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Ηνωμένο Βασίλειο) με απόφαση της 2ας Αυγούστου 2011, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 16 Αυγούστου 2011, στο πλαίσιο της δίκης

Purely Creative Ltd,

Strike Lucky Games Ltd,

Winners Club Ltd,

McIntyre & Dodd Marketing Ltd,

Dodd Marketing Ltd,

Adrian Williams,

Wendy Ruck,

Catherine Cummings,

Peter Henry

κατά

Office of Fair Trading,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (έκτο τμήμα),

συγκείμενο από τους A. Rosas (εισηγητή), προεδρεύοντα του έκτου τμήματος, U. Lõhmus και A. Ó Caoimh, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: P. Mengozzi

γραμματέας: L. Hewlett, κύρια υπάλληλος διοικήσεως,

* Γλώσσα διαδικασίας: η αγγλική.

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 28ης Ιουνίου 2012,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

— οι Purely Creative Ltd κ.λπ., εκπροσωπούμενοι από τους K. de Haan, QC, και N. Tillott, solicitor,

— η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, εκπροσωπούμενη από τους S. Ossowski και E. Jenkinson, επικουρούμενοι από την J. Simor, barrister,

— η Ισπανική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον A. Rubio González,

— η Ιταλική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από την G. Palmieri, επικουρούμενη από τη W. Ferrante, avvocato dello Stato,

— η Αυστριακή Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από την C. Pesendorfer,

— η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τους J. Samnadda, M. van Beek και M. Owsiany-Hornung,

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 σημείου 31 του παραρτήματος 1 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) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (στο εξής: οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) (ΕΕ L 149, σ. 22).

2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο διαφοράς μεταξύ, αφενός, πέντε επιχειρήσεων με εξειδίκευση στο διαφημιστικό ταχυδρομείο και προσώπων που έχουν εργαστεί στις επιχειρήσεις αυτές (στο εξής: επαγγελματίες) και, αφετέρου, του Office of Fair Trading (στο εξής: OFT), αρμόδιου να εποπτεύει την εφαρμογή της νομοθεσίας περί προστασίας των καταναλωτών, με αντικείμενο πρακτικές που ακολουθούσαν οι επαγγελματίες.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

3 Η έκτη, η όγδοη, δέκατη έκτη έως και η δέκατη ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές προβλέπουν τα ακόλουθα:

«(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. [...]

[...]

(8) Η παρούσα οδηγία προ[στατεύει τα] οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές. [...]

[...]

(16) Οι διατάξεις για τις επιθετικές εμπορικές πρακτικές θα πρέπει να καλύπτουν τις πρακτικές εκείνες που περιορίζουν σημαντικά την ελευθερία επιλογής του καταναλωτή. Πρόκειται για πρακτικές που χρησιμοποιούν παρενόχληση, καταναγκασμό συμπεριλαμβανόμενης και της χρήσης σωματικής βίας και της κατάχρησης επιρροής.

(17) Είναι σκόπιμο να καθοριστούν οι εμπορικές πρακτικές που είναι αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις, χάριν μεγαλύτερης ασφάλειας δικαίου. Στο παράρτημα Ι περιλαμβάνεται ο πλήρης κατάλογος όλων αυτών των πρακτικών. Είναι οι μόνες εμπορικές πρακτικές που μπορούν να θεωρηθούν αθέμιτες, χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση, [κατά] τις διατάξεις των άρθρων 5 έως 9. Ο κατάλογος μπορεί να τροποποιηθεί μόνο με αναθεώρηση της οδηγίας.

(18) Είναι σκόπιμο να προστατεύονται όλοι οι καταναλωτές από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. [...] Η παρούσα οδηγία, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας και προκειμένου να επιτευχθεί η αποτελεσματική εφαρμογή της προστασίας που παρέχει, θέτει ως σημείο αναφοράς τον μέσο καταναλωτή, ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος, λαμβανομένων υπόψη των κοινωνικών, πολιτιστικών και γλωσσικών παραγόντων, κατά την ερμηνεία του Δικαστηρίου, αλλά επίσης περιλαμβάνει διατάξεις για την πρόληψη της εκμετάλλευσης των καταναλωτών, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των οποίων τους καθιστούν ιδιαίτερα ευάλωτους σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται ειδικά σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών, όπως τα παιδιά, η επίδραση της εμπορικής πρακτικής ευκταίο είναι να εκτιμάται από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής της ομάδας. [...] Η [έννοια του] μέσου καταναλωτή δεν αποτελεί στατιστική [έννοια]. Τα εθνικά δικαστήρια και οι εθνικές αρχές θα πρέπει να χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση, λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία του Δικαστηρίου για να προσδιορίζουν την τυπική αντίδραση του μέσου καταναλωτή σε δεδομένη περίπτωση.

(19) Όταν ορισμένα χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, η σωματική ή πνευματική αναπηρία ή η ευπιστία καθιστούν τους καταναλωτές ιδιαίτερα ευάλωτους σε μια εμπορική πρακτική ή στο προβαλλόμενο προϊόν και η οικονομική συμπεριφορά μόνον αυτών των καταναλωτών ενδέχεται να στρεβλωθεί από την εν λόγω πρακτική, με τέτοιο τρόπο ώστε ο εμπορευόμενος να μπορεί ευλόγως να το προβλέψει, είναι σκόπιμο να διασφαλίζεται η επαρκής προστασία τους με την αξιολόγηση αυτής της πρακτικής από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής της ομάδας.»

4 Το άρθρο 1 της οδηγίας αυτής ορίζει ότι:

«Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι να συμβάλει στην ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών με την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών.»

5 Το άρθρο 2, στοιχείο ε′, της εν λόγω οδηγίας περιλαμβάνει τον ακόλουθο ορισμό:

«“ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών”: η χρήση μιας εμπορικής πρακτικής με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.»

6 Το άρθρο 5 της ίδιας οδηγίας, με τίτλο «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.

[...]

4. Ιδιαιτέρως, εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες όταν:

α) είναι παραπλανητικές όπως καθορίζεται στα άρθρα 6 και 7,

ή

β) είναι επιθετικές όπως καθορίζεται στα άρθρα 8 και 9.

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.»

7 Τα άρθρο 8 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, με τίτλο «Επιθετικές εμπορικές πρακτικές», ορίζει τα εξής:

«Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει σημαντικά ή ενδέχεται να παρεμποδίσει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγεί ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.»

8 Το παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αποτελείται από κατάλογο 31 σημείων όπου περιγράφονται εμπορικές πρακτικές οι οποίες, υπό οποιεσδήποτε συνθήκες, κρίνονται αθέμιτες. Οι περιγραφόμενες στα σημεία 1 έως 23 του παραρτήματος αυτού πρακτικές περιλαμβάνονται στον τίτλο «Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές», ενώ οι περιγραφόμενες στα σημεία 24 έως 31 αυτού περιλαμβάνονται στον τίτλο «Επιθετικές εμπορικές πρακτικές».

9 Το σημείο 20 του παραρτήματος Ι της εν λόγω οδηγίας ορίζει τα εξής:

«Περιγραφή του προϊόντος ως “δωρεάν”, “χωρίς επιβάρυνση” ή αντίστοιχη αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει άλλη πληρωμή πλην του αναπόφευκτου κόστους για την απάντηση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου.»

10 Το σημείο 31 του εν λόγω παραρτήματος ορίζει τα εξής:

«Δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα:

— δεν υφίσταται έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος,

— ή η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή ή συνεπάγεται δαπάνη.»

Το εθνικό δίκαιο

11 Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές μεταφέρθηκε στην εσωτερική έννομη τάξη με την κανονιστική πράξη για την προστασία των καταναλωτών από το αθέμιτο εμπόριο του 2008 [Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (SI 1277/2008), στο εξής: κανονιστική πράξη]. Το άρθρο 3 της κανονιστικής πράξεως απαγορεύει τις αθέμιτες πρακτικές. Το άρθρο 5 αυτής απαγορεύει τις παραπλανητικές πράξεις, ενώ το άρθρο 6 απαγορεύει τις παραπλανητικές παραλείψεις.

12 Το παράρτημα Ι της κανονιστικής πράξεως αντιστοιχεί στο παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Δεν περιλαμβάνει, όμως, τους τίτλους που μνημονεύει το παράρτημα της οδηγίας. Το σημείο 31 του παραρτήματος Ι της κανονιστικής πράξεως επαναλαμβάνει, με όμοια διατύπωση, το σημείο 31 του παραρτήματος Ι της εν λόγω οδηγίας.

Η διαφορά της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

13 Κατόπιν μακράς διαδικασίας διαβουλεύσεων και διαπραγματεύσεων μεταξύ του OFT και των επαγγελματιών, οι οποίες απέβλεπαν στην ανάληψη δεσμεύσεως από τους τελευταίους περί τηρήσεως ορισμένων κανόνων στον τομέα της διαφημίσεως, το OFT κίνησε διαδικασία ενώπιον του High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Companies Court) με αίτημα την έκδοση διαταγής προκειμένου οι επαγγελματίες να παύσουν τη διανομή διαφημίσεων παρόμοιων με πέντε συγκεκριμένες διαφημίσεις, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του έτους 2008 και έλαβαν τους αριθμούς 5 έως 9 στους φακέλους που υποβλήθηκαν στο δικαστήριο αυτό. Το OFT υποστήριξε ότι οι διαφημίσεις αυτές απαγορεύονται καθόσον αποτελούν «αθέμιτες εμπορικές πρακτικές» σύμφωνα με το άρθρο 3 της κανονιστικής πράξεως, διότι αντιβαίνουν στην παράγραφο 31, στοιχείο β′, του παραρτήματος 1 της κανονιστικής αυτής πράξεως και περιλάμβαναν παραπλανητικές πράξεις κατά την έννοια του άρθρου 5 αυτής, καθώς και παραπλανητικές παραλείψεις κατά την έννοια του άρθρου 6 της εν λόγω κανονιστικής πράξεως.

14 Οι εν λόγω διαφημίσεις περιλαμβάνουν επιστολές προσωπικώς απευθυνόμενες, κουπόνια και λοιπά διαφημιστικά φυλλάδια εντός εφημερίδων και περιοδικών. Μολονότι είναι διαφορετικές ως προς τις επιμέρους λεπτομέρειες, εμφανίζουν πλήθος κοινών χαρακτηριστικών, τα οποία περιγράφονται ως ακολούθως από το αιτούν δικαστήριο, ήτοι από το Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division):

— ο καταναλωτής πληροφορείται ότι δικαιούται να διεκδικήσει ένα από τα μνημονευόμενα έπαθλα ή βραβεία, τα οποία κυμαίνονται από έπαθλα σημαντικής αξίας έως αξίας μόλις λίγων λιρών στερλινών (GBP), και καλούνται, στο πλαίσιο της διαδικασίας, «πλέον συνήθη έπαθλα». Μεσολαβούν διάφορα έπαθλα με αξία κυμαινόμενη μεταξύ αυτών των δύο άκρων. Δεν αμφισβητείται ότι τα έπαθλα βρίσκονται πράγματι στη διάθεση των ενδιαφερόμενων καταναλωτών·

— με εξαίρεση τη διαφήμιση 8, ο καταναλωτής είχε τη δυνατότητα περισσοτέρων επιλογών για να ανακαλύψει το έπαθλο που μπορούσε να διεκδικήσει και να αποκτήσει αριθμό διεκδικήσεως:

  — κλήση σε τηλεφωνικό αριθμό με επιπλέον χρέωση,

  — χρησιμοποίηση ανεστραμμένης υπηρεσίας γραπτών μηνυμάτων (SMS), ή

  — λήψη πληροφοριών μέσω συνήθους ταχυδρομικής αποστολής.

  Η μέθοδος της ταχυδρομικής αποστολής ήταν λιγότερο προβεβλημένη σε σχέση με τον τηλεφωνικό αριθμό με επιπλέον χρέωση, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να ενθαρρύνονται να χρησιμοποιήσουν μέθοδο ακριβότερη από την ταχυδρομική αποστολή. Όσον αφορά τη διαφήμιση 5, διαπιστώθηκε ότι τουλάχιστον 80 % των συμμετεχόντων καταναλωτών είχαν απαντήσει διά τηλεφώνου ή γραπτών μηνυμάτων. Δεν υπήρξαν συναφώς ακριβείς διαπιστώσεις όσον αφορά τις λοιπές διαφημίσεις. Ο οικείος τηλεφωνικός αριθμός αντιστοιχούσε σε γραμμή με επιπλέον χρέωση. Ο καταναλωτής ενημερωνόταν για το κόστος ανά λεπτό και για τη μέγιστη διάρκεια της κλήσεως·

— ο καταναλωτής δεν ενημερωνόταν σχετικά με τα ακόλουθα:

  — η ελάχιστη διάρκεια της κλήσεως προκειμένου να λάβει τις αναγκαίες πληροφορίες ώστε να διεκδικήσει το πλέον σύνηθες έπαθλο ήταν μικρότερη κατά μόλις λίγα δευτερόλεπτα από τη μέγιστη διάρκεια της κλήσεως,

  — ο υπεύθυνος προωθήσεως λάμβανε 1,21 GBP επί του κόστους των 1,50 GBP ανά λεπτό·

— σε ορισμένες περιπτώσεις, ο καταναλωτής καλούνταν να καταβάλει επιπλέον χρεώσεις για αποστολή και ασφάλιση, μέρος των οποίων χρησιμοποιούνταν από τον υπεύθυνο προωθήσεως για να χρηματοδοτήσει το κόστος κτήσεως του διεκδικούμενου προϊόντος, και

— πλέον του 99 % των προσώπων που διεκδικούσαν ένα έπαθλο δικαιούνταν να αποκτήσουν το πλέον σύνηθες έπαθλο, με αντίστοιχη ή σχεδόν ίδια αξία με το ποσό που ενδεχομένως είχαν ήδη καταβάλει για τηλεφωνική χρέωση ή γραπτά μηνύματα και/ή χρεώσεις για αποστολή και ασφάλιση.

15 Για παράδειγμα, όσον αφορά τη διαφήμιση 5, από τις σκέψεις 87 και 90 της αποφάσεως του High Court προκύπτει ότι, προκειμένου να λάβει ένα ρολόι φερόμενο ως ελβετικό, ιαπωνικής κατασκευής, ο καταναλωτής καλούνταν να πληρώσει 18 GBP (8,95 GBP για τηλεφωνική κλήση, 8,50 GBP για ασφάλιση και έξοδα αποστολής, όπως επίσης και το κόστος δύο φακέλων και δύο γραμματοσήμων). Σε περίπτωση που ο καταναλωτής επέλεγε την ταχυδρομική αποστολή, η επιβάρυνσή του ήταν της τάξεως των 9,50 GBP. Σε περίπτωση χρησιμοποιήσεως του τηλεφώνου, ο επαγγελματίας λάμβανε συνολικό ποσό 15,71 GBP (7,21 GBP για τηλεφωνική κλήση και 8,50 GBP για ασφάλιση και έξοδα αποστολής), ενώ τα έξοδά του ανέρχονταν σε 9,36 GBP.

16 Οι διαφημίσεις 6 και 8 αφορούσαν κρουαζιέρες. Όπως προκύπτει από τις σκέψεις 171 έως 173 της αποφάσεως του High Court, στη διαφήμιση 8, ο καταναλωτής, ένας μεταξύ 356 578 ατόμων με έπαθλο μία κρουαζιέρα στη Μεσόγειο Θάλασσα για τέσσερα άτομα, μπορούσε να διεκδικήσει το έπαθλό του συμπληρώνοντας ένα ερωτηματολόγιο και καταβάλλοντας 14,95 GBP για ασφάλιση και λιμενικά τέλη. Στην περίπτωση αυτή, λάμβανε ένα κουπόνι, του οποίου η τιμή κόστους για τον επαγγελματία ήταν της τάξεως των 0,35 GBP. Από το κείμενο με μικρούς χαρακτήρες που ήταν τυπωμένο στο κουπόνι αυτό προέκυπτε ότι η κρουαζιέρα ήταν τριήμερης διάρκειας, στην Κορσική (Γαλλία) και στη Σαρδηνία (Ιταλία), με αναχώρηση από λιμάνι της Τοσκάνης (Ιταλία) το οποίο δεν προσδιοριζόταν και χωρίς συγκεκριμένες ημερομηνίες. Το εν λόγω κουπόνι παρείχε δικαίωμα μεταφοράς από την Αγγλία στον τόπο αναχωρήσεως της κρουαζιέρας, καθώς και δικαίωμα στο ταξίδι επιστροφής έναντι ποσού 159 GBP. Συμπληρωματικό ποσό έπρεπε να καταβληθεί για καμπίνα ενός ή

δύο κρεβατιών (και όχι τεσσάρων κρεβατιών). Ο καταναλωτής όφειλε να πληρώσει έξοδα διατροφής και ποτών, καθώς και λιμενικά τέλη. Κατά το High Court, δύο ζευγάρια δύο ατόμων θα έπρεπε να πληρώσουν 1 596 GBP, ήτοι 399 GBP ανά άτομο προκειμένου να συμμετάσχουν στην κρουαζιέρα αυτή.

17 Όπως εξήγησαν οι επαγγελματίες με τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν στο Δικαστήριο, σημαίνουσα αξία έχουν για αυτούς οι ενημερωμένες βάσεις δεδομένων με συμμετέχοντες προτιθέμενους να ανταποκριθούν σε διαφημίσεις περιλαμβάνουσες έπαθλα, καθώς οι βάσεις αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να προταθούν στους καταναλωτές άλλα προϊόντα ή για παραχώρησή τους σε άλλες εταιρίες που θα επιθυμούσαν να προτείνουν τα δικά τους προϊόντα.

18 Το High Court έκρινε ότι οι επίμαχες διαφημίσεις υποδήλωναν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, σε μικρότερο πάντως βαθμό από τον προβαλλόμενο από το OFT.

19 Με την απόφασή του, το εν λόγω δικαστήριο επισήμανε ότι η πρακτική η περιγραφόμενη στο σημείο 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές περιλαμβάνεται στον τίτλο «Επιθετικές εμπορικές πρακτικές» και όχι στον τίτλο «Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές», υπογραμμίζοντας πάντως ότι οι τίτλοι αυτοί δεν περιέχονται στο παράρτημα Ι της κανονιστικής πράξεως. Σε κάθε περίπτωση, στη σκέψη 47 της εν λόγω αποφάσεως, το High Court έκρινε ότι ο παραπλανητικός χαρακτήρας μιας εμπορικής πράξεως βρίσκεται στον πυρήνα της απαγορεύσεως του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της εν λόγω οδηγίας. Δέχθηκε το επιχείρημα ότι το σημείο 31 δεν εφαρμόζεται όταν το ποσό που ζητείται να καταβληθεί είναι μικρό (αντίστοιχο με το κόστος αγοράς ενός γραμματοσήμου ή μιας συνήθους τηλεφωνικής κλήσεως), εφόσον ο οικείος επαγγελματίας δεν λαμβάνει μέρος αυτού και η εν λόγω πληρωμή είναι αμελητέα σε σχέση με το έπαθλο που κερδίζει ο καταναλωτής.

20 Στο πλαίσιο της αρμοδιότητάς του, το High Court εξέδωσε απόφαση όπου όρισε τις δεσμεύσεις των επαγγελματιών. Οι τελευταίοι οφείλουν, σύμφωνα με τη σκέψη 1 της αποφάσεως αυτής, να απέχουν από «τη δημιουργία ψευδούς εντυπώσεως ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα η διενέργεια πράξεως προτεινόμενης από τον καθού σε σχέση με τη διεκδίκηση του επάθλου ή άλλου αντίστοιχου οφέλους προϋποθέτει υποχρέωση του καταναλωτή για καταβολή χρημάτων ή συνεπάγεται δαπάνη:

α) η οποία αποτελεί σημαντικό τμήμα του κόστους μονάδας που φέρει ο καθού για την παροχή στον καταναλωτή του αγαθού που περιγράφεται ως έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος, ή

β) σε περίπτωση χρεώσεως για παράδοση και ασφάλιση, η οποία χρησιμοποιείται από τον καθού για τη χρηματοδότηση όλου ή μέρους της αγοράς, της διαχειρίσεως ή άλλου κόστους ώστε να καταστεί διαθέσιμο αυτό το αγαθό, πέραν του πραγματικού κόστους για την παράδοσή του στον καταναλωτή και την ασφάλισή του (εφόσον απαιτείται) κατά τη μεταφορά.»

21 Οι επαγγελματίες άσκησαν έφεση κατά της αποφάσεως του High Court ενώπιον του Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division), ζητώντας η παράγραφος 1 αυτής να τροποποιηθεί κατά τρόπο ώστε να διαγραφεί το εν λόγω σημείο 1, στοιχείο α′, ή, εναλλακτικώς, να αντικατασταθεί από το ακόλουθο κείμενο:

«α) [η οποία] αποτελεί σημαντικό τμήμα του ενδεχόμενου κόστους αγοράς του αγαθού που περιγράφεται ως έπαθλο, ή άλλο αντίστοιχο όφελος, για τον μέσο καταναλωτή.»

22 Το OFT άσκησε αντέφεση η οποία είχε επίσης ως αντικείμενο το σημείο 1, στοιχείο α', της διαταγής, ζητώντας την αντικατάσταση των όρων του ως ακολούθως:

«δημιουργία της εντυπώσεως ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα η διενέργεια οποιασδήποτε πράξεως που επισημαίνεται από τους καθών σε σχέση με τη διεκδίκηση του επάθλου ή άλλου αντίστοιχου οφέλους προϋποθέτει υποχρέωση του καταναλωτή για καταβολή χρημάτων ή [συνεπάγεται δαπάνη]» ή, επικουρικώς, «[οτιδήποτε πέραν ενός αμελητέου κόστους].»

23 Το Court of Appeals (England & Wales) (Civil Division) κρίνει αναγκαία την ορθή ερμηνεία του σημείου 31 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, διότι οι κανονιστικές ρυθμίσεις των κρατών μελών με τις οποίες μεταφέρθηκε στο εσωτερικό δίκαιο η διάταξη αυτή εμφανίζουν διαφοροποιήσεις. Το Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) αποφάσισε, ως εκ τούτου, να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Απαγορεύει η αποκλειόμενη κατά [το σημείο] 31 του παραρτήματος 1 της οδηγίας [για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές] πρακτική στους [επαγγελματίες] να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με το ότι κέρδισαν έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα ο καταναλωτής καλείται να επιβαρυνθεί με κάποιο κόστος, έστω και αμελητέο, για να διεκδικήσει το έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος;

2) Παραβαίνει [το σημείο] 31 του παραρτήματος 1 [της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές] [επαγγελματίας] ο οποίος προσφέρει στον καταναλωτή περισσότερες δυνατότητες διεκδικήσεως επάθλου ή άλλου αντίστοιχου οφέλους, εφόσον η διενέργεια οποιασδήποτε πράξεως σχετικής με μία από τις ως άνω δυνατότητες διεκδικήσεως [επάθλου ή άλλου αντίστοιχου οφέλους] ενέχει επιβάρυνση του καταναλωτή με κόστος, έστω και αμελητέο;

3) Εφόσον δεν υπάρχει παράβαση [του σημείου] 31 του παραρτήματος 1 [της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές] όταν η μέθοδος διεκδικήσεως [επάθλου ή άλλου αντίστοιχου οφέλους] ενέχει επιβάρυνση του καταναλωτή μόνο με αμελητέο κόστος, με ποιον τρόπο ο εθνικός δικαστής μπορεί να διαπιστώσει αν το κόστος είναι αμελητέο; Ειδικότερα, είναι τέτοιου είδους κόστος απολύτως αναγκαίο προκειμένου:

α) ο υπεύθυνος προωθήσεως να προσδιορίσει τον καταναλωτή ως νικητή του επάθλου,

β) ο καταναλωτής να αποκτήσει το έπαθλο, και/ή

γ) ο καταναλωτής να έχει την ικανοποίηση ότι κέρδισε έπαθλο;

4) Επιβάλλει η χρησιμοποίηση των όρων "ψευδής εντύπωση" [στο σημείο] 31 [του παραρτήματος 1 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές] πρόσθετη προϋπόθεση, πέραν εκείνης κατά την οποία ο καταναλωτής καταβάλλει χρήματα ή επιβαρύνεται με δαπάνη για να διεκδικήσει το έπαθλο, ώστε ο εθνικός δικαστής να διαπιστώσει την ύπαρξη παραβάσεως των διατάξεων του [εν λόγω] [σημείου] 31;

5) Στην περίπτωση αυτή, με ποιον τρόπο ο εθνικός δικαστής μπορεί να διαπιστώσει αν δημιουργήθηκε αυτή η "ψευδής εντύπωση"; Ειδικότερα, οφείλει ο εθνικός δικαστής να λάβει υπόψη τη σχετική αξία του επάθλου σε σχέση με το κόστος διεκδικήσεώς του ώστε να διαπιστώσει ότι δημιουργήθηκε "ψευδής εντύπωση"; Στην περίπτωση αυτή, πρέπει η εν λόγω "σχετική αξία" να εκτιμάται σε σχέση με:

α) το κόστος μονάδας που φέρει ο υπεύθυνος προωθήσεως για να αποκτήσει το έπαθλο·

β) το κόστος μονάδας που φέρει ο υπεύθυνος προωθήσεως για να παραδώσει το έπαθλο στον καταναλωτή, ή

γ) την αξία που ο καταναλωτής μπορεί να αποδώσει στο έπαθλο βάσει της εκτιμώμενης "τιμής αγοράς" αντίστοιχου αγαθού κατά την αγορά του;»

Επί των προδικαστικών ερωτημάτων

24 Με τα ερωτήματά του, το αιτούν δικαστήριο ζητεί την ερμηνεία του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, και ειδικότερα της φράσεως «ψευδής εντύπωση» και της δεύτερης περιπτώσεως του σημείου αυτού, προκειμένου να διαπιστωθεί αν η εν λόγω διάταξη απαγορεύει την επιβολή κόστους, έστω και αμελητέου, σε καταναλωτή στον οποίο ανακοινώθηκε ότι έχει κερδίσει ένα έπαθλο.

25 Όσον αφορά το γράμμα της εν λόγω διατάξεως, διαπιστώνεται ότι απαρτίζεται από δύο αντιτιθέμενα στοιχεία, τα οποία χωρίζονται από τους όρους «ενώ στην πραγματικότητα». Το πρώτο μέρος αυτού του σημείου 31, ήτοι «[δ]ημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος», περιγράφει τρεις ψευδείς εντυπώσεις που μπορεί να δημιουργηθούν στον καταναλωτή σε σχέση με έπαθλο ή όφελος. Το δεύτερο μέρος του εν λόγω σημείου περιγράφει δύο διακριτές πραγματικές καταστάσεις. Στην πρώτη δεν υφίσταται έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στη δεύτερη υφίσταται έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος αλλά, για να αποκτήσει το έπαθλο, ο καταναλωτής θα πρέπει να προβεί σε ενέργεια που προϋποθέτει υποχρέωση καταβολής χρημάτων ή συνεπάγεται δαπάνη.

26 Από τη διάρθρωση της φράσεως που χρησιμοποιείται στο σημείο 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές προκύπτει ότι οι δύο περιγραφόμενες στο δεύτερο μέρος του σημείου αυτού πραγματικές καταστάσεις αποσαφηνίζουν το πρώτο μέρος αυτού. Με άλλα λόγια, δημιουργείται ψευδής εντύπωση όταν συντρέχουν τα στοιχεία μίας εκ των δύο περιγραφόμενων στο εν λόγω δεύτερο μέρος καταστάσεων.

27 Παρά ταύτα, οι επαγγελματίες επιμένουν ότι η «ψευδής εντύπωση» συνιστά στοιχείο διακρινόμενο από τις καταστάσεις που περιγράφονται στο δεύτερο μέρος αυτού του σημείου 31, οπότε δεν υπάρχει αθέμιτη πρακτική όταν ο καταναλωτής ενημερώνεται επαρκώς σχετικά με το κόστος που απαιτείται για να διεκδικήσει το έπαθλο. Υποστηρίζουν ότι η φράση «ψευδής εντύπωση» προστέθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κατά τη δεύτερη ανάγνωση του σχεδίου της οδηγίας και ότι η προσθήκη αυτή από τον συν-νομοθέτη επιβεβαιώνει την ερμηνεία ότι η «ψευδής εντύπωση» αποτελεί συστατικό στοιχείο της αθέμιτης πρακτικής, διακρινόμενο από τις καταστάσεις που περιγράφονται στις δύο περιπτώσεις του εν λόγω σημείου 31.

28 Πάντως, από τη διάρθρωση της φράσεως που αναλύθηκε στη σκέψη 26 της παρούσας αποφάσεως προκύπτει ότι η «ψευδής εντύπωση» δεν μπορεί να θεωρηθεί ως στοιχείο διακρινόμενο από τις δύο καταστάσεις που περιγράφονται στο δεύτερο μέρος του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Εξάλλου, καίτοι δεν αμφισβητείται ότι το Κοινοβούλιο προσέθεσε τη φράση «ψευδής εντύπωση» στο κείμενο της εν λόγω οδηγίας, επιβάλλεται η επισήμανση ότι η εισαχθείσα τροποποίηση, όπως προκύπτει από τη σύσταση για τη δεύτερη ανάγνωση, της 7ης Φεβρουαρίου 2005, σχετικά με την κοινή θέση του Συμβουλίου ενόψει της έγκρισης οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας του Συμβουλίου 84/450/ΕΟΚ, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ και 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (A6-0027/2005 τελικό), περιλαμβάνει όχι μόνο την προσθήκη αυτής της φράσεως, αλλά ταυτόχρονα

και των καταστάσεων που περιγράφονται στις δύο περιπτώσεις του εν λόγω σημείου 31. Επομένως, η ανάλυση των τροποποιήσεων που προστέθηκαν από το Κοινοβούλιο ενισχύει την εκτεθείσα στο σημείο 26 της παρούσας αποφάσεως ερμηνεία, κατά την οποία οι καταστάσεις που περιγράφονται στις περιπτώσεις αυτές αποσαφηνίζουν τη φράση «ψευδής δήλωση», η οποία δεν αποτελεί συστατικό στοιχείο της αθέμιτης πρακτικής ανεξάρτητο των εν λόγω καταστάσεων.

29 Σε κάθε περίπτωση, όπως ορθώς τόνισε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο όρος «ψευδής» δεν είναι απαραίτητος για την κατανόηση του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αλλά απλώς επιτείνει το νόημά της. Συγκεκριμένα, η απαγορευόμενη πρακτική αποτελείται από την πράξη δημιουργίας μίας εκ των εντυπώσεων που προβλέπονται στο πρώτο μέρος του σημείου αυτού, ενώ, όπως αναφέρει το δεύτερο μέρος του εν λόγω σημείου, οι εντυπώσεις αυτές δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα.

30 Όσον αφορά ειδικότερα τη δεύτερη περίπτωση του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, διαπιστώνεται ότι, κατά το γράμμα της διατάξεως αυτής, συνιστά αθέμιτη πρακτική η απαίτηση να καταβάλει χρήματα ο καταναλωτής ή να φέρει δαπάνη όταν προβαίνει σε ενέργεια για τη διεκδίκηση του παρουσιαζόμενου ως έπαθλο ή ως άλλο αντίστοιχο όφελος. Το κείμενο αυτό δεν προβλέπει εξαιρέσεις μολονότι η φράση «συνεπάγεται δαπάνη» δεν αρκεί ώστε να θεωρηθεί ότι επιβάλλει στον καταναλωτή έστω και ελάχιστο κόστος, είτε πρόκειται για αμελητέο κόστος σε σχέση με την αξία του επάθλου ή για κόστος το οποίο δεν αποφέρει κέρδος στον επαγγελματία, όπως το κόστος ενός γραμματοσήμου.

31 Όσον αφορά τη φράση «η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου», η φράση αυτή δεν είναι απολύτως σαφής και μπορεί, ως εκ τούτου, να καλύπτει, μεταξύ άλλων, κάθε τρόπο με τον οποίο ο καταναλωτής ενημερώνεται για τη φύση του επάθλου του ή επιδιώκει να το αποκτήσει.

32 Οι επαγγελματίες δίνουν έμφαση στη φράση «αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια» και συνάγουν εξ αυτών ότι δεν υπάρχει αθέμιτη πρακτική όταν ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα περισσότερων επιλογών, η μία εκ των οποίων συνεπάγεται μικρό ή καθόλου κόστος για τις ενέργειες που συνδέονται με τη διεκδίκηση του επάθλου.

33 Πρέπει να σημειωθεί, πάντως, ότι η φράση «αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια» περιλαμβάνεται στο πρώτο μέρος του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, αφορά την περίπτωση κατά την οποία δημιουργείται η εντύπωση της αποκτήσεως στο μέλλον ενός επάθλου εφόσον προηγηθεί συγκεκριμένη ενέργεια, για παράδειγμα, η αγορά προτεινόμενων σε κατάλογο προϊόντων, και επομένως δεν είναι κρίσιμη για την ερμηνεία της δεύτερης περιπτώσεως του εν λόγω σημείου 31, η οποία αφορά τις ενέργειες τις σχετικές με τη διεκδίκηση επάθλου το οποίο παρουσιάζεται στον καταναλωτή ωσάν να έχει ήδη κερδηθεί.

34 Επιπλέον, λαμβανομένου υπόψη του απόλυτου χαρακτήρα της απαγορεύσεως της επιβολής κόστους, το γεγονός ότι προτείνονται περισσότερες επιλογές δεν αναιρεί τον αθέμιτο χαρακτήρα της πρακτικής όταν περισσότερες προτεινόμενες στον καταναλωτή επιλογές συνεπάγονται την επιβάρυνση του καταναλωτή με ένα κόστος, ακόμη και αν το κόστος αυτό είναι αμελητέο σε σχέση με την αξία του επάθλου.

35 Η γραμματική ερμηνεία του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ενισχύεται από την ανάλυση της αλληλουχίας στην οποία εντάσσεται.

36 Επισημαίνεται, ειδικότερα, ότι η διάταξη αυτή περιλαμβάνεται στο παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, το οποίο, όπως διευκρινίζει το άρθρο 5, παράγραφος 5, αυτής, περιέχει τον κατάλογο με τις εμπορικές πρακτικές που θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις. Το στοιχείο αυτό ενισχύει την ερμηνεία ότι δεν απαιτείται εκτίμηση ώστε να εξακριβωθεί η ύπαρξη

προθέσεως παραπλανήσεως ή παραπλανητικού χαρακτήρα διακρινόμενου από τις περιγραφόμενες καταστάσεις στις δύο περιπτώσεις του δεύτερου μέρους του εν λόγω σημείου 31 ή, ακόμη, ο αμελητέος χαρακτήρας ενός κόστους.

37 Περαιτέρω, αυτό το σημείο 31 περιλαμβάνεται στον τίτλο «Επιθετικές εμπορικές πρακτικές» του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, γεγονός που αποκλείει το ενδεχόμενο ο παραπλανητικός χαρακτήρας να ασκεί επιρροή στην εμπορική πρακτική. Πράγματι, όπως προκύπτει από το άρθρο 8 της εν λόγω οδηγίας, μια πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της, οδηγεί ή είναι πιθανόν να οδηγήσει τον καταναλωτή σε απόφαση να προβεί σε μια εμπορική πράξη που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

38 Όπως υπογραμμίζουν μεταξύ άλλων η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου και η Ιταλική Κυβέρνηση, η επίμαχη πρακτική του σημείου 31, δεύτερη περίπτωση, του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές εκμεταλλεύεται την ψυχολογική επίδραση που προκαλείται από την αναγγελία της αποκτήσεως ενός επάθλου, ώστε να ωθήσει τον καταναλωτή σε επιλογή η οποία δεν είναι πάντοτε εύλογη, όπως να τηλεφωνήσει σε έναν αριθμό με επιπλέον χρέωση για να ενημερωθεί σχετικά με τη φύση του επάθλου, να προβεί σε μια δαπανηρή μετακίνηση για να αποκτήσει ένα σετ πιάτων ασήμαντης αξίας ή να πληρώσει τα έξοδα παραδόσεως ενός βιβλίου το οποίο έχει ήδη.

39 Συναφώς, μικρή σημασία έχει ότι το έπαθλο έχει πολύ μεγάλη αξία σε σχέση με το απαιτούμενο για την απόκτησή του κόστος. Οι επαγγελματίες επανειλημμένως επικαλέστηκαν ενώπιον του Δικαστηρίου την περίπτωση κατά την οποία το έπαθλο είναι ένα πολυτελές αυτοκίνητο το οποίο όμως ο καταναλωτής πρέπει να παραλάβει στη χώρα κατασκευής του αφού αναλάβει τα έξοδα για την έκδοση πινακίδων ή τα ασφάλιστρα.

40 Πρέπει, πάντως, να αναφερθεί ότι αυτό το παράδειγμα δεν είναι ιδιαίτερα αντιπροσωπευτικό των επάθλων που εν γένει προσφέρονται στους καταναλωτές. Σε κάθε περίπτωση, όπως τόνισε η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, το κοινό στο οποίο απευθύνονται οι επίμαχες πρακτικές δεν έχει απαραιτήτως την οικονομική δυνατότητα να φέρει τα έξοδα αυτά, ακόμη και αν λάβει δάνειο. Τέλος, η απαγόρευση προς τους επαγγελματίες να επιβαρύνουν τον καταναλωτή έστω και με ελάχιστο κόστος δεν καθιστά αδύνατη την οργάνωση τέτοιων διαφημιστικών εκστρατειών. Συγκεκριμένα, ο επαγγελματίας θα μπορούσε να προβλέψει ένα γεωγραφικό περιορισμό όσον αφορά τη συμμετοχή στον διαγωνισμό ή στη διαφημιστική εκστρατεία, ώστε να περιορίσει το σχετικό κόστος το οποίο συνδέεται με τη μετακίνηση του καταναλωτή και τις διατυπώσεις που απαιτούνται ώστε αυτός να αποκτήσει το έπαθλο. Ο επαγγελματίας θα μπορούσε, επίσης, να συνυπολογίσει στην αξία του προς διανομή επάθλου τα απαιτούμενα έξοδα επικοινωνίας και παραδόσεως.

41 Η μη συμπερίληψη των τίτλων του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες πρακτικές στην εθνική νομοθεσία δεν επηρεάζει την ερμηνεία της οδηγίας. Το ίδιο ισχύει και για τις επικαλούμενες από τους επαγγελματίες διαφοροποιήσεις στις εθνικές νομοθεσίες που εφαρμόζουν την εν λόγω οδηγία. Αντιθέτως, κρίσιμη είναι η υπόμνηση ότι, εφαρμόζοντας το εθνικό δίκαιο, το εθνικό δικαστήριο που καλείται να το ερμηνεύσει οφείλει να πράξει τούτο στο μέτρο του δυνατού, λαμβάνοντας υπόψη το γράμμα και τον σκοπό της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, ώστε να επιτευχθεί το αποτέλεσμα που αυτή επιδιώκει, συμμορφούμενο έτσι προς το άρθρο 288, τρίτο εδάφιο, ΣΛΕΕ (βλ., υπ' αυτήν την έννοια, αποφάσεις της 13ης Νοεμβρίου 1990, C-106/89, Marleasing, Συλλογή 1990, σ. I-4135, σκέψη 8· της 5ης Οκτωβρίου 2004, C-397/01 έως C-403/01, Pfeiffer κ.λπ., Συλλογή 2004, σ. I-8835, σκέψη 113, καθώς και της 28ης Ιουλίου 2011, C-69/10, Samba Diouf, Συλλογή 2011, σ. I-7151, σκέψη 60).

42 Όπως ορθώς υποστήριξε η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, η ερμηνεία του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές μπορεί να αποσαφηνισθεί με την ανάγνωση του σημείου 20 του εν λόγω παραρτήματος. Η διάταξη αυτή ορίζει ότι συνιστά παραπλανητική πρακτική η περιγραφή προϊόντος ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση» ή αντίστοιχη αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει άλλο ποσό πλην του αναπόφευκτου κόστους για την

ανταπόκριση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου. Το εν λόγω σημείο 31 δεν διατυπώνεται με παρόμοιο τρόπο, γεγονός που ενισχύει την ερμηνεία ότι η απαγόρευση να φέρει ο καταναλωτής έστω και το ελάχιστο κόστος είναι απόλυτη, είτε πρόκειται για το κόστος ενός γραμματοσήμου είτε για το κόστος μιας συνήθους τηλεφωνικής επικοινωνίας.

43 Οι σκοποί της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές επιβεβαιώνουν τη γραμματική ερμηνεία του σημείου 31 του παραρτήματος Ι αυτής.

44 Το άρθρο 1 της εν λόγω οδηγίας ορίζει ότι σκοπός της είναι να συμβάλει στην ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών (απόφαση της 23ης Απριλίου 2009, C-261/07 και C-299/07, VTB-VAB και Galatea, Συλλογή 2009, σ. I-2949, σκέψη 51).

45 Όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και δη από τη δέκατη έβδομη αιτιολογική σκέψη αυτής, η ασφάλεια δικαίου είναι πρωταρχικής σημασίας για την ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Αποβλέποντας στην επίτευξη του συγκεκριμένου σκοπού ο νομοθέτης συγκέντρωσε στο παράρτημα Ι της οδηγίας αυτής τις αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις εμπορικές πρακτικές, ως προς τις οποίες δεν απαιτείται, επομένως, κατά περίπτωση αξιολόγηση κατά τις διατάξεις των άρθρων 5 έως 9 της εν λόγω οδηγίας.

46 Ο σκοπός αυτός δεν επιτυγχάνεται όταν το σημείο 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι περιλαμβάνει και το στοιχείο της παραπλανήσεως, το οποίο διακρίνεται από τις καταστάσεις που περιγράφονται στο δεύτερο μέρος της διατάξεως αυτής. Συγκεκριμένα, η απόδειξη της υπάρξεως του στοιχείου αυτού θα απαιτούσε δύσκολες, κατά περίπτωση, αξιολογήσεις, μολονότι η συμπερίληψη των πρακτικών σε αυτό το παράρτημα Ι σκοπεί ακριβώς στην αποφυγή τους.

47 Ομοίως, ο σκοπός αυτός δεν επιτυγχάνεται όταν οι επαγγελματίες έχουν τη δυνατότητα να επιβάλλουν στον καταναλωτή «αμελητέο κόστος» σε σχέση με την αξία του επάθλου. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση αυτή θα έπρεπε να καθοριστούν οι μέθοδοι αξιολογήσεως τόσο του κόστους όσο και των επάθλων, με αποτέλεσμα να καθίστανται και στην περίπτωση αυτή αναγκαίες τέτοιου είδους αξιολογήσεις.

48 Επίσης, ο σκοπός της επιτεύξεως υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών ενισχύει την ερμηνεία του σημείου 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, κατά την οποία κανένα κόστος δεν πρέπει να επιβαρύνει τον καταναλωτή που έχει κερδίσει ένα έπαθλο.

49 Όπως ορθώς υποστήριξε, μεταξύ άλλων, η Κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, και όπως υπομνήσθηκε στη σκέψη 38 της παρούσας αποφάσεως, η πρακτική η αναφερόμενη στο σημείο 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές θεωρείται επιθετική κατά την οδηγία διότι η αναφορά σε έπαθλο έχει σκοπό να εκμεταλλευτεί την ψυχολογική επίδραση που δημιουργεί στον καταναλωτή η προσδοκία αποκτήσεως κέρδους και να τον οδηγήσει στη λήψη αποφάσεως όχι πάντοτε εύλογης, την οποία δεν θα είχε λάβει σε διαφορετική περίπτωση. Επομένως, για την προστασία του καταναλωτή είναι σημαντικό να διατηρηθεί ακέραια η έννοια του «επάθλου» δίνοντας στο σημείο 31 του παραρτήματος Ι της εν λόγω οδηγίας την ερμηνεία ότι έπαθλο για το οποίο ο καταναλωτής οφείλει να προβεί σε οποιαδήποτε πληρωμή δεν μπορεί να θεωρηθεί «έπαθλο».

50 Ο σκοπός αυτός ενισχύει την ερμηνεία ότι δεν γίνεται δεκτό οι ενέργειες οι σχετικές με τη διεκδίκηση επάθλου να μπορούν να γίνουν με περισσότερες μεθόδους προτεινόμενες στον καταναλωτή από τον επαγγελματία, εκ των οποίων τουλάχιστον η μία είναι δωρεάν. Συγκεκριμένα, η προοπτική ακριβώς αποκτήσεως ενός επάθλου είναι εκείνη που επηρεάζει τον καταναλωτή και μπορεί να τον ενθαρρύνει να λάβει μια απόφαση την οποία δεν θα είχε λάβει σε διαφορετική περίπτωση, όπως να επιλέξει την πλέον ταχεία μέθοδο για να γνωρίσει το έπαθλο που κέρδισε, καίτοι η μέθοδος αυτή μπορεί να συνεπάγεται το υψηλότερο κόστος.

51 Οι επαγγελματίες υποστηρίζουν ότι η επαρκής ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με τη φύση του επάθλου και τους όρους αποκτήσεώς του μπορεί να δικαιολογήσει την άποψη ότι η ακολουθούμενη πρακτική δεν είναι αθέμιτη. Συναφώς, επιβάλλεται η διάκριση μεταξύ του τι συνιστά έπαθλο και τι συνιστά την απόκτησή του. Συγκεκριμένα, καίτοι επιβάλλεται η περιγραφή του επάθλου στον καταναλωτή, το σημείο 31 του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύει οι ενέργειες για τη διεκδίκηση του επάθλου να εξαρτώνται από την υποχρέωσή του να καταβάλει χρήματα ή να φέρει δαπάνη.

52 Έτσι, επαναλαμβάνοντας ένα από τα παραδείγματα που μνημονεύθηκαν κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, έπαθλο το οποίο ορίζεται ως «εισιτήριο εισόδου» σε συγκεκριμένο ποδοσφαιρικό αγώνα δεν περιλαμβάνει τη μεταφορά του καταναλωτή από την κατοικία του στο στάδιο ποδοσφαίρου ή στον τόπο του αγώνα. Αντιθέτως, αν το έπαθλο συνίσταται στην «παρακολούθηση» αθλητικής συναντήσεως, χωρίς περαιτέρω διευκρινίσεις, απόκειται στον επαγγελματία να αναλάβει τα έξοδα μετακινήσεως του καταναλωτή.

53 Η σαφής και επαρκής ενημέρωση του καταναλωτή είναι σημαντική στην περίπτωση που ο επαγγελματίας προτίθεται να προσδιορίσει το κερδηθέν έπαθλο και να εκτιμήσει το περιεχόμενό του. Συναφώς υπενθυμίζεται ότι, κατά τη δέκατη όγδοη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται ειδικά σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών, η επίδρασή της ευκταίο είναι να εκτιμάται από την οπτική γωνία του μέσου μέλους της ομάδας αυτής. Κατά την εν λόγω αιτιολογική σκέψη, τα εθνικά δικαστήρια, μεταξύ άλλων, πρέπει να χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση για να προσδιορίζουν την τυπική αντίδραση του μέσου καταναλωτή σε δεδομένη περίπτωση.

54 Η δέκατη ένατη αιτιολογική σκέψη της ίδιας οδηγίας δίνει έμφαση στην έννοια της ειδικής ομάδας η οποία είναι ιδιαίτερα ευάλωτη σε μια εμπορική πρακτική και στην ανάγκη προστασίας των καταναλωτών που ανήκουν στην ομάδα αυτή εκτιμώντας την οικεία πρακτική από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής. Το άρθρο 5, παράγραφος 2, στοιχείο β', της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ορίζει, επομένως, τον αθέμιτο χαρακτήρα μιας πρακτικής σε σχέση με την ειδική ομάδα καταναλωτών στην οποία απευθύνεται η πρακτική αυτή.

55 Όπως κάθε άλλη ενημέρωση παρεχόμενη από τον επαγγελματία προς τον καταναλωτή, η ενημέρωση η οποία προσδιορίζει σε τι συνίσταται το έπαθλο πρέπει να εξετάζεται και να εκτιμάται από τα εθνικά δικαστήρια με γνώμονα τη δέκατη όγδοη και τη δέκατη ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως επίσης και το άρθρο 5, παράγραφος 2, στοιχείο β', της οδηγίας αυτής. Η εξέταση και η εκτίμηση συνίστανται τόσο στη διαθεσιμότητα της ενημερώσεως όσο και στο μέσο με το οποίο διενεργείται, στον αναγνώσιμο χαρακτήρα των κειμένων, στη σαφήνεια και στη δυνατότητα κατανοήσεώς τους από το κοινό στο οποίο απευθύνεται η πρακτική.

56 Όσον αφορά, ειδικότερα, την περιγραφόμενη στη σκέψη 16 της παρούσας αποφάσεως πρακτική, σημαντικό είναι το κοινό στο οποίο απευθύνεται η προσφορά ενός τέτοιου επάθλου να είναι σε θέση να γνωρίζει, μεταξύ άλλων, τις ημερομηνίες της κρουαζιέρας, τον τόπο αναχωρήσεως και αφίξεως αυτής, καθώς και τους όρους διαμονής και διατροφής. Στα εθνικά δικαστήρια εναπόκειται να εξακριβώσουν αν η παρεχόμενη πληροφόρηση είναι επαρκώς σαφής και κατανοητή από το κοινό στο οποίο απευθύνεται η πρακτική ώστε να είναι σε θέση ο μέσος καταναλωτής της οικείας ομάδας να αποφασίσει έχοντας γνώση της καταστάσεως.

57 Κατόπιν των ανωτέρω σκέψεων, στα υποβληθέντα ερωτήματα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι:

— το σημείο 31, δεύτερη περίπτωση, του παραρτήματος Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές έχει την έννοια ότι απαγορεύει επιθετικές πρακτικές με τις οποίες οι επαγγελματίες δημιουργούν στον καταναλωτή την ψευδή εντύπωση ότι έχει ήδη κερδίσει ένα έπαθλο, ενώ η

δυνατότητα διεκδικήσεως του επάθλου αυτού, είτε πρόκειται για αίτημα ενημερώσεως σχετικό με τη φύση του εν λόγω επάθλου είτε για αίτημα σχετικό με τον τρόπο αποκτήσεώς του, εξαρτάται από την υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει χρήματα ή να φέρει οποιαδήποτε δαπάνη·

— είναι αδιάφορο αν η επιβαλλόμενη στον καταναλωτή δαπάνη, όπως το κόστος ενός γραμματοσήμου, είναι αμελητέα σε σχέση με την αξία του επάθλου ή δεν αποφέρει οποιοδήποτε όφελος στον επαγγελματία·

— επίσης, είναι αδιάφορο αν είναι δυνατή η διεκδίκηση του επάθλου με διάφορες μεθόδους προτεινόμενες στον καταναλωτή από τον επαγγελματία, εκ των οποίων η μία τουλάχιστον είναι δωρεάν, όταν μία ή περισσότερες προτεινόμενες μέθοδοι προϋποθέτουν ότι ο καταναλωτής επιβαρύνεται με δαπάνη για να ενημερωθεί σχετικά με το έπαθλο ή τον τρόπο αποκτήσεώς του·

— εναπόκειται στα εθνικά δικαστήρια η εκτίμηση της παρεχόμενης στους καταναλωτές ενημερώσεως με γνώμονα τη δέκατη όγδοη και τη δέκατη ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, καθώς και το άρθρο 5, παράγραφος 2, στοιχείο β′, αυτής, ήτοι λαμβάνοντας υπόψη τη σαφήνεια και τη δυνατότητα κατανοήσεως της ενημερώσεως αυτής από το κοινό στο οποίο απευθύνεται η ακολουθούμενη πρακτική.

Επί των δικαστικών εξόδων

58 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 (έκτο τμήμα) αποφαίνεται:

Το σημείο 31, δεύτερη περίπτωση, του παραρτήματος Ι 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) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες πρακτικές»), έχει την έννοια ότι απαγορεύει επιθετικές πρακτικές με τις οποίες επαγγελματίες, όπως οι επίμαχοι στην κύρια δίκη, δημιουργούν στον καταναλωτή την ψευδή εντύπωση ότι έχει ήδη κερδίσει ένα έπαθλο, ενώ η δυνατότητα διεκδικήσεως του επάθλου αυτού, είτε πρόκειται για αίτημα ενημερώσεως σχετικό με τη φύση του εν λόγω επάθλου είτε για αίτημα σχετικά με τον τρόπο αποκτήσεώς του, εξαρτάται από την υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει χρήματα ή να φέρει οποιαδήποτε δαπάνη.

Είναι αδιάφορο αν η επιβαλλόμενη στον καταναλωτή δαπάνη, όπως το κόστος ενός γραμματοσήμου, είναι αμελητέα σε σχέση με την αξία του επάθλου ή δεν αποφέρει οποιοδήποτε όφελος στον επαγγελματία.

Επίσης, είναι αδιάφορο αν είναι δυνατή η διεκδίκηση του επάθλου με διάφορες μεθόδους προτεινόμενες στον καταναλωτή από τον επαγγελματία, εκ των οποίων η μία τουλάχιστον είναι δωρεάν, όταν μία ή περισσότερες προτεινόμενες μέθοδοι προϋποθέτουν ότι ο καταναλωτής επιβαρύνεται με τη δαπάνη για να ενημερωθεί σχετικά με το έπαθλο ή τον τρόπο αποκτήσεώς του.

Εναπόκειται στα εθνικά δικαστήρια η εκτίμηση της παρεχόμενης στους καταναλωτές ενημερώσεως με γνώμονα τη δέκατη όγδοη και τη δέκατη ένατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 2005/29, καθώς και το άρθρο 5, παράγραφος 2, στοιχείο β′, αυτής, ήτοι λαμβάνοντας υπόψη τη σαφήνεια και τη δυνατότητα κατανοήσεως της ενημερώσεως αυτής από το κοινό στο οποίο απευθύνεται η ακολουθούμενη πρακτική.

(υπογραφές)