Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (τέταρτο τμήμα)

της 7ης Ιουλίου 2016*

«Προδικαστική παραπομπή — Οδηγίες 98/6/ΕΚ και 2005/29/ΕΚ — Προστασία των καταναλωτών — Διαφήμιση με αναγραφή τιμής — Έννοιες της "προσφοράς" και της "τιμής συμπεριλαμβανομένων των φόρων" — Υποχρέωση να περιλαμβάνονται στην τιμή πωλήσεως αυτοκινήτου οχήματος τα υποχρεωτικώς καταβλητέα πρόσθετα έξοδα μεταφοράς του οχήματος αυτού»

Στην υπόθεση C-476/14,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, την οποία υπέβαλε το Bundesgerichtshof (ομοσπονδιακό δικαστήριο, Γερμανία) με απόφαση της 18ης Σεπτεμβρίου 2014, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 27 Οκτωβρίου 2014, στο πλαίσιο της δίκης

Citroën Commerce GmbH

κατά

Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW),

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (τέταρτο τμήμα),

συγκείμενο από τους L. Bay Larsen, πρόεδρο του τρίτου τμήματος, προεδρεύοντα του τετάρτου τμήματος, J. Malenovský, M. Safjan (εισηγητή), A. Prechal και K. Jürimäe, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: P. Mengozzi

γραμματέας: V. Tourrès, υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της επ' ακροατηρίου συζητήσεως της 30ής Σεπτεμβρίου 2015,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

— η Citroën Commerce GmbH, εκπροσωπούμενη από τους L. Pechan και J. Croll, Rechtsanwälte,

— η Zentralvereinigung des Kraffahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW), εκπροσωπούμενη από την B. Ackermann, Rechtsanwältin,

— η Ουγγρική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τους M. Z. Fehér, G. Szima και M. Bóra,

— η Αυστριακή Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον G. Eberhard,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

— η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τους M. van Beek και M. Kellerbauer,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 16ης Δεκεμβρίου 2015,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως αφορά την ερμηνεία των άρθρων 1 και 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές (ΕΕ 1998, L 80, σ. 27), καθώς και του άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', 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 (ΕΕ 2005, L 149, σ. 22).

2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο ένδικης διαφοράς μεταξύ της Citroën Commerce GmbH και της Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (ένωση των επιχειρήσεων αυτοκινήτου για τη διασφάλιση θεμιτού ανταγωνισμού) με αντικείμενο διαφήμιση της Citroën Commerce για αυτοκίνητα οχήματα.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

Η οδηγία 98/6

3 Κατά τις αιτιολογικές σκέψεις 6 και 12 της οδηγίας 98/6:

«(6) [...] η υποχρέωση αναγραφής των τιμών πώλησης [...] συμβάλλει κατά τρόπο σημαντικό στη βελτίωση της πληροφόρησης των καταναλωτών δεδομένου ότι παρέχει κατά τον απλούστερο τρόπο στους καταναλωτές τις βέλτιστες δυνατότητες αξιολόγησης και σύγκρισης της τιμής των προϊόντων και τους επιτρέπει κατά συνέπεια να προβαίνουν σε συνειδητές επιλογές με βάση απλές συγκρίσεις·

[...]

(12) [...] ρυθμίσεις σε κοινοτικό επίπεδο επιτρέπουν τη διασφάλιση μιας ομοιογενούς και διαφανούς πληροφόρησης υπέρ του συνόλου των καταναλωτών στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς [...]».

4 Το άρθρο 1 της οδηγίας αυτής ορίζει:

«Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές, προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.»

5 Το άρθρο 2 της ως άνω οδηγίας προβλέπει:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, νοούνται ως:

α) “τιμή πώλησης”: η τελική τιμή που ισχύει για μια μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του [φόρου προστιθεμένης αξίας] και όλων των λοιπών φόρων·

β) “μοναδιαία τιμή”: η τελική τιμή, συμπεριλαμβανομένου του [φόρου προστιθεμένης αξίας] και όλων των λοιπών φόρων, η οποία ισχύει για ποσότητα ενός χιλιογράμμου, ενός λίτρου, ενός μέτρου, ενός τετραγωνικού μέτρου ή ενός κυβικού μέτρου του προϊόντος ή για μια διαφορετική μονάδα μετρήσεως ποσοτήτων η οποία χρησιμοποιείται κατά τρόπο γενικευμένο και συνήθη στο οικείο κράτος μέλος για τη διάθεση στο εμπόριο ειδικών προϊόντων·

[...]

δ) “έμπορος”: κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που πωλεί ή προσφέρει για πώληση προϊόντα που εμπίπτουν στην εμπορική ή επαγγελματική του δραστηριότητα

ε) “καταναλωτής”: κάθε φυσικό πρόσωπο που αγοράζει ένα προϊόν για σκοπούς που δεν εμπίπτουν στον τομέα της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.»

6 Το άρθρο 3 της ίδιας οδηγίας ορίζει τα εξής:

«1. Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή αναγράφονται για όλα τα προϊόντα που αναφέρονται στο άρθρο 1. Η αναγραφή της μοναδιαίας τιμής υπόκειται στο άρθρο 5. Δεν είναι απαραίτητο να εμφαίνεται η τιμή μονάδος εφόσον ταυτίζεται με την τιμή πωλήσεως του προϊόντος.

[...]

4. Στις διαφημίσεις που αναφέρουν την τιμή πώλησης των προϊόντων του άρθρου 1, αναγράφεται και η μοναδιαία τιμή με την επιφύλαξη του άρθρου 5.»

7 Το άρθρο 4, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6 έχει ως εξής:

«Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να είναι σαφείς, ευκόλως αναγνωρίσιμες και ευανάγνωστες. [...]»

8 Κατά το άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής:

«Τα κράτη μέλη μπορούν να εξαιρούν από την υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής τα προϊόντα για τα οποία η αναγραφή αυτή δεν θα ήταν χρήσιμη λόγω της φύσης τους ή του προορισμού τους ή θα μπορούσε να προκαλέσει σύγχυση.»

9 Το άρθρο 10 της ως άνω οδηγίας προβλέπει:

«Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να θεσπίζουν ή να διατηρούν σε ισχύ διατάξεις που είναι πιο ευνοϊκές όσον αφορά την ενημέρωση των καταναλωτών και τη σύγκριση των τιμών, με την επιφύλαξη των υποχρεώσεων τους δυνάμει της Συνθήκης.»

Η οδηγία 2005/29

10 Οι αιτιολογικές σκέψεις 6 και 10 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. [...]

[...]

10. Η παρούσα οδηγία ισχύει μόνον εφόσον δεν υφίστανται ειδικές διατάξεις του κοινοτικού δικαίου που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, όπως είναι οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών και οι κανόνες για τον τρόπο παρουσίασης πληροφοριών στον καταναλωτή. Προστατεύει τον καταναλωτή όπου δεν υπάρχει ειδική τομεακή νομοθεσία σε κοινοτικό επίπεδο και απαγορεύει στους εμπορευόμενους τη δημιουργία εσφαλμένων εντυπώσεων για τη φύση των προϊόντων. [...]»

11 Κατά το άρθρο 2 της εν λόγω οδηγίας:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας νοούνται ως:

α) “καταναλωτής”: κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις εμπορικές πρακτικές που καλύπτει η παρούσα οδηγία, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα·

β) “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·

[...]

δ) “εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές” (οι οποίες αναφέρονται στο εξής και ως “εμπορικές πρακτικές”): 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·

ε) “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·

[...]

θ) “πρόσκληση για αγορά”: η εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή, με τρόπο ο οποίος ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται, ούτως ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά·

[...]

ια) “απόφαση συναλλαγής”: απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το κατά πόσον, πώς και υπό ποίους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά, θα καταβάλει τίμημα πλήρως ή εν μέρει, θα κρατήσει ή θα διαθέσει προϊόν ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος, είτε ο καταναλωτής αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια είτε όχι·

[...]».

12 Το άρθρο 3 της οδηγίας αυτής ορίζει τα εξής:

«1. Η παρούσα οδηγία 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.

[...]

4. Σε περίπτωση σύγκρουσης των διατάξεων της παρούσας οδηγίας με άλλους κοινοτικούς κανόνες που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι τελευταίοι επικρατούν και εφαρμόζονται επί των πτυχών αυτών.

[...]»

13 Κατά το άρθρο 5 της ίδιας οδηγίας, το οποίο έχει τίτλο «Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών»:

«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,

[...]».

14 Το άρθρο 7 της οδηγίας 2005/29 προβλέπει:

«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.

[...]

4. Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, εάν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο:

[...]

γ) η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή, και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις ευλόγως δεν μπορούν να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις·

[...]».

Το γερμανικό δίκαιο

15 Ο Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (νόμος κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού), της 3ης Ιουλίου 2004 (*BGBl.* 2004 I, σ. 1414, στο εξής: UWG), μετέφερε στο γερμανικό δίκαιο την οδηγία 2005/29.

16 Κατά το άρθρο 1, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, δεύτερη περίπτωση, του Preisangabenverordnung (κανονισμού περί αναγραφής των τιμών, *BGBl.* 1985 I, σ. 580, στο εξής: PAngV), όποιος, ως πωλητής, διαφημίζει τα προσφερόμενα προϊόντα στους καταναλωτές αναγράφοντας τις τιμές οφείλει να αναγράφει την καταβλητέα τελική τιμή συμπεριλαμβανομένου του φόρου προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ) και των λοιπών επιμέρους στοιχείων που απαρτίζουν την τιμή.

Η διαφορά της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

17 Η Citroën Commerce δημοσίευσε στην εφημερίδα *Nürnberger Nachrichten* της 30ής Μαρτίου 2011 διαφήμιση για αυτοκίνητο όχημα μάρκας Citroën, η οποία περιελάμβανε τα ακόλουθα στοιχεία: «για παράδειγμα Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [ευρώ] [1]» και «μέγιστο όφελος μειωμένης τιμής 6 170 [ευρώ] [1]». Η ένδειξη «1» παρέπεμπε στα εξής στοιχεία που βρίσκονταν στο κατώτερο τμήμα της διαφημίσεως αυτής: «Τιμή πλέον μεταφοράς αξίας 790 [ευρώ]. Προσφορά προς ιδιώτες ισχύουσα για όλα τα μοντέλα Citroën C 4 [...] που θα παραγγελθούν μέχρι τις 10 Απριλίου 2011 [...]». Η συνολική τιμή, περιλαμβάνουσα τα εν λόγω έξοδα μεταφοράς του αυτοκινήτου από τον κατασκευαστή στον πωλητή («Überführungskosten»), τα οποία όφειλε να καταβάλει ο πελάτης για να αποκτήσει το αυτοκίνητο αυτό, δεν αναφερόταν στην εν λόγω διαφήμιση.

18 Η ZLW άσκησε ενώπιον του Landgericht Köln (περιφερειακό δικαστήριο της Κολωνίας, Γερμανία) αγωγή ζητώντας να υποχρεωθεί η Citroën Commerce να παύσει την ως άνω διαφήμιση λόγω μη αναγραφής της περιλαμβάνουσας τα έξοδα μεταφοράς τελικής τιμής.

19 Με την από 11 Ιανουαρίου 2012 απόφαση, το Landgericht Köln (περιφερειακό δικαστήριο της Κολωνίας, Γερμανία) έκανε δεκτή την ως άνω αγωγή.

20 Η Citroën Commerce άσκησε έφεση κατά της αποφάσεως αυτής ενώπιον του Oberlandesgericht Köln (περιφερειακό εφετείο Κολωνίας, Γερμανία). Με απόφαση της 21ης Σεπτεμβρίου 2012, το δικαστήριο αυτό απέρριψε την έφεση.

21 Τόσο το Landgericht Köln (περιφερειακό δικαστήριο της Κολωνίας) όσο και το Oberlandesgericht Köln (περιφερειακό εφετείο Κολωνίας) έκριναν ότι η επίμαχη διαφήμιση ήταν αντίθετη προς τις διατάξεις του UWG και του PAngV, λόγω μη αναγραφής της τελικής τιμής.

22 Η Citroën Commerce άσκησε αίτηση αναιρέσεως («Revision») κατά της αποφάσεως την οποία εξέδωσε το Oberlandesgericht Köln (περιφερειακό εφετείο Κολωνίας) ενώπιον του Bundesgerichtshof (ομοσπονδιακό δικαστήριο, Γερμανία).

23 Το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι το κοινό δεν αντιλαμβάνεται τα έξοδα μεταφοράς του οχήματος από τον κατασκευαστή στον πωλητή ως πρόσθετο κόστος μεταφοράς, αλλά ως αναπόσπαστο μέρος της τελικής τιμής του οχήματος. Η χωριστή αναγραφή των εξόδων αυτών δικαιολογείται μόνον όταν ο πελάτης έχει την επιλογή μεταξύ της αυτοπρόσωπης παραλαβής του οχήματος από τον κατασκευαστή και της μεταφοράς του στον πωλητή ή όταν δεν είναι δυνατός ο καθορισμός των επίμαχων εξόδων, καθόσον τα έξοδα αυτά μπορούν να ποικίλλουν ανά περίπτωση. Οι προϋποθέσεις αυτές δεν πληρούνται όμως στην υπόθεση της κύριας δίκης.

24 Υπό τις περιστάσεις αυτές, το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Αποτελεί η διαφήμιση προϊόντος στην οποία αναγράφεται η πληρωτέα τιμή προσφορά κατά την έννοια του άρθρου 1 της οδηγίας 98/6;

Σε περίπτωση καταφατικής απαντήσεως στο πρώτο ερώτημα:

2) Πρέπει στην τιμή πωλήσεως, η οποία αναγράφεται σύμφωνα με τα άρθρα 1 και 3, παράγραφος 1, πρώτη περίοδος, της οδηγίας 98/6 στο πλαίσιο προσφοράς κατ' άρθρο 1 της ίδιας οδηγίας, να περιλαμβάνονται επίσης και τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του αυτοκινήτου από τον κατασκευαστή στον πωλητή;

Σε περίπτωση αρνητικής απαντήσεως στο πρώτο ή στο δεύτερο ερώτημα:

3) Πρέπει στην "τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων" η οποία αναγράφεται σύμφωνα με το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', πρώτη περίπτωση, της οδηγίας 2005/29 κατά την πρόσκληση για αγορά κατ' άρθρο 2, στοιχείο θ', της ίδιας οδηγίας να περιλαμβάνονται επίσης και τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του αυτοκινήτου από τον κατασκευαστή στον πωλητή;»

Επί των προδικαστικών ερωτημάτων

25 Με τα ερωτήματά του, τα οποία πρέπει να εξετασθούν από κοινού, το αιτούν δικαστήριο ζητεί από το Δικαστήριο να διευκρινισθεί, κατ' ουσίαν, αν το άρθρο 1 και το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6 καθώς και το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', της οδηγίας 2005/29 έχουν την έννοια ότι τα έξοδα μεταφοράς αυτοκινήτου οχήματος από τον κατασκευαστή στον πωλητή, τα οποία επιβαρύνουν τον καταναλωτή, πρέπει να περιλαμβάνονται στην τιμή πωλήσεως του εν λόγω οχήματος η οποία αναγράφεται σε διαφήμιση του εμπόρου.

26 Εισαγωγικώς, επισημαίνεται ότι, κατά το άρθρο 1 της οδηγίας 98/6, σκοπός της οδηγίας είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πωλήσεως και της μοναδιαίας τιμής μετρήσεως των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές, προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.

27 Συναφώς, κατά την αιτιολογική σκέψη 12 της οδηγίας αυτής, η οδηγία αποσκοπεί στη διασφάλιση ομοιογενούς και διαφανούς πληροφορήσεως υπέρ του συνόλου των καταναλωτών στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς.

28 Για τη διασφάλιση της ως άνω ομοιογένειας και διαφανούς πληροφορήσεως επί των τιμών, το άρθρο 3, παράγραφος 1, της εν λόγω οδηγίας απαιτεί την αναγραφή της τιμής πωλήσεως για όλα τα προϊόντα που προσφέρουν οι έμποροι στους καταναλωτές, η οποία καθορίζεται, κατά το άρθρο 2, στοιχείο α′, της ίδιας οδηγίας, ως η τελική τιμή πωλήσεως που ισχύει για μια μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, ήτοι συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων.

29 Η δυνατότητα εφαρμογής της οδηγίας 98/6 ως προς ορισμένες πτυχές της διαφημίσεως στην οποία αναγράφεται η τιμή πωλήσεως των προϊόντων προκύπτει από το άρθρο 3, παράγραφος 4, της οδηγίας αυτής.

30 Συναφώς, επισημαίνεται ότι, καίτοι η τελευταία αυτή διάταξη δεν προβλέπει γενική υποχρέωση αναγραφής της τιμής πωλήσεως, εντούτοις, διαφήμιση όπως αυτή της κύριας δίκης, η οποία αναφέρει τόσο τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του διαφημιζόμενου προϊόντος όσο και τιμή προσομοιάζουσα, για τον καταναλωτή ο οποίος έχει τη συνήθη ενημέρωση και είναι αρκούντως προσεκτικός και συνετός, με την τιμή πωλήσεως του εν λόγω προϊόντος, καθώς και ημερομηνία μέχρι την οποία ισχύει για τους ιδιώτες η «προσφορά», μπορεί να θεωρηθεί, από τον καταναλωτή αυτόν, ως δηλώνουσα προσφορά του εμπόρου για πώληση του εν λόγω προϊόντος υπό τις συνθήκες τις οποίες αναφέρει η ως άνω διαφήμιση. Στην περίπτωση αυτή, η ούτως αναγραφόμενη τιμή πρέπει να πληροί τις απαιτήσεις της οδηγίας 98/6.

31 Ειδικότερα, η τιμή αυτή πρέπει να είναι η τιμή πωλήσεως του οικείου προϊόντος, ήτοι η τελική του τιμή, κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6. Η τελική τιμή παρέχει στον καταναλωτή τη δυνατότητα αξιολογήσεως και συγκρίσεως της αναγραφόμενης σε διαφήμιση τιμής με την τιμή άλλων ομοειδών προϊόντων και, επομένως, τη δυνατότητα να προβαίνει σε συνειδητές επιλογές με βάση απλές συγκρίσεις, σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 6 της οδηγίας αυτής.

32 Στο αιτούν δικαστήριο απόκειται να ελέγξει αν πληρούνται όλα τα στοιχεία για τα οποία γίνεται λόγος στη σκέψη 30 της παρούσας αποφάσεως.

33 Ασφαλώς, στην απόφαση της 10ης Ιουλίου 2014, Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2014:2064, σκέψη 59), το Δικαστήριο υπενθύμισε ότι το αντικείμενο της οδηγίας 98/6 είναι η προστασία των καταναλωτών όχι στον τομέα της αναγραφής των τιμών εν γένει ή όσον αφορά την οικονομική πραγματικότητα των αναγγελιών μειώσεως των τιμών, αλλά στον τομέα αναγραφής των τιμών των προϊόντων σε σχέση με τα διάφορα είδη μονάδων μέτρησης.

34 Εντούτοις, το Δικαστήριο προέβη στην υπόμνηση αυτή μόνον εις απάντηση του επιχειρήματος του Βασιλείου του Βελγίου ότι η βελγική νομοθεσία, σύμφωνα με την οποία οι αναγγελίες μειώσεως της τιμής πρέπει να πληρούν ορισμένες χρονικές προϋποθέσεις, εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 98/6.

35 Ωστόσο, το ζήτημα αυτό διαφέρει προδήλως από το ζήτημα που αποτελεί αντικείμενο της υπό κρίση υποθέσεως, το οποίο αφορά τον καθορισμό των στοιχείων που πρέπει να περιλαμβάνονται στην αναγραφόμενη τιμή πωλήσεως κατά το άρθρο 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6.

36 Όσον αφορά τα στοιχεία αυτά, επισημαίνεται ότι η εν λόγω τιμή πωλήσεως, πέραν του ότι πρέπει να περιλαμβάνει τον ΦΠΑ και όλους τους λοιπούς φόρους, πρέπει γενικώς να συνιστά την τελική ισχύουσα τιμή για μια μονάδα του προϊόντος ή για μια συγκεκριμένη ποσότητα του προϊόντος.

37 Ως τελική τιμή, η τιμή πωλήσεως πρέπει κατ' ανάγκην να περιλαμβάνει τα αναπόφευκτα και προβλέψιμα στοιχεία της τιμής, τα οποία επιβαρύνουν υποχρεωτικώς τον καταναλωτή και συνιστούν την οικονομική αντιπαροχή για την απόκτηση του οικείου προϊόντος (βλ., κατ' αναλογίαν, απόφαση της 18ης Σεπτεμβρίου 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, σκέψη 36).

38 Κατά συνέπεια, στην περίπτωση κατά την οποία ο έμπορος ο οποίος πωλεί το προϊόν απαιτεί από τον καταναλωτή να φέρει τα έξοδα μεταφοράς του εν λόγω προϊόντος από τον κατασκευαστή στον ως άνω έμπορο-πωλητή, με συνέπεια τα έξοδα αυτά, τα οποία άλλωστε δεν μεταβάλλονται, να επιβαρύνουν υποχρεωτικώς τον καταναλωτή, τα έξοδα αυτά συνιστούν στοιχείο της τιμής πωλήσεως, κατά το άρθρο 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6.

39 Περί αυτού πρόκειται ιδίως όταν ο καταναλωτής μεταβαίνει στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου για να παραλάβει το αυτοκίνητο όχημα που αγόρασε από τον έμπορο αυτόν και το οποίο κατασκευάστηκε αλλού. Στην περίπτωση αυτή, τα έξοδα μεταφοράς του εν λόγω οχήματος από τον κατασκευαστή στον έμπορο-πωλητή επιβαρύνουν συνήθως τον ως άνω καταναλωτή.

40 Τα εν λόγω υποχρεωτικά για τον καταναλωτή έξοδα μεταφοράς πρέπει να διακρίνονται από το πρόσθετο κόστος μεταφοράς ή παραδόσεως του αγορασθέντος προϊόντος σε τοποθεσία επιλεγείσα από τον καταναλωτή, καθόσον το πρόσθετο αυτό κόστος δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως αναπόφευκτο και προβλέψιμο στοιχείο της τιμής.

41 Ως εκ τούτου, όταν προκύπτει η κατάσταση για την οποία γίνεται λόγος στη σκέψη 30 της παρούσας αποφάσεως, η τιμή προϊόντος προσφερόμενου προς πώληση από έμπορο σε καταναλωτές, η οποία αναγράφεται στη σχετική με το προϊόν αυτό διαφήμιση, πρέπει να περιλαμβάνει τα έξοδα μεταφοράς του εν λόγω προϊόντος από τον κατασκευαστή στον ως άνω έμπορο όταν αυτά επιβαρύνουν υποχρεωτικώς τον καταναλωτή.

42 Όσον αφορά τη δυνατότητα εφαρμογής της οδηγίας 2005/29, υπενθυμίζεται ότι, κατά το άρθρο 3, παράγραφος 4, της οδηγίας αυτής, σε περίπτωση συγκρούσεως των διατάξεών της με άλλους κανόνες της Ένωσης που διέπουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι άλλοι αυτοί κανόνες επικρατούν και εφαρμόζονται επί των ως άνω πτυχών.

43 Ασφαλώς, κατά το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29, η οδηγία ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, όπως αυτές καθορίζονται στο άρθρο 5, πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζόμενη με ένα συγκεκριμένο προϊόν. Το άρθρο 2, στοιχείο δ′, της εν λόγω οδηγίας ορίζει τις πρακτικές αυτές ως «κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπ[ο] 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» (βλ. απόφαση της 16ης Ιουλίου 2015, Abcur, C-544/13 και C-545/13, EU:C:2015:481, σκέψη 73).

44 Εντούτοις, επισημαίνεται ότι η οδηγία 98/6 διέπει συγκεκριμένες πτυχές, κατά το άρθρο 3, παράγραφος 4, της οδηγίας 2005/29, εμπορικών πρακτικών που μπορούν να χαρακτηρισθούν ως αθέμιτες στις σχέσεις μεταξύ επαγγελματιών και καταναλωτών, ήτοι, μεταξύ άλλων, αυτές που άπτονται της αναγραφής της τιμής πωλήσεως των προϊόντων στις προσφορές πωλήσεως και στις διαφημίσεις.

45 Υπό τις περιστάσεις αυτές, εφόσον η πτυχή που αφορά την αναγραφόμενη σε διαφήμιση τιμή πωλήσεως, όπως αυτή της κύριας δίκης, διέπεται από την οδηγία 98/6, η οδηγία 2005/29 δεν έχει εφαρμογή ως προς την πτυχή αυτή.

46 Συνεπώς, παρέλκει η ερμηνεία του άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29.

47 Λαμβανομένων υπόψη όλων των προεκτεθέντων, στα ερωτήματα που υποβλήθηκαν πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 3 της οδηγίας 98/6, σε συνδυασμό με το άρθρο 1 και το άρθρο 2, στοιχείο α′, αυτής, έχει την έννοια ότι τα έξοδα μεταφοράς αυτοκινήτου οχήματος από τον κατασκευαστή στον πωλητή τα οποία επιβαρύνουν τον καταναλωτή πρέπει να περιλαμβάνονται στην τιμή πωλήσεως του εν λόγω οχήματος η οποία αναγράφεται σε διαφήμιση του εμπόρου, όταν, λαμβανομένων υπόψη

όλων των χαρακτηριστικών της διαφημίσεως αυτής, ο καταναλωτής την προσλαμβάνει ως προσφορά για το εν λόγω όχημα. Στο αιτούν δικαστήριο απόκειται να ελέγξει αν πληρούνται όλα αυτά τα στοιχεία.

Επί των δικαστικών εξόδων

48 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 (τέταρτο τμήμα) αποφαίνεται:

Το άρθρο 3 της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές, σε συνδυασμό με το άρθρο 1 και το άρθρο 2, στοιχείο α΄, αυτής, έχει την έννοια ότι τα έξοδα μεταφοράς αυτοκινήτου οχήματος από τον κατασκευαστή στον πωλητή τα οποία επιβαρύνουν τον καταναλωτή πρέπει να περιλαμβάνονται στην τιμή πωλήσεως του εν λόγω οχήματος η οποία αναγράφεται σε διαφήμιση του εμπόρου, όταν, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της διαφημίσεως αυτής, ο καταναλωτής την προσλαμβάνει ως προσφορά για το εν λόγω όχημα. Στο αιτούν δικαστήριο απόκειται να ελέγξει αν πληρούνται όλα αυτά τα στοιχεία.

(υπογραφές)