ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
PAOLO MENGOZZI
της 16ης Δεκεμβρίου 2015 [1]

Υπόθεση C-476/14

Citroën Commerce GmbH
κατά
Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW)
[αίτηση του Bundesgerichtshof (Γερμανία)

για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]

«Προδικαστική παραπομπή — Προστασία των καταναλωτών — Διαφήμιση με αναγραφή τιμής — Χωριστή αναγραφή των εξόδων μεταφοράς — Έννοιες "προσφοράς" και τιμής "συμπεριλαμβανομένων των φόρων" — Υποχρέωση του εθνικού δικαίου να περιλαμβάνονται, στην αναγραφόμενη σε διαφήμιση τιμή, τα υποχρεωτικώς καταβλητέα πρόσθετα έξοδα μεταφοράς του αυτοκινήτου — Συμβατότητα με το δίκαιο της Ένωσης — Αθέμιτη εμπορική πρακτική — Πρόσκληση για αγορά — Παροχή ουσιωδών πληροφοριών σχετικά με την τιμή»

1. Περιέχει το δίκαιο της Ένωσης, ως προς την αναγραφόμενη ενδεικτική τιμή, σαφείς κανόνες βάσει των οποίων απαγορεύεται συστηματικώς διαφήμιση για αυτοκίνητο που αναφέρει χωριστά, αφενός, την τιμή του προϊόντος, και, αφετέρου, το ποσό των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς από τον κατασκευαστή στον αγοραστή; Αυτό είναι το διακύβευμα της υπό κρίση αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως.

I – Το νομικό πλαίσιο

Α – *Το δίκαιο της Ένωσης*

1. Η οδηγία 98/6/ΕΚ

2. Από την αιτιολογική σκέψη 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 [2], προκύπτει ότι «η διαφανής λειτουργία της αγοράς και η σωστή ενημέρωση αποβαίνει προς όφελος της προστασίας των καταναλωτών και του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων και προϊόντων».

3. Η αιτιολογική σκέψη 2 της οδηγίας 98/6 υπενθυμίζει «ότι πρέπει να εξασφαλιστεί στους καταναλωτές ένα υψηλό επίπεδο προστασίας».

1 — Γλώσσα του πρωτοτύπου: η γαλλική.
2 — ΕΕ L 80, σ. 27.

4. Κατά την αιτιολογική σκέψη 6 της οδηγίας 98/6 «η υποχρέωση αναγραφής των τιμών πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης 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».

5. Ακολούθως η αιτιολογική σκέψη 7 της οδηγίας 98/6 επισημαίνει «ότι θα πρέπει, συνεπώς, να υπάρχει μια γενική υποχρέωση αναγραφής τόσο της τιμής πώλησης όσο και της μοναδιαίας τιμής για όλα τα προϊόντα».

6. Από την αιτιολογική σκέψη 12 προκύπτει «ότι ρυθμίσεις σε κοινοτικό επίπεδο επιτρέπουν τη διασφάλιση μιας ομοιογενούς και διαφανούς πληροφόρησης υπέρ του συνόλου των καταναλωτών στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς».

7. Στο άρθρο 1 της οδηγίας 98/6 ορίζεται ότι «[σ]κοπός 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».

8. Το άρθρο 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6 ορίζει την τιμή πωλήσεως ως «τελική τιμή που ισχύει για μια μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του [φόρου προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ)] και όλων των λοιπών φόρων».

9. Το άρθρο 3, παράγραφος 4, της οδηγίας 98/6 προβλέπει ότι «[σ]τις διαφημίσεις που αναφέρουν την τιμή πώλησης των προϊόντων του άρθρου 1 αναγράφεται και η μοναδιαία τιμή με την επιφύλαξη του άρθρου 5».

10. Το άρθρο 4, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6 ορίζει, μεταξύ άλλων, ότι «[η] τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να είναι σαφείς, ευκόλως αναγνωρίσιμες και ευανάγνωστες».

11. Το άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6 προβλέπει ότι «[τ]α 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».

2. Η οδηγία 2005/29/ΕΚ

12. Από τις αιτιολογικές σκέψεις 3 και 4 της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»)[3], προκύπτει ότι «[ο]ι νόμοι των κρατών μελών που αφορούν τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές, οι οποίες μπορούν να δημιουργήσουν αισθητές στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και εμπόδια στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς […]. Οι διαφορές αυτές δημιουργούν αβεβαιότητα ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και δημιουργούν πολλά εμπόδια τα οποία βλάπτουν τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. […] Τα εμπόδια αυτά δημιουργούν επίσης αβεβαιότητα στους καταναλωτές όσον αφορά τα δικαιώματά τους και υποσκάπτουν την εμπιστοσύνη τους στην εσωτερική αγορά».

3 — ΕΕ L 149, σ. 22.

13. Η αιτιολογική σκέψη 6 της οδηγίας 2005/29 επισημαίνει ότι η οδηγία αυτή «επιδιώκει την προσέγγιση της νομοθεσίας των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της αθέμιτης διαφήμισης, οι οποίες βλάπτουν άμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και, συνεπώς, έμμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των θεμιτών ανταγωνιστών». Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, η οδηγία προστατεύει τους καταναλωτές από τις συνέπειες τέτοιου είδους αθέμιτων εμπορικών πρακτικών όπου αυτές είναι ουσιώδεις, αλλά αναγνωρίζει ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις, η επίπτωση στους καταναλωτές μπορεί να είναι αμελητέα».

14. Κατά την αιτιολογική σκέψη 10 της οδηγίας 2005/29 «[ε]ίναι αναγκαίο να εξασφαλιστεί η συνοχή μεταξύ της παρούσας οδηγίας και του υφιστάμενου κοινοτικού δικαίου, ειδικά όταν για συγκεκριμένους τομείς ισχύουν λεπτομερείς διατάξεις για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. […] Συνεπώς, 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 […] Κατά συνέπεια η οδηγία συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό κεκτημένο για τις εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών».

15. Στο άρθρο 1 της οδηγίας 2005/29 ορίζεται ότι «[σ]κοπός 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».

16. Το άρθρο 2, στοιχείο θ′, της οδηγίας 2005/29 ορίζει ως «πρόσκληση για αγορά» την «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».

17. Το άρθρο 3, παράγραφοι 1 και 4 έως 6, της οδηγίας 2005/29 προβλέπει 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.

5. Για διάστημα έξι ετών από τις 12 Ιουνίου 2007, τα κράτη μέλη θα μπορούν να εξακολουθούν να εφαρμόζουν εθνικούς κανόνες στο πεδίο των νομοθεσιών που προσεγγίζονται διά της παρούσας οδηγίας, περιοριστικότερους και λεπτομερέστερους αυτών της παρούσας οδηγίας, εφόσον πρόκειται για διατάξεις με τις οποίες μεταφέρονται στο εθνικό δίκαιο οδηγίες που περιλαμβάνουν ρήτρες ελάχιστης εναρμόνισης. […]

6. Τα κράτη μέλη γνωστοποιούν χωρίς καθυστέρηση στην Επιτροπή τις ενδεχόμενες εθνικές διατάξεις που εφαρμόζονται βάσει της παραγράφου 5.»

18. Το άρθρο 5, παράγραφοι 1 και 2, της οδηγίας 2005/29 έχει ως 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 […]»

19. Το άρθρο 7 της οδηγίας 2005/29 έχει ως εξής:

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

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

[…]

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·

[…]

5. Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που θεσπίζονται από το κοινοτικό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης ή του μάρκετινγκ, των οποίων ενδεικτικός κατάλογος περιλαμβάνεται στο παράρτημα ΙΙ, θεωρούνται ουσιώδεις.»

20. Το παράρτημα ΙΙ της οδηγίας 2005/29 περιλαμβάνει τον κατάλογο των κοινοτικών διατάξεων με τους οποίους θεσπίζονται κανόνες στον τομέα της διαφήμισης και της εμπορικής επικοινωνίας. Στον κατάλογο αυτό περιλαμβάνεται το άρθρο 3, παράγραφος 4, της οδηγίας 98/6.

Β – *Το γερμανικό δίκαιο*

21. Σύμφωνα με τον νόμο κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, στο εξής: UWG[4]), απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πράξεις, εφόσον είναι ικανές να επηρεάσουν κατά τρόπο αισθητό τα συμφέροντα των καταναλωτών, των ανταγωνιζόμενων ή όσων άλλων δραστηριοποιούνται στην αγορά[5]. Όποιος παραβαίνει διάταξη νόμου, η οποία σκοπεί, μεταξύ άλλων, προς το συμφέρον των παραγόντων της αγοράς, να ρυθμίσει τις συμπεριφορές στην αγορά, ενεργεί αθέμιτα[6].

22. Το άρθρο 1 του κανονισμού περί αναγραφής των τιμών (Preisangabenverordnung, στο εξής: PAngV[7]) μετέφερε, στη γερμανική έννομη τάξη, το άρθρο 4, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6. Προβλέπει ότι όποιος ως έμπορος ή επαγγελματίας ή κατά συνήθη τρόπο προσφέρει προϊόντα σε τελικούς καταναλωτές ή, ως πωλητής, διαφημίζει τα προσφερόμενα προϊόντα στους τελικούς καταναλωτές αναγράφοντας τις τιμές οφείλει να αναγράφει την καταβλητέα τιμή συμπεριλαμβανομένου του φόρου προστιθέμενης αξίας και των λοιπών επιμέρους στοιχείων που απαρτίζουν την τιμή.

ΙΙ – Η διαφορά της κύριας δίκης, τα προδικαστικά ερωτήματα και η ενώπιον του Δικαστηρίου διαδικασία

23. Η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης, Citroën Commerce GmbH (στο εξής: Citroën Commerce), είναι εταιρία εμπορίας αυτοκινήτων στη Γερμανία. Στις 30 Μαρτίου 2011 δημοσίευσε διαφημιστική καταχώριση σε γερμανική εφημερίδα για τα οχήματα που προσφέρει η θυγατρική της στο ομόσπονδο κράτος της Βαυαρίας. Το διαφημιστικό μήνυμα παρουσίαζε το παράδειγμα ενός μοντέλου ως εξής: «Για παράδειγμα, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 € [1]», «συμπεριλαμβανομένων όλων των πρόσθετων παροχών», «Μέγιστο όφελος μειωμένης τιμής: 6 170 € [1]». Η ένδειξη «[1]» παρέπεμπε στο κάτωθι κείμενο, που είχε συνταχθεί με μικρότερους χαρακτήρες και βρισκόταν στο κατώτερο τμήμα της διαφημιστικής καταχωρίσεως: «Επιπλέον 790 € έξοδα μεταφοράς […]».

24. Η Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (στο εξής: ZLW) (ένωση των επιχειρήσεων αυτοκινήτου για τη διασφάλιση θεμιτού ανταγωνισμού) άσκησε αγωγή κατά της εναγομένης και αναιρεσείουσας της κύριας δίκης βάσει των διατάξεων του UWG, σε συνδυασμό με το άρθρο 1 του PAngV, προκειμένου να την υποχρεώσει να παύσει τη διαφήμιση χωρίς την αναγραφή της πραγματικής τελικής τιμής του οχήματος, δηλαδή της τιμής συμπεριλαμβανομένων των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς.

25. Το πρωτοβάθμιο δικαστήριο έκανε δεκτή την αγωγή της ZLW. Η Citroën Commerce άσκησε έφεση. Το επιληφθέν δικαστήριο απέρριψε την έφεση. Η Citroën Commerce άσκησε αναίρεση ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου.

26. Το αιτούν δικαστήριο διευκρινίζει ότι, κατά την πάγια νομολογία του σχετικά με την ερμηνεία του άρθρου 1 του PAngV, πρέπει, καταρχήν, να αναγράφεται στις διαφημίσεις η τελική τιμή του οχήματος, δηλαδή η τιμή που περιλαμβάνει τα έξοδα μεταφοράς διότι το κοινό αντιλαμβάνεται τα παρεπόμενα αυτά έξοδα όχι ως πρόσθετο κόστος αλλά, αντιθέτως, ως αναπόσπαστο μέρος της τελικής τιμής. Η χωριστή αναγραφή της τιμής είναι επιτρεπτή μόνον στην περίπτωση που ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα επιλογής μεταξύ δύο δυνατοτήτων, δηλαδή είτε να παραλάβει το όχημα στο εργοστάσιο του κατασκευαστή είτε να παραλάβει το όχημα στον χώρο συνάψεως της συμβάσεως πωλήσεως,

4 — Τροποποιηθείς προσφάτως με *BGBl.* 2004 I, σ. 254.

5 — Άρθρο 3, παράγραφος 1, του UWG.

6 — Άρθρο 4, παράγραφος 11, του UWG.

7 — Τροποποιηθείς προσφάτως με *BGBl.* 2002 I, σ. 4197.

καθώς και στην περίπτωση κατά την οποία δεν είναι δυνατόν να προβλεφθεί εκ των προτέρων το ύψος των εξόδων μεταφοράς. Στην περίπτωση της επίμαχης διαφημίσεως στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης, καμία από τις δύο αυτές προϋποθέσεις δεν πληρούται. Το αιτούν δικαστήριο ζητεί να διευκρινισθεί αν η εθνική νομολογιακή αυτή γραμμή είναι συμβατή με το δίκαιο της Ένωσης.

27. Συναφώς, επισημαίνει ότι το εθνικό δίκαιο, ερμηνευόμενο κατ' αυτόν τον τρόπο, ενδέχεται να συνιστά μέτρο «περιοριστικότερο ή λεπτομερέστερο», κατά την έννοια του άρθρου 3, παράγραφος 5, της οδηγίας 2005/29, σε σχέση με τα μέτρα που τα κράτη μέλη μπορούν να διατηρήσουν στις έννομες τάξεις τους μέχρι τις 12 Ιουνίου 2013[8]. Με την πάροδο της προθεσμίας αυτής, η οδηγία 2005/29 λογίζεται ότι έχει προβεί σε πλήρη εναρμόνιση του τομέα. Η αντίληψη του εθνικού νομοθέτη σχετικά με τους όρους αναγραφής της τιμής θα μπορούσε επομένως να ισχύει μόνο καθόσον αντικατοπτρίζει την κατάσταση του δικαίου της Ένωσης.

28. Το αιτούν δικαστήριο ζητεί να διευκρινιστεί αν η διαφημιστική καταχώριση που δημοσιεύθηκε από την Citroën Commerce εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 98/6 και αν συνιστά «προσφορά προϊόντος» κατά την έννοια της οδηγίας αυτής. Στην περίπτωση αυτή, ζητεί να διευκρινιστεί αν η τιμή πωλήσεως που πρέπει να αναγράφεται σύμφωνα με την οδηγία 98/6 πρέπει να θεωρείται ότι περιλαμβάνει τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του οχήματος.

29. Ωστόσο, το αιτούν δικαστήριο διερωτάται επίσης ως προς τη δυνατότητα εφαρμογής της οδηγίας 2005/29 και δεν αποκλείει το παρόν προδικαστικό ερώτημα να πρέπει να επιλυθεί βάσει της οδηγίας αυτής. Στην περίπτωση αυτή, διερωτάται αν η τιμή που πρέπει να αναγράφεται σε «πρόσκληση για αγορά», κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', της εν λόγω οδηγίας, πρέπει να είναι συνολική τιμή, δηλαδή συμπεριλαμβάνουσα τα εν λόγω έξοδα.

30. Ενώπιον δυσχέρειας ερμηνείας του δικαίου της Ένωσης, το Bundesgerichtshof (ομοσπονδιακό δικαστήριο) αποφάσισε να αναστείλει τη δίκη και με απόφαση η οποία περιήλθε στη Γραμματεία του Δικαστηρίου στις 27 Οκτωβρίου 2014 να υποβάλει στο Δικαστήριο, βάσει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, τα ακόλουθα τρία προδικαστικά ερωτήματα:

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

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/ΕΚ στο πλαίσιο προσφοράς κατ' άρθρο 1 της ίδιας οδηγίας να περιλαμβάνονται επίσης και τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του αυτοκινήτου από τον κατασκευαστή στον έμπορο;

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/ΕΚ 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 έμπορο;»

8 — Στο σημείο αυτό, επισημαίνω, ωστόσο, ότι τα κράτη μέλη διέθεταν τέτοια δυνατότητα υπό τον όρο προηγούμενης κοινοποιήσεως των εν λόγω μέτρων στην Επιτροπή (βλ. άρθρο 3, παράγραφοι 5 και 6, της οδηγίας 2005/29). Όμως, δεν προκύπτει από τη δικογραφία ότι η Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας προέβη σε τέτοια κοινοποίηση του εθνικού της δικαίου που είναι κρίσιμο για την επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης.

31. Η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης, η ZLW, η Αυστριακή Κυβέρνηση, η Ουγγρική Κυβέρνηση καθώς και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέθεσαν γραπτές παρατηρήσεις ενώπιον του Δικαστηρίου.

32. Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση της 30ής Σεπτεμβρίου 2015, η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης και η Επιτροπή ανέπτυξαν προφορικώς τις παρατηρήσεις τους.

III – Νομική ανάλυση

33. Καταρχάς, πρέπει να προσδιοριστεί το εύρος των ερωτημάτων που απευθύνονται στο Δικαστήριο. Όπως υπενθύμισε ο εκπρόσωπος της αναιρεσείουσας της κύριας δίκης κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ενώπιον του Δικαστηρίου, το αιτούν δικαστήριο δεν ερευνά αν η επίμαχη διαφημιστική καταχώριση στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης είναι αντίθετη προς την οδηγία 98/6 και/ή αν συνιστά αθέμιτη εμπορική πρακτική που απαγορεύεται από την οδηγία 2005/29. Ερευνά ποια είναι η κατάσταση του εφαρμοστέου στην υπόθεση δικαίου της Ένωσης, προκειμένου να διακριβώσει αν η ερμηνεία την οποία το αιτούν δικαστήριο υιοθετεί για το εθνικό του δίκαιο είναι συμβατή με το δίκαιο της Ένωσης [9].

34. Σύμφωνα με τις διαπιστώσεις του αιτούντος δικαστηρίου, η διαφημιστική καταχώριση την οποία δημοσίευσε στον Τύπο η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης παραβιάζει το γερμανικό δίκαιο, το οποίο απαιτεί να αναγράφεται, στις διαφημίσεις, η συνολική τιμή των προϊόντων, δηλαδή, εν προκειμένω, η τιμή συμπεριλαμβανομένων των εξόδων μεταφοράς του οχήματος μέχρι το κατάστημα του αντιπροσώπου λόγω του υποχρεωτικού τους χαρακτήρα.

35. Προκειμένου να εκτιμηθεί η συμβατότητα του εθνικού δικαίου με το δίκαιο της Ένωσης, πρέπει κατ' ουσίαν να δοθεί απάντηση σε δύο ερωτήματα. Θα πρέπει, πρώτον, να προσδιοριστεί ποια οδηγία ρυθμίζει τους όρους περί υποχρεώσεως αναγραφής της τιμής στις διαφημίσεις και να καθοριστεί ποιο είναι το επίπεδο της απαιτήσεως αυτής, δηλαδή το κοινοτικό πρότυπο στον τομέα αυτό. Προς τον σκοπό αυτό, και λαμβανομένου υπόψη του κανόνα προτεραιότητας του άρθρου 3, παράγραφος 4, της οδηγίας 2005/29, θα εξεταστεί καταρχάς η οδηγία 98/6. Στη συνέχεια, σε περίπτωση κατά την οποία προκύψει ότι το γερμανικό δίκαιο παρέχει μεγαλύτερη προστασία στους καταναλωτές σε σύγκριση με το δίκαιο της Ένωσης, θα πρέπει να διακριβωθεί, ακολούθως, αν το δίκαιο της Ένωσης επιτρέπει στα κράτη μέλη να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν μέτρα περισσότερο περιοριστικά σε σχέση με όσα αυτό επιτάσσει.

Α – *Προκαταρκτική παρατήρηση επί του αποκλεισμού εφαρμογής της οδηγίας 2006/114.*

36. Πρέπει να επισημανθεί καταρχάς ότι η διαφορά της κύριας δίκης δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2006/114/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση [10]. Το γεγονός ότι η αγωγή δεν ασκήθηκε από ένωση προστασίας των καταναλωτών αλλά από ένωση που εκπροσωπεί τα συμφέροντα των ανταγωνιστών στον τομέα των επιχειρήσεων αυτοκινήτου θα μπορούσε να δημιουργήσει την εντύπωση ότι η οδηγία 2006/114 ήταν εφαρμοστέα εφόσον, μεταξύ άλλων, έχει ως σκοπό «την προστασία των εμπορευομένων από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της» [11]. Ωστόσο, επί της ουσίας, η οδηγία 2006/114 δεν περιλαμβάνει καμία διάταξη που να προσδιορίζει τους όρους περί υποχρεωτικής αναγραφής των τιμών στις διαφημίσεις [12].

9 — Όπως υπενθυμίζεται στο σημείο 26 των προτάσεών μου.

10 — ΕΕ L 376, σ. 21.

11 — Άρθρο 1 της οδηγίας 2006/114. Βλ. επίσης απόφαση Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150, σκέψη 22).

12 — Το άρθρο 3, στοιχείο β', της οδηγίας 2006/114 ορίζει ότι, για να εκτιμηθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη ιδίως τα στοιχεία της σχετικά με την τιμή ή τον τρόπο διαμορφώσεώς της, καθώς και τους όρους υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά.

Β – *Επί του πρώτου ερωτήματος, σχετικά με το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 98/6*

37. Με το πρώτο του ερώτημα, το αιτούν δικαστήριο ζητεί να διευκρινιστεί αν η επίδικη διαφημιστική καταχώριση στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 98/6, μέτρο μεταφοράς της οποίας αποτελεί το άρθρο 1 του PAngV. Προς τούτο, θα αρκούσε, κατά το αιτούν δικαστήριο, ότι η εν λόγω διαφήμιση συνιστά προσφορά προϊόντων κατά την έννοια του άρθρου 1 της ως άνω οδηγίας.

38. Ενδέχεται η διαφήμιση την οποία δημοσίευσε η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης να συνιστά προσφορά προϊόντων εν ευρεία εννοία, δηλαδή κατά την κοινή έννοια του όρου. Ωστόσο, στο πλαίσιο της οδηγίας 98/6, η έννοια των «προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές» που χρησιμοποιείται στο άρθρο 1 της οδηγίας 98/6 πρέπει να ερμηνευθεί εντός των ορίων που θέτει ο σκοπός της οδηγίας αυτής.

39. Επομένως, δεδομένου ότι το αιτούν δικαστήριο ζητεί να διευκρινιστεί ποιες είναι οι διατάξεις του δικαίου της Ένωσης που εφαρμόζονται στον τομέα αναγραφής των τιμών που αναφέρονται στις διαφημίσεις, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι ο κύριος σκοπός της οδηγίας 98/6 δεν είναι αυτός. Πράγματι, πλείονα στοιχεία θέτουν, κατά τη γνώμη μου, εν αμφιβόλω, τη ratione materiae εφαρμογή της οδηγίας αυτής επί της διαφοράς της κύριας δίκης.

40. Βεβαίως, από τον τίτλο της οδηγίας 98/6 προκύπτει ότι σκοπεί στην προστασία των καταναλωτών στον τομέα αναγραφής των τιμών των προϊόντων που τους προσφέρονται. Ωστόσο, ο σκοπός αυτός διευκρινίζεται στο άρθρο 1 της οδηγίας 98/6 το οποίο επιβάλλει «την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται […] στους καταναλωτές, προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών».

41. Με τον τρόπο αυτό, ο νομοθέτης της Ένωσης έθεσε βεβαίως μία γενική υποχρέωση —αυτήν της αναγραφής τόσο της τιμής πωλήσεως όσο και της μοναδιαίας τιμής μετρήσεως [13]—, όμως περιορίζεται στις περιπτώσεις στις οποίες η διπλή αυτή αναγραφή είναι λυσιτελής ή, τουλάχιστον, επιτρέπει να επιτευχθεί αποτελεσματικότερα ο σκοπός διευκολύνσεως της συγκρίσεως των τιμών.

42. Καίτοι η υποχρέωση αυτή δεν ορίζεται ρητώς και ισχύει, prima facie, για «όλα τα προσφερόμενα προϊόντα», εντούτοις, η ανάλυση του λεξιλογίου της οδηγίας 98/6 με οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η οδηγία σκοπεί, κατ' ουσίαν, να καλύψει τα προϊόντα καθημερινής καταναλώσεως, ήτοι τόσο τα τρόφιμα όσο και τα μη εδώδιμα προϊόντα [14]. Με τον τρόπο αυτό, σε κάθε περίπτωση, αντιλαμβάνομαι τις διάφορες αναφορές που απαντώνται στην οδηγία 98/6 στα προϊόντα που διατίθενται χύμα [15], στη συσκευασία ή την προσυσκευασία των προϊόντων [16], στο καθαρό βάρος και το καθαρό στραγγισμένο βάρος των προϊόντων [17] ή ακόμη στις μικρές επιχειρήσεις λιανικής πωλήσεως [18].

43. Το γεγονός ότι η οδηγία 98/6 δεν είχε εξαρχής θεωρηθεί ως ένα είδος οδηγίας-πλαισίου για την αναγραφή των τιμών ή εν γένει για τη διαφήμιση αλλά ως κείμενο που ρυθμίζει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες η τιμή των προϊόντων πρέπει, καταρχήν, να αποτελεί αντικείμενο διπλής αναγραφής, όταν τα προϊόντα εκτίθενται ή προσφέρονται προς κατανάλωση σε σημεία πωλήσεως, επιβεβαιώνεται και από τις προπαρασκευαστικές εργασίες.

13 — Βλ. αιτιολογική σκέψη 7 της οδηγίας 98/6.

14 — Η οδηγία 98/6 αντικατέστησε τις οδηγίες 79/581/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 19ης Ιουνίου 1979, περί προστασίας των καταναλωτών στο θέμα των ενδείξεων των τιμών των τροφίμων (ΕΕ L 158, σ. 19) και 88/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 7ης Ιουνίου 1988, για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των μη εδώδιμων προϊόντων (ΕΕ L 142, σ. 19).

15 — Βλ. αιτιολογική σκέψη 7 και άρθρα 2, στοιχείο γ', και 3, παράγραφος 3, της οδηγίας 98/6.

16 — Βλ. αιτιολογικές σκέψεις 5 και 10 και άρθρο 4 της οδηγίας 98/6.

17 — Βλ. άρθρο 4, παράγραφος 2, δεύτερο εδάφιο, της οδηγίας 98/6.

18 — Βλ. αιτιολογικές σκέψεις 9 και 14 και άρθρο 6 της οδηγίας 98/6.

44. Στην αιτιολογική έκθεση της προτάσεως οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την ένδειξη των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές [19] διατυπώνονται, πράγματι, ορισμένες ανησυχίες σε σχέση με τις πρακτικές των μεσαίου και μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων διανομής [20] όσον αφορά την επισήμανση των προϊόντων [21] ή ακόμη την ανάπτυξη της ανάγνωσης της τιμής μέσω γραμμωτού κώδικα [22].

45. Είναι επίσης ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι, μολονότι από τη σύνταξη του άρθρου 1 της προτάσεως οδηγίας προκύπτει ότι η αναγραφή της τιμής πωλήσεως και της μοναδιαίας τιμής μετρήσεως πρέπει να προβλέπεται για «τα προϊόντα που προσφέρονται από τους εμπόρους στον τελικό καταναλωτή», η Επιτροπή πρόσθεσε ότι αυτό αφορά την περίπτωση κατά την οποία η διπλή αυτή αναγραφή είναι λυσιτελής. Αναγνώρισε με τον τρόπο αυτό ότι «υφίστανται ορισμένες καταστάσεις κατά τις οποίες η σύγκριση τιμών δεν προσφέρει καθοριστική πληροφορία στον καταναλωτή, ιδιαίτερα όταν τα προϊόντα έχουν πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά ή όταν ανταποκρίνονται σε διαφοροποιημένες ανάγκες των καταναλωτών. Αυτό ισχύει παραδείγματος χάρη στα προϊόντα με προσωπικό χαρακτήρα, στα είδη ένδυσης, *στα αυτοκίνητα*, στα έπιπλα και σε όλα τα προϊόντα για τα οποία μία ένδειξη μέτρου […] δεν προσφέρει χρήσιμη πληροφορία για σύγκριση των τιμών» [23].

46. Επομένως, λόγω των ιδιαίτερων πολυποίκιλων ατομικών τους χαρακτηριστικών, τα αυτοκίνητα δεν αποτελούν προϊόντα για τα οποία η σύγκριση τιμών διά της αναγραφής, όπως αυτή ρυθμίζεται με την οδηγία 98/6, είναι άμεσα χρήσιμη για τον καταναλωτή. Για να γίνω πιο σαφής, όσο η οδηγία 98/6 μπορεί να διευκολύνει τη σύγκριση, για τον καταναλωτή, της τιμής ενός κιλού ντομάτες —καθώς οι ντομάτες αποτελούν εύκολα συγκρίσιμο προϊόν και, σε κάθε περίπτωση, αυστηρά ισοδύναμο με τις ντομάτες που πωλούνται σε άλλο κατάστημα— τόσο, για προϊόντα όπως τα αυτοκίνητα, η αναγραφή της τιμής υπό τις προϋποθέσεις που περιγράφονται στην οδηγία 98/6 δεν μπορεί να εξυπηρετήσει έναν τέτοιο σκοπό λαμβανομένης υπόψη της ιδιαιτερότητας κάθε οχήματος [24].

47. Επομένως, η υποχρέωση αναγραφής της τιμής πωλήσεως και της μοναδιαίας τιμής μετρήσεως που επιβάλλεται από την οδηγία 98/6 πρέπει να εκτιμάται σε συνδυασμό με τον επιδιωκόμενο από τον νομοθέτη σκοπό, ήτοι να διασφαλίσει ομοιογενή και διαφανή πληροφόρηση όσον αφορά, ειδικότερα, τον ποσοτικό προσδιορισμό των προϊόντων με ομοιόμορφο σύστημα μετρήσεως ως βάση για τον προσδιορισμό της τιμής τους [25] προς διευκόλυνση της συγκρίσεως. Το Δικαστήριο δεν αποφάνθηκε διαφορετικά όταν έκρινε, στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου, 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 μείωσης των τιμών αλλά στον τομέα αναγραφής των τιμών των προϊόντων σε σχέση με τα διάφορα είδη μονάδων μέτρησης» [26].

19 — COM(95) 276 τελικό, της 12ης Ιουλίου 1995.

20 — Το σημείο 20 της αιτιολογικής εκθέσεως αναφέρεται, μεταξύ άλλων, στα «εκθετήρια».

21 — Βλ. σημείο 17 της αιτιολογικής εκθέσεως της προτάσεως οδηγίας.

22 — Βλ. σημείο 20 της αιτιολογικής εκθέσεως της προτάσεως οδηγίας.

23 — Σημείο 27 της αιτιολογικής εκθέσεως της προτάσεως οδηγίας. Η υπογράμμιση δική μου.

24 — Τούτο δε, κατά μείζονα λόγο, δεδομένου ότι τα αυτοκίνητα είναι εξοπλισμένα με συγκεκριμένες πρόσθετες παροχές.

25 — Βλ. σημείο 60 των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα P. Cruz Villalón στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2013:769).

26 — Απόφαση Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2014:2064, σκέψη 59). Βλ. επίσης τα σημεία 58 επ. των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα P. Cruz Villalón στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2013:769) στις οποίες εξάλλου παραπέμπει το Δικαστήριο.

48. Συνεπώς, συντασσόμενος με την Επιτροπή, κλίνω υπέρ της γνώμης ότι βασικός σκοπός της οδηγίας 98/6 δεν είναι να διασφαλίσει την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά τις αναγραφές τιμών εν γένει, αλλά να καταστήσει δυνατή την επαρκή πληροφόρηση των καταναλωτών, καθιστώντας ιδίως εφικτή τη σύγκριση των τιμών, όταν η τιμή των προϊόντων αναγράφεται βάσει διαφορετικών μονάδων μέτρησης. Η επαρκής αυτή πληροφόρηση απαιτείται όταν το ίδιο προϊόν πωλείται σε διαφορετικές ποσότητες και συσκευασίες και όταν οι καταναλωτές έχουν συμφέρον να συγκρίνουν την τιμή του επίμαχου προϊόντος βάσει ίδιας μονάδας μετρήσεως.

49. Η οδηγία 98/6 δεν αποτελεί επομένως τον κανόνα αναφοράς, στο δίκαιο της Ένωσης, στον τομέα αναγραφής των τιμών εν γένει για όλες τις προσφορές προϊόντων. Κυρίως δεν ρυθμίζει, με γενικό τρόπο, τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες πρέπει να αναγράφονται οι τιμές στις διαφημίσεις[27]. Επομένως, δεν αποτελεί το κριτήριο βάσει του οποίου πρέπει να εκτιμάται η συμβατότητα της εθνικής νομοθεσίας με το δίκαιο της Ένωσης.

50. Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι δεδομένου ότι η οδηγία 98/6 έχει ως σκοπό την προστασία των καταναλωτών, όχι ως προς την αναγραφή των τιμών εν γένει αλλά ως προς την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται βάσει διαφορετικών μονάδων μετρήσεως, δεν μπορεί να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας αυτής εθνική διάταξη που έχει την έννοια ότι απαγορεύει, σε κάθε περίσταση, την πρακτική εμπόρου να αναγράφει χωριστά, σε μία διαφήμιση, αφενός, την τιμή οχήματος και, αφετέρου, το ποσό των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς του εν λόγω οχήματος στον καταναλωτή.

51. Ακριβώς για τον λόγο ότι η γερμανική διάταξη, όπως την ερμηνεύει το αιτούν δικαστήριο, δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 98/6, δεν μπορεί να θεωρηθεί ούτε ως «διάταξη που είναι πιο ευνοϊκή» την οποία τα κράτη μέλη μπορούσαν να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν κατά την έννοια του άρθρου 10 της οδηγίας 98/6, εφόσον η οδηγία αυτή δεν προέβη σε πλήρη εναρμόνιση του τομέα.

52. Συναφώς, συμμερίζομαι πλήρως και πάλι την ανάλυση του γενικού εισαγγελέα C. Villalón, στις προτάσεις του στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου, στην οποία υποστήριξε ότι «οι ευνοϊκότερες αυτές διατάξεις συνάγεται λογικά ότι αναφέρονται στα ζητήματα που αποτελούν αντικείμενο της οδηγίας 98/6, δηλαδή στην ενημέρωση των καταναλωτών ως προς τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται ως αναφορά για τον προσδιορισμό των τιμών των προϊόντων, διευκολύνοντας τη σύγκριση των τιμών […] με διαφορετικά συστήματα μετρήσεως»[28]. Υπό τις περιστάσεις αυτές, το άρθρο 10 της οδηγίας 98/6 δεν μπορεί να δικαιολογήσει τη διατήρηση της εθνικής διατάξεως, όπως την ερμηνεύει το αιτούν δικαστήριο, καθώς μια τέτοια διάταξη δεν άπτεται των ζητημάτων που αποτελούν αντικείμενο της οδηγίας 98/6[29].

Γ – *Επί του δευτέρου ερωτήματος ως προς την έννοια της τιμής κατά την οδηγία 98/6*

53. Λαμβανομένης υπόψη της απαντήσεως που προτείνω να δοθεί από το Δικαστήριο στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα του αιτούντος δικαστηρίου, θα αναπτύξω συντόμως το ερώτημα αυτό και μόνον επικουρικώς.

27 — Συγκεκριμένα, θεωρώ ότι αν το άρθρο 1 της οδηγίας 98/6 είχε την έννοια ότι, μέσω της διαφημίσεως, τα προϊόντα προσφέρονται, η διευκρίνιση του άρθρου 3, παράγραφος 4, της οδηγίας αυτής θα ήταν εντελώς περιττή.

28 — Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Cruz Villalón στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2013:769, σημείο 63).

29 — Βλ., κατ' αναλογία, σημείο 64 των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα P. Cruz Villalón στην υπόθεση Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2013:769).

54. Το αιτούν δικαστήριο ερωτά το Δικαστήριο αν η τιμή για την οποία γίνεται λόγος στα άρθρα 1 και 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 98/6 πρέπει να περιλαμβάνει τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του οχήματος. Οι διατάξεις αυτές πρέπει να ερμηνευθούν υπό το πρίσμα του άρθρου 2, στοιχείο α′, της οδηγίας αυτής που ορίζει την τιμή ως «[την] τελική τιμή που ισχύει για μία μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων». Από την ως άνω διάταξη συνάγεται ότι η τελική τιμή του προϊόντος αποτελείται από την τιμή του προϊόντος, τον ΦΠΑ και όλους τους λοιπούς φόρους.

55. Φρονώ ότι τα επίμαχα έξοδα μεταφοράς στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης είναι εντελώς άσχετα προς την οδηγία 98/6, τούτο δε για διάφορους λόγους.

56. Πρώτον, επιβάλλεται να δοθεί η απάντηση στο αιτούν δικαστήριο, το οποίο διευκρινίζει ότι τα έξοδα μεταφοράς θα μπορούσαν να θεωρηθούν ότι πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στην «τιμή πωλήσεως» του προϊόντος, κατά την έννοια της οδηγίας 98/6, λόγω του υποχρεωτικού χαρακτήρα τους, ότι από την ανάλυση του ιστορικού θεσπίσεως του άρθρου 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6 προκύπτει το συμπέρασμα ότι δεν ήταν αυτή η επιλογή του νομοθέτη, μολονότι είχε την ευκαιρία να την εντάξει στο κείμενο της εν λόγω οδηγίας.

57. Συγκεκριμένα, αρχικά, η πρόταση οδηγίας[30] καθόριζε απλώς την τιμή πωλήσεως ως «[την] τιμή που ισχύει για δεδομένη ποσότητα προϊόντος»[31].

58. Στην τροποποιημένη πρότασή της[32], η Επιτροπή πρότεινε να εμπλουτισθεί αισθητά ο ορισμός αυτός διευκρινίζοντας ότι η τελική τιμή περιλάμβανε «το[ν] ΦΠΑ, όλ[ους] τ[ους] λοιπ[ούς] φόρ[ους] και τ[ο] κόστ[ο]ς όλων των υπηρεσιών που πρέπει υποχρεωτικώς να καταβάλλει ο καταναλωτής»[33]. Ωστόσο, στην εγκριθείσα από το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης κοινή θέση (ΕΚ) 60/96 στις 27 Σεπτεμβρίου 1996 για την έκδοση της οδηγίας περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές[34], το Συμβούλιο δεν διατήρησε τη διατύπωση αυτή και πρότεινε απλώς ότι η τιμή πωλήσεως νοείται ως «η τιμή που ισχύει για μία μονάδα του προϊόντος ή δεδομένη ποσότητα του προϊόντος»[35] ορίζοντας, κατωτέρω στο σχέδιο οδηγίας, ότι «η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή αναφέρονται στην τελική τιμή του προϊόντος *υπό τους όρους που καθορίζουν τα κράτη μέλη*»[36].

59. Ακολούθως, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο υιοθέτησε τροπολογία προκειμένου να επανεισαχθεί στην τροποποιημένη πρόταση η μνεία του «κόστους όλων των υπηρεσιών, την κάλυψη του οποίου πρέπει υποχρεωτικώς να αναλάβει ο καταναλωτής»[37]. Πάντως, στο τελικό κείμενο του άρθρου 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6 δεν γίνεται τέτοιου είδους μνεία. Κατά τη γνώμη μου, τούτο μαρτυρά τη δυσκολία ανευρέσεως συμφωνίας επί ενός ενδεχόμενου ακριβέστερου νομοθετικού ορισμού της έννοιας της τιμής και των διαφορετικών συνιστωσών αυτής.

30 — Βλ. ανωτέρω υποσημείωση 19 των προτάσεών μου.

31 — Άρθρο 2 της προτάσεως οδηγίας. Τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του οχήματος θα μπορούσαν να εμπίπτουν απολύτως στην κατηγορία αυτή.

32 — Τροποποιημένη πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την ένδειξη των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές, COM(96) 264 τελικό της 24ης Ιουνίου 1996.

33 — Βλ. άρθρο 2, στοιχείο α′ και στοιχείο β′, της τροποποιημένης προτάσεως.

34 — ΕΕ C 333, σ. 7.

35 — Βλ. άρθρο 2, στοιχείο α′, της κοινής θέσεως 60/96.

36 — Βλ. άρθρο 4, παράγραφος 2, της κοινής θέσεως 60/96. Η υπογράμμιση δική μου.

37 — Βλ. τροπολογία 11 της αποφάσεως σχετικά με την εγκριθείσα από το Συμβούλιο κοινή θέση για την έκδοση της οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την ένδειξη των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές, doc. A4-0015/97 (ΕΕ C 85, σ. 26).

60. Δεύτερον, επισημαίνεται ότι ο νομοθέτης ανέφερε, αποσαφηνίζοντας την έννοια της «τιμής» κατά την οδηγία 98/6, τους φόρους και όχι τα έξοδα. Όμως, ακόμη και στο σημείο αυτό, η επιλογή αυτή δεν είναι ουδέτερη. Συγκεκριμένα, μια γρήγορη εξέταση διαφόρων γλωσσικών αποδόσεων επιβεβαιώνει τον «δημόσιο» χαρακτήρα των φόρων αυτών. Στην ισπανική γλώσσα αναφέρεται «todos los demás impuestos», στην ιταλική «ogni oltra imposta», στην αγγλική «all other taxes» και στη γερμανική «alle sonstigen Steuern einschließt». Ωστόσο, κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου, φόρος είναι χρηματική επιβάρυνση, έστω και ελάχιστη, η οποία επιβάλλεται μονομερώς, ανεξαρτήτως της ονομασίας της και της τεχνικής της[38] που εισπράττεται από το κράτος ή από έναν δημόσιο οργανισμό. Τα εισπραττόμενα από τον κατασκευαστή των αυτοκινήτων έξοδα δεν μπορούν ούτε να χαρακτηρισθούν ούτε να εξομοιωθούν με φόρο κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο α′, της οδηγίας 98/6.

61. Σε κάθε περίπτωση, και λαμβάνοντας υπόψη τον σκοπό της οδηγίας 98/6 που υπενθύμισα ανωτέρω, παραμένω πεπεισμένος ότι τέτοια έξοδα μεταφοράς είναι εντελώς άσχετα προς την οδηγία 98/6. Η διαπίστωση αυτή φαίνεται απολύτως συνεπής αν θεωρηθεί, όπως υποστηρίζω, ότι η οδηγία αυτή εφαρμόζεται κατ' ουσίαν σε πλαίσιο άμεσης διαθέσεως των προσφερομένων προϊόντων, ήτοι στην καθημερινή κατανάλωση, όπως στην περίπτωση των μικρών καταστημάτων λιανικής πωλήσεως ή των μικρού και μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων διανομής[39].

62. Δεδομένου ότι η οδηγία 98/6 δεν φαίνεται, σύμφωνα με την ανάλυσή μου, λυσιτελής για την επίλυση της διαφοράς της κύριας δίκης, πρέπει, στη συνέχεια, να προβώ στην ανάλυση της οδηγίας 2005/29.

Δ – *Επί του τρίτου ερωτήματος σχετικά με την έννοια της τιμής κατά το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29*

63. Η οδηγία 2005/29 αφορά τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Περιέχει ορισμένο αριθμό ενδείξεων όσον αφορά τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες οι έμποροι μπορούν να ενημερώνουν τους καταναλωτές, αναγράφοντας, ενδεχομένως, την τιμή του προϊόντος. Ειδικότερα, το άρθρο 7, παράγραφος 4, της εν λόγω οδηγίας περιλαμβάνει τον κατάλογο των πληροφοριών που θεωρούνται ουσιώδεις και δεν είναι δυνατόν να παραλειφθούν, να αποκρυβούν ή να παρουσιαστούν κατά τρόπο ώστε να εξαπατηθεί ο καταναλωτής κατά τη στιγμή που λαμβάνει «απόφαση συναλλαγής», κατά την έννοια της οδηγίας 2005/29.

64. Η τιμή «συμπεριλαμβανομένων των φόρων» αποτελεί μέρος αυτών των ουσιωδών πληροφοριών και το αιτούν δικαστήριο ζητεί από το Δικαστήριο να διευκρινιστεί αν η έννοια αυτή, όπως ορίζεται στο άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29, περιλαμβάνει τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς αυτοκινήτου από τον κατασκευαστή στον καταναλωτή. Ωστόσο, προτού αναλύσω τη διάταξη αυτή, θα αρχίσω την ανάλυσή μου με δύο προκαταρκτικές παρατηρήσεις.

38 — Βλ., μεταξύ άλλων, όσον αφορά την έννοια της φορολογικής επιβαρύνσεως ισοδυνάμου αποτελέσματος προς τελωνειακό δασμό, αποφάσεις Bakker Hillegom (C-111/89, EU:C:1990:177, σκέψη 9) και Kernkraftwerke Lippe-Ems (C-5/14, EU:C:2015:354, σκέψη 88 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

39 — Για να είμαι απόλυτα σαφής, δεν είναι δυνατόν να συναχθεί από την ανάλυσή μου ότι θα ήταν επιτρεπτό, λόγω των κενών της οδηγίας 98/6 ως προς τον ορισμό της «τελικής τιμής», να αναγραφεί χωριστά η τιμή φιάλης ενός λίτρου γάλακτος και το ποσό των εξόδων που χρεώνεται στον καταναλωτή από τον διανομέα για τη μεταφορά της φιάλης μέχρι το κατάστημα. Τα έξοδα της διαφοράς της κύριας δίκης είναι εντελώς άλλης φύσεως και εξομοιώνονται περισσότερο προς έξοδα παραδόσεως προϊόντος το οποίο δεν ανήκει στην καθημερινή κατανάλωση. Σε κάθε περίπτωση, η οδηγία 98/6 δεν περιέχει λεπτομερείς κανόνες ως προς τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες πρέπει να αναγράφεται η τελική τιμή.

1. Προκαταρκτικές διευκρινίσεις

65. Αφενός, επισημαίνω ότι η οδηγία 2005/29 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 [40]. Προέβη σε πλήρη εναρμόνιση του τομέα [41], ούτως ώστε τα κράτη μέλη δεν μπορούν, καταρχήν [42], να εισάγουν ή να διατηρήσουν στις έννομες τάξεις τους μέτρα αυστηρότερα των καθοριζομένων από την οδηγία 2005/29, ακόμη και αν σκοπός των μέτρων αυτών είναι η διασφάλιση υψηλότερου επιπέδου προστασίας των καταναλωτών [43].

66. Αφετέρου, υπενθυμίζω ότι, κατά την οδηγία 2005/29, οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές μπορούν να λάβουν δύο μορφές. Μπορεί να είναι είτε παραπλανητική πράξη (άρθρο 6) είτε παραπλανητική παράλειψη (άρθρο 7). Αφού το αιτούν δικαστήριο ρητώς αναφέρεται στην έννοια της προσκλήσεως για αγορά, η οποία ρητώς αναφέρεται μόνον από το άρθρο 7 της οδηγίας 2005/29, σημαίνει ότι προϋποθέτει ότι η εμπορική πρακτική της αναιρεσείουσας της κύριας δίκης εμπίπτει στην κατηγορία των παραπλανητικών παραλείψεων. Πάντως, αφού το εν λόγω δικαστήριο, στο στάδιο αυτό, δεν χαρακτηρίζει in concreto την συμπεριφορά της Citroën Commerce με βάση την οδηγία 2005/29, δεν συντρέχει λόγος, στις προτάσεις μου, να επανέλθω στην παραδοχή αυτή.

2. Επί των σχετικών με την τιμή ουσιωδών πληροφοριών στο πλαίσιο προσκλήσεως για αγορά

67. Εμπορική πρακτική συνιστά παραπλανητική παράλειψη 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» [44].

68. Πρόσκληση για αγορά αποτελεί ειδική μορφή διαφημίσεως για την οποία το άρθρο 7, παράγραφος 4, της οδηγίας 2005/29, προβλέπει αυξημένη υποχρέωση πληροφορήσεως [45]. Η εν λόγω πρόσκληση ορίζεται στο άρθρο 2, στοιχείο θ′, της οδηγίας 2005/29 ως «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» [46]. Το Δικαστήριο συνήγαγε ότι η διάταξη αυτή «δεν απαιτ[ούσε] την αναγραφή τελικής τιμής» [47].

40 — Απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψη 21).

41 — Βλ. αποφάσεις VTB-VAB και Galatea (C-261/07 και C-299/07, EU:C:2009:244, σκέψη 52)· Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, σκέψη 41)· Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660, σκέψη 27)· Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, σκέψη 20)· RLvS (C-391/12, EU:C:2013:669, σκέψη 33), καθώς και Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2014:2064, σκέψεις 55, 61 και 64) και διάταξη Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, σκέψη 34).

42 — Εκτός από ρητή άδεια που προβλέπεται από την ίδια την οδηγία 2005/29: βλ. άρθρο 3, παράγραφος 9, της οδηγίας 2005/29 και απόφαση Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, σκέψεις 21 έως 24).

43 — Βλ. διάταξη Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, σκέψη 34 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

44 — Άρθρο 7, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29. Το άρθρο 7, παράγραφος 2, της οδηγίας αυτής ορίζει μία άλλη μορφή παραπλανητικής παραλείψεως κατά την οποία ο εμπορευόμενος αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο άρθρο 7, παράγραφος 1, ή τις παρέχει κατά τρόπο «ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου» και έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει. Η επίμαχη διαφήμιση στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης θα ενέπιπτε περισσότερο στη δεύτερη αυτή κατηγορία παραπλανητικής παραλείψεως, καθόσον η χωριστή αναγραφή της τιμής του οχήματος και του ποσού των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς σε υποσημείωση παρέχει κατά τρόπο ασαφή μια ουσιώδη πληροφορία. Αλλά, και στην περίπτωση αυτή, δεν είναι αυτό το ζήτημα που μας απασχολεί σήμερα.

45 — Βλ. σημείο 22 των προτάσεών μου στην υπόθεση Ving Sverige (EU:C:2011:47).

46 — Η υπογράμμιση δική μου.

47 — Απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψη 36).

69. Εντούτοις, στην πρόσκληση για αγορά, «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» [48] θεωρούνται ως ουσιώδεις πληροφορίες.

70. Βάσει, αυστηρώς, του γράμματος του υποβληθέντος ερωτήματος, το αιτούν δικαστήριο ζητεί απλώς να διευκρινιστεί η ερμηνεία της έννοιας της «τιμής, [σ]υμπεριλαμβανομένων των φόρων». Όμως, mutatis mutandis, επιβάλλεται το ίδιο συμπέρασμα που έχει ήδη αντληθεί κατά την ερμηνεία της έννοιας των «λοιπών φόρων» στο πλαίσιο της οδηγίας 98/6 εφόσον, εκ νέου, μια γρήγορη ανάλυση των γλωσσικών αποδόσεων επιβεβαιώνει τον δημόσιο χαρακτήρα της μνείας των «φόρων». Στην ισπανική γλώσσα αναφέρεται «el precio, incluidos los impuestos», στην ιταλική «il prezzo comprensivo delle imposte», στην αγγλική «the price inclusive of taxes», στη γερμανική «der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben» ή ακόμη στην πορτογαλική «[o] preço, incluindo impostos e taxas».

71. Δεν έχω πεισθεί επομένως ότι τα υποχρεωτικώς καταβλητέα έξοδα μεταφοράς του οχήματος μπορούν να έχουν την έννοια ότι αναγκαίως ενσωματώνονται στην τιμή «συμπεριλαμβανομένων των φόρων» κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29.

72. Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να διευρυνθεί το πεδίο του τεθέντος ερωτήματος και να μην εστιάσουμε στην έκφραση «τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων», αλλά, αντιθέτως, να επιχειρήσουμε να εστιάσουμε στη συστηματική ερμηνεία του άρθρου 7 της οδηγίας 2005/29 προκειμένου να προσδιορίσουμε καλύτερα το εύρος των υποχρεώσεων που απορρέουν από το άρθρο αυτό ως προς την αναγραφή των τιμών.

73. Ως εκ τούτου, παρατηρείται, πρώτον, ότι το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29 δεν περιορίζεται στην αναφορά της τιμής, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, αλλά αναφέρει επίσης «[τον τρόπο] με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή, και, όπου ενδείκνυται, όλες [τις] πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου». Από τη δομή του κειμένου της διατάξεως αυτής προκύπτει ότι η τιμή αντιμετωπίζεται στο άρθρο αυτό ως σύνολο όλων των συνιστωσών της και ότι το γράμμα του άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29, λαμβανόμενο υπόψη συνολικώς, φαίνεται σαφώς ότι αντιμετωπίζει με διαφορετικό τρόπο, αφενός, την τιμή ή τον τρόπο υπολογισμού αυτής και αφετέρου, τις λοιπές συνιστώσες της τιμής, όπως τα έξοδα μεταφοράς. Σε κάθε περίπτωση, βάσει ουδενός στοιχείου του εν λόγω άρθρου 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, ορίζεται ότι η τιμή έχει την έννοια ότι πρέπει να περιλαμβάνει τα έξοδα μεταφοράς και να αποτελεί αντικείμενο συνολικής τελικής αναγραφής.

74. Δεύτερον, επιβάλλεται επίσης η διαπίστωση ότι η παράλειψη ουσιωδών πληροφοριών, ήτοι εν προκειμένω της τιμής, όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29, δεν συνιστά, σε κάθε περίπτωση, αφεαυτή, αθέμιτη εμπορική πρακτική, καθώς πρέπει πάντοτε να εξετάζεται κατά περίπτωση [49] η επιρροή της παραλείψεως αυτής επί της συμπεριφοράς του καταναλωτή και επί της λήψεως της αποφάσεως συναλλαγής. Κατά την οδηγία 2005/29, η ανάλυση αυτή θα λάβει επίσης υπόψη το πλαίσιο [50] στο οποίο εντάσσεται η επίμαχη εμπορική πρακτική όπως και τους εγγενείς τοπικούς ή χρονικούς περιορισμούς του μέσου επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκε [51].

48 — Άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, της οδηγίας 2005/29.

49 — Βλ., εν γένει, αποφάσεις Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψεις 51, 58, 59 και 73) καθώς και Επιτροπή κατά Βελγίου (C-421/12, EU:C:2014:2064, σκέψη 56) και διάταξη Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, σκέψεις 38 και 39).

50 — Άρθρο 7, παράγραφοι 1, 2 και 4, της οδηγίας 2005/29. Βλ. επίσης απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψεις 55, 58 και 73).

51 — Άρθρο 7, παράγραφος 3, της οδηγίας 2005/29. Βλ. επίσης απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψη 66).

75. Συναφώς, το Δικαστήριο ήδη έκρινε ότι «[η] έκταση της αφορώσας την τιμή πληροφορήσεως καθορίζεται με γνώμονα τη φύση και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, αλλά και με γνώμονα το χρησιμοποιούμενο για την πρόσκληση προς αγορά μέσο επικοινωνίας και λαμβανομένων υπόψη των συμπληρωματικών πληροφοριών τις οποίες ενδεχομένως παρέχει ο επιχειρηματίας. Συνεπώς, απλώς και μόνον η αναγραφή τιμής εκκινήσεως σε μια πρόσκληση για αγορά δεν μπορεί να θεωρηθεί, αφ' εαυτής, ως παραπλανητική παράλειψη» [52]. Ως εκ τούτου, το Δικαστήριο άφησε στο αιτούν δικαστήριο το καθήκον να διακριβώσει κατά πόσον η παράλειψη του τρόπου υπολογισμού της «τελικής τιμής» δεν εμπόδισε, ή δεν μπορούσε να εμποδίσει, τον καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής [53].

76. Επομένως, ακόμα και αν το Δικαστήριο κρίνει ότι έξοδα μεταφοράς, όπως τα επίδικα στο πλαίσιο της διαφοράς της κύριας δίκης, πρέπει να περιληφθούν στην έννοια της «τιμής, συμπεριλαμβανομένων των φόρων», όπως ορίζει το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', της οδηγίας 2005/29, εντούτοις, εθνική διάταξη, εφόσον ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι απαγορεύει με απόλυτο τρόπο τις προσκλήσεις για αγορά που παρουσιάζουν χωριστά την τιμή των προϊόντων και το ποσό των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς, βαίνει πέραν του επιπέδου προστασίας της οδηγίας 2005/29, διότι η εν λόγω διάταξη θα είχε ως αποτέλεσμα την επιβολή κυρώσεων γενικώς, για την παράλειψη παροχής των επίδικων ουσιωδών πληροφοριών —δηλαδή, της τιμής, συμπεριλαμβανομένων των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων—, ενώ η οδηγία απαιτεί την κατά περίπτωση εκτίμηση των συγκεκριμένων συνεπειών της εν λόγω παραλείψεως επί της συναλλακτικής συμπεριφοράς του καταναλωτή πριν να χαρακτηρισθεί η επίμαχη εμπορική πρακτική ως «αθέμιτη» [54].

77. Υπό τις περιστάσεις αυτές, η γερμανική διάταξη, όπως ερμηνεύθηκε από το αιτούν δικαστήριο, καταλήγει, πράγματι, να χαρακτηρίζει, σε κάθε περίσταση, μια εμπορική πρακτική ως αθέμιτη· ωστόσο, οι πρακτικές αυτές απαριθμούνται περιοριστικώς στο παράρτημα Ι της οδηγίας 2005/29, της οποίας το άρθρο 5, παράγραφος 5, προβλέπει ρητώς ότι το εν λόγω παράρτημα «μπορεί να τροποποιηθεί μόνο με αναθεώρηση της [εν λόγω] οδηγίας» [55].

78. Από το σύνολο των προεκτεθέντων προκύπτει ότι το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', της οδηγίας 2005/29 έχει την έννοια ότι οι ουσιώδεις πληροφορίες σχετικά με την τιμή δεν πρέπει, στο πλαίσιο προσκλήσεως για αγορά και ανεξαρτήτως των περιστάσεων, να λάβουν τη μορφή μιας συνολικής τελικής τιμής περιλαμβάνουσας όχι μόνον την τιμή του προϊόντος αλλά και όλες τις άλλες συνιστώσες της τελικής τιμής που θα πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής. Σε κάθε περίπτωση, ο αθέμιτος χαρακτήρας εμπορικής πρακτικής ως προς την αναγραφή της τιμής σε πρόσκληση για αγορά, όπως αυτή ορίζεται στο εν λόγω άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ', πρέπει να αποτελεί αντικείμενο κατά περίπτωση αξιολογήσεως. Η οδηγία 2005/29 απαγορεύει, επομένως, εθνική διάταξη εφόσον ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι προβλέπει γενική απαγόρευση, δηλαδή χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση από την οποία να προκύπτει ο αθέμιτος χαρακτήρας της χωριστής αναγραφής σε μια διαφήμιση, αφενός, της τιμής του οχήματος και, αφετέρου, του ποσού των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς του εν λόγω οχήματος.

52 — Απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψεις 68 και 69).

53 — Απόφαση Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, σκέψη 71).

54 — Βλ., κατ' αναλογία, σκέψεις 39 έως 41 της διατάξεως Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

55 — Βλ., κατ' αναλογία, σκέψεις 38 και 39 της διατάξεως Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

IV – Πρόταση

79. Κατόπιν των ανωτέρω, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει στα ερωτήματα του Bundesgerichtshof ως εξής:

1) Εθνική διάταξη, εφόσον ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι απαγορεύει, σε κάθε περίσταση, την πρακτική εμπόρου να αναγράφει χωριστά, σε μία διαφήμιση, αφενός, την τιμή οχήματος και, αφετέρου, το ποσό των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς του εν λόγω οχήματος στον καταναλωτή, δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής 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, η οποία έχει ως σκοπό την προστασία των καταναλωτών, όχι ως προς την αναγραφή των τιμών εν γένει αλλά ως προς την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται βάσει διαφορετικών μονάδων μετρήσεως.

2) Το άρθρο 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) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»), έχει την έννοια ότι οι ουσιώδεις πληροφορίες σχετικά με την τιμή δεν πρέπει, στο πλαίσιο προσκλήσεως για αγορά και ανεξαρτήτως των περιστάσεων, να λάβουν τη μορφή μιας συνολικής τελικής τιμής περιλαμβάνουσας όχι μόνον την τιμή του προϊόντος αλλά και όλες τις άλλες συνιστώσες της τελικής τιμής που θα πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής. Σε κάθε περίπτωση, ο αθέμιτος χαρακτήρας εμπορικής πρακτικής ως προς την αναγραφή της τιμής σε πρόσκληση για αγορά, όπως αυτή ορίζεται στο εν λόγω άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο γ′, πρέπει να αποτελεί αντικείμενο κατά περίπτωση αξιολογήσεως. Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι η οδηγία 2005/29 απαγορεύει εθνική διάταξη εφόσον ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι προβλέπει γενική απαγόρευση, δηλαδή χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση από την οποία να προκύπτει ο αθέμιτος χαρακτήρας της χωριστής αναγραφής σε μια διαφήμιση, αφενός, της τιμής του οχήματος και αφετέρου, του ποσού των υποχρεωτικώς καταβλητέων εξόδων μεταφοράς του εν λόγω οχήματος.