ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (πέμπτο τμήμα)
της 16ης Ιανουαρίου 1992 *

Στην υπόθεση C-373/90,

που έχει ως αντικείμενο αίτηση του ανακριτή του tribunal de grande instance του Bergerac (Γαλλία) προς το Δικαστήριο, κατ' εφαρμογή του άρθρου 177 της Συνθήκης ΕΟΚ, με την οποία ζητείται, στο πλαίσιο ανακρίσεως που ενεργείται κατά

X,

η έκδοση προδικαστικής αποφάσεως ως προς την ερμηνεία της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση (ΕΕ 1984, L 250, σ. 17),

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (πέμπτο τμήμα),

συγκείμενο από τους Sir Gordon Slynn, πρόεδρο τμήματος, προεδρεύοντα, F. Grévisse, J. C. Moitinho de Almeida, G. C. Rodríguez Iglesias και M. Zuleeg, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: G. Tesauro
γραμματέας: H. A. Rühl, κύριος υπάλληλος διοικήσεως,

λαμβάνοντας υπόψη τις γραπτές παρατηρήσεις που κατέθεσε η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπουμένη από τους Xavier Lewis και Μαρία Κοντού-Durande, μέλη της Νομικής Υπηρεσίας της,

έχοντας υπόψη την έκθεση ακροατηρίου,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γαλλική.

αφού άκουσε τις προφορικές παρατηρήσεις που ανέπτυξαν ο Jean-Pierre Richard, πολιτικώς ενάγων στην κυρία υπόθεση, εκπροσωπούμενος από τον J. M. Reynaud, δικηγόρο Βερσαλλιών, και η Επιτροπή, κατά τη συνεδρίαση της 25ης Σεπτεμβρίου 1991,

αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα που ανέπτυξε τις προτάσεις του κατά τη συνεδρίαση της 24ης Οκτωβρίου 1991,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

1 Με έγγραφο της 12ης Δεκεμβρίου 1990, που περιήλθε στο Δικαστήριο στις 17 Δεκεμβρίου 1990, ο ανακριτής στο tribunal de grande instance του Bergerac υπέβαλε, δυνάμει του άρθρου 177 της Συνθήκης ΕΟΚ, προδικαστικό ερώτημα ως προς την ερμηνεία της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση (ΕΕ 1984, L 250, σ. 17).

2 Το ερώτημα αυτό ανέκυψε στο πλαίσιο μηνύσεως που υπέβαλε κατά Χ, ασκώντας παράλληλα και πολιτική αγωγή, ο Jean-Pierre Richard, πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου της ανώνυμης εταιρίας Richard-Nissan, η οποία έχει συμβατικώς το αποκλειστικό δικαίωμα εισαγωγής στο γαλλικό έδαφος οχημάτων της μάρκας Nissan. Η μήνυση αυτή, στηριζομένη στο άρθρο 44 του γαλλικού νόμου 73-1193, της 27ης Δεκεμβρίου 1973, περί των κατευθυντηρίων γραμμών για το εμπόριο και τη βιοτεχνία, γνωστού ως νόμου « Royer », στρέφεται κατά πράξεων παραπλανητικής και αθέμιτης διαφημίσεως.

3 Η επίδικη διάταξη του γαλλικού νόμου συνιστά, σύμφωνα με την κοινοποίηση της Γαλλικής Κυβερνήσεως προς την Επιτροπή, το νομοθετικό μέτρο εφαρμογής της ανωτέρω οδηγίας στην εθνική έννομη τάξη.

4 Η μήνυση αυτή στρέφεται κατά των υπευθύνων του σταθμού αυτοκινήτων του Bergerac που δημοσίευσαν στον τύπο το διαφημιστικό μήνυμα « αγοράστε το καινουργές όχημά σας φθηνότερα » με « εγγύηση ενός έτους από τον κατασκευαστή ». Εξάλλου, όπως προκύπτει από το έγγραφο της παραπομπής, η εν λόγω διαφήμιση αφορά αυτοκίνητα εισαγόμενα από το Βέλγιο και ταξινομημένα μόνο για τις ανάγκες της εισαγωγής, χωρίς να έχουν κυκλοφορήσει ποτέ, πωλούμενα δε στη Γαλλία σε τιμές κατώτερες εκείνων στις οποίες πωλούνται από τους τοπικούς αντιπροσώπους, λόγω του μικροτέρου εξοπλισμού του βελγικού βασικού τύπου έναντι του πωλουμένου στη Γαλλία τύπου.

5 Ενόψει των στοιχείων αυτών, ο ανακριτής στο tribunal de grande instance του Bergerac, ο οποίος επελήφθη της υποθέσεως, αποφάσισε να αναστείλει τη διαδικασία μέχρις ότου το Δικαστήριο αποφανθεί προδικαστικώς επί του ερωτήματος « αν η εν λόγω πρακτική πωλήσεως συνάδει προς τις ισχύουσες ευρωπαϊκές διατάξεις ».

6 Στην έκθεση ακροατηρίου αναπτύσσονται διεξοδικώς τα πραγματικά περιστατικά της κυρίας υποθέσεως, η εξέλιξη της διαδικασίας καθώς και οι παρατηρήσεις που κατατέθηκαν ενώπιον του Δικαστηρίου. Τα στοιχεία αυτά της δικογραφίας δεν επαναλαμβάνονται κατωτέρω παρά μόνο καθόσον απαιτείται για τη συλλογιστική του Δικαστηρίου.

7 Πρέπει να υπομνηστεί καταρχάς ότι, σύμφωνα με ήδη παγιωμένη νομολογία του Δικαστηρίου, η απορρέουσα από οδηγία υποχρέωση των κρατών μελών να επιτύχουν το αποτέλεσμα που αυτή επιδιώκει, καθώς και το καθήκον που έχουν, δυνάμει του άρθρου 5 της Συνθήκης, να λάβουν κάθε γενικό ή ειδικό μέτρο ικανό να διασφαλίσει την εκπλήρωση της υποχρεώσεως αυτής αφορά όλες τις αρχές των κρατών μελών, συμπεριλαμβανομένων των δικαστικών αρχών στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους, οπότε, εφαρμόζοντας το εθνικό δίκαιο, το εθνικό δικαστήριο οφείλει να το ερμηνεύσει υπό το φως του κειμένου και του σκοπού της οδηγίας, ώστε να επιτευχθεί το επιδιωκόμενο από αυτή αποτέλεσμα, συμμορφούμενο έτσι με το άρθρο 189, τρίτο εδάφιο, της Συνθήκης (αποφάσεις της 10ης Απριλίου 1984 στην υπόθεση 14/83, Von Colson και Kamann, Συλλογή 1984, σ. 1891, σκέψη 26, και της 13ης Νοεμβρίου 1990 στην υπόθεση C-106/89, Marleasing, Συλλογή 1990, σ. I-4135, σκέψη 8).

8 Κατόπιν αυτού, το υποβληθέν από το εθνικό δικαστήριο ερώτημα πρέπει να θεωρηθεί ότι αφορά το αν η προαναφερθείσα οδηγία 84/450 του Συμβουλίου απαγορεύει ή επιτρέπει διαφήμιση όπως αυτή της κυρίας υποθέσεως.

9 Η ανωτέρω οδηγία, η οποία εκδόθηκε δυνάμει του άρθρου 100 της Συνθήκης, αποσκοπεί, όπως προκύπτει από τις αιτιολογικές σκέψεις της, στη βελτίωση της προστασίας του καταναλωτικού κοινού καθώς και στον τερματισμό των στρεβλώσεων του ανταγωνισμού και των εμποδίων στην ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και την ελεύθερη παροχή των υπηρεσιών που οφείλονται στις διαφορές μεταξύ των νομοθεσιών των κρατών μελών σε θέματα παραπλανητικής διαφημίσεως. Για τους σκοπούς αυτούς, η οδηγία καθορίζει τα ελάχιστα και αντικειμενικά κριτήρια βάσει των οποίων μπορεί να προσδιοριστεί η παραπλανητική διαφήμιση.

10 Κατά το άρθρο 2, αριθ. 2, της οδηγίας, ως « παραπλανητική διαφήμιση » νοείται:

« Κάθε διαφήμιση που με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της παρουσιάσεώς της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στων οποίων τη γνώση περιέρχεται και που, εξαιτίας του απατηλού χαρακτήρα της, είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική συμπεριφορά τους ή που, για τους λόγους αυτούς, βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει ανταγωνιστή. »

11 Ενόψει των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων μιας διαφημίσεως όπως αυτή της κυρίας υποθέσεως, η ερμηνεία της προαναφερθείσας διατάξεως απαιτεί εξέταση διαδοχικώς των τριών στοιχείων που απαρτίζουν τη διαφήμιση, ήτοι ότι τα αυτοκίνητα για τα οποία πρόκειται είναι καινουργή, φθηνότερα και έχουν την εγγύηση του κατασκευαστή.

12 Προτού χωρήσει η εξέτασή τους, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι τα εν λόγω στοιχεία που απαρτίζουν τη διαφήμιση έχουν μεγάλη πρακτική σημασία για τη δραστηριότητα των παραλλήλων εισαγωγέων αυτοκινήτων και ότι, όπως τόνισε ο γενικός εισαγγελέας στις παραγράφους 5 και 6 των προτάσεών του, οι παράλληλες εισαγωγές τυγχά-

νουν ορισμένης προστασίας στο κοινοτικό δίκαιο επειδή ευνοούν την ανάπτυξη των συναλλαγών και ενισχύουν τον ανταγωνισμό.

13 Όσον αφορά, πρώτον, το καινουργές των εν λόγω αυτοκινήτων, διαπιστώνεται ότι η διαφήμιση αυτή δεν μπορεί να θεωρηθεί ως παραπλανητική κατά το προαναφερθέν άρθρο 2, για τον λόγο απλώς και μόνον ότι ταξινομήθηκαν πριν από την εισαγωγή τους.

14 Πράγματι, εκείνο που οδηγεί στην απώλεια της ιδιότητας ενός αυτοκινήτου ως καινουργούς οχήματος είναι η θέση του σε κυκλοφορία και όχι η ταξινόμησή του. Επιπλέον, όπως τόνισε η Επιτροπή, προηγουμένη της εισαγωγής ταξινόμηση διευκολύνει σημαντικά τις πράξεις παραλλήλων εισαγωγών.

15 Πάντως, εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να ελέγξει, ενόψει των πραγματικών περιστατικών της υποθέσεως, αν, λαμβάνοντας υπόψη τους καταναλωτές προς τους οποίους απευθύνεται, η διαφήμιση αυτή ενδέχεται να έχει παραπλανητικό χαρακτήρα στον βαθμό που, αφενός μεν, αποσκοπεί στο να αποκρύψει ότι τα διακηρυσσόμενα ως καινουργή οχήματα έχουν ταξινομηθεί πριν από την εισαγωγή, αφετέρου δε, το γεγονός αυτό θα ήταν ικανό να αποτρέψει σημαντικό αριθμό καταναλωτών από την απόφασή τους να προβούν στην αγορά.

16 Όσον αφορά, δεύτερον, τη χαμηλότερη τιμή των αυτοκινήτων, στοιχείο της διαφημίσεως, η διαφήμιση αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί ως παραπλανητική μόνο στην περίπτωση που θα αποδεικνυόταν ότι η απόφαση προς αγορά εκ μέρους σημαντικού αριθμού καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται η διαφήμιση λαμβάνεται εν αγνοία του ότι η μειωμένη τιμή των οχημάτων συνδυάζεται με μικρότερο εξοπλισμό έναντι των πωλουμένων από τον παράλληλο εισαγωγέα αυτοκινήτων.

17 Ως προς την παρεχομένη από τον κατασκευαστή εγγύηση, τρίτον και τελευταίον, πρέπει να τονιστεί ότι η σχετική μνεία δεν μπορεί να θεωρηθεί ως παραπλανητική διαφήμιση εφόσον ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

18 Συναφώς, πρέπει να υπομνηστεί ότι με την απόφαση της 10ης Δεκεμβρίου 1985 στην υπόθεση 31/85, ETA/DK Investment (Συλλογή 1985, σ. 3933, σκέψη 14), το Δικαστήριο έκρινε ότι, στα πλαίσια συστήματος εγγυήσεως όπου ο προμηθευτής αγαθών επιφυλάσσει την εγγύηση μόνο για τους πελάτες του αποκλειστικού αντιπροσώπου του, θέτει τον τελευταίο και τους μεταπωλητές του σε προνομιούχο θέση έναντι των παραλλήλων εισαγωγέων και διανομέων και, κατά συνέπεια, πρέπει να θεωρείται ότι έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

19 Επομένως, στο προδικαστικό ερώτημα αρμόζει η απάντηση ότι η οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, έχει την έννοια ότι δεν απαγορεύει να εμφανίζονται μέσω διαφημίσεως οχήματα ως καινουργή, φθηνότερα και καλυπτόμενα από την εγγύηση του κατασκευαστή, οσάκις τα οχήματα αυτά ταξινομούνται αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες της εισαγωγής, ουδέποτε τέθηκαν σε κυκλοφορία και πωλούνται σε κράτος μέλος σε τιμή χαμηλότερη από την τιμή πωλήσεως εκ μέρους των αντιπροσώπων που είναι εγκατεστημένοι στο εν λόγω κράτος μέλος, λόγω του ότι φέρουν μικρότερο εξοπλισμό.

Επί των δικαστικών εξόδων

20 Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκε η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, η οποία κατέθεσε παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, δεν αποδίδονται. Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κυρίας υποθέσεως τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (πέμπτο τμήμα),

κρίνοντας επί του ερωτήματος που του υπέβαλε ο ανακριτής στο tribunal de grande instance του Bergerac, με έγγραφο της 12ης Δεκεμβρίου 1990, αποφαίνεται:

Η οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών

σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση, έχει την έννοια ότι δεν απαγορεύει να εμφανίζονται μέσω διαφημίσεως οχήματα ως καινουργή, φθηνότερα και καλυπτόμενα από την εγγύηση του κατασκευαστή, οσάκις τα οχήματα αυτά ταξινομούνται αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες της εισαγωγής, ουδέποτε τέθηκαν σε κυκλοφορία και πωλούνται σε κράτος μέλος σε τιμή χαμηλότερη από την τιμή πωλήσεως εκ μέρους των αντιπροσώπων που είναι εγκατεστημένοι στο εν λόγω κράτος μέλος, λόγω του ότι φέρουν μικρότερο εξοπλισμό.

Slynn Grévisse

Moitinho de Almeida Rodríguez Iglesias Zuleeg

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 16 Ιανουαρίου 1992.

Ο Γραμματέας

J.-G. Giraud

Ο Πρόεδρος τμήματος

Gordon Slynn

προεδρεύων του πέμπτου τμήματος