ΕΚΘΕΣΗ ΑΚΡΟΑΤΗΡΙΟΥ
στην υπόθεση C-373/90 *

I — Πραγματικά περιστατικά και διαδικασία

Α — *Νομικό πλαίσιο της υποθέσεως*

α) Κοινοτικό δίκαιο

1. 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 (ΕΕ 1984, L 250, σ. 17), καθορίζει, στην έβδομη αιτιολογική σκέψη της, τα ελάχιστα και αντικειμενικά κριτήρια, με βάση τα οποία είναι δυνατό να προσδιοριστεί ότι μια διαφήμιση είναι παραπλανητική.

Το άρθρο 2, παράγραφος 2, δίνει τον ακόλουθο ορισμό αυτού που συνιστά « παραπλανητική διαφήμιση »:

« 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. »

Το άρθρο 3 απαριθμεί ορισμένα στοιχεία που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για τον προσδιορισμό του αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική.

Το άρθρο 4, παράγραφος 1, ορίζει ότι:

« Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για τον έλεγχο της παραπλανητικής διαφημίσεως προς το συμφέρον τόσο των καταναλωτών όσο και των ανταγωνιστών και γενικότερα του κοινού. »

Κατά το άρθρο 6 της οδηγίας,

« τα κράτη μέλη παρέχουν στα δικαστήρια ή στα διοικητικά όργανα τις κατάλληλες αρμοδιότητες που τους επιτρέπουν, κατά τη διάρκεια αστικής ή διοικητικής διαδικασίας, όπως αναφέρεται στο άρθρο 4:

α) να απαιτούν να προσκομίζει ο διαφημιζόμενος αποδείξεις για την αντικειμενική ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που περιέχονται στη διαφήμιση, εφόσον αυτό κρίνεται αναγκαίο στη συγκεκριμένη περίπτωση για την προστασία των νομίμων συμφερόντων του διαφημιζομένου και των λοιπών μερών που συμμετέχουν στη διαδικασία

και

* Γλώσσα διαδικασίας: η γαλλική.

β) να θεωρούν ανακριβείς τους πραγματικούς ισχυρισμούς που περιέχονται στη διαφήμιση, εφόσον οι αποδείξεις που ζητούνται σύμφωνα με το στοιχείο α δεν προσκομιστούν ή δεν αρκούν για να πειστεί το δικαστήριο ή το διοικητικό όργανο ».

Τέλος, το άρθρο 7 ορίζει ότι η οδηγία δεν απαγορεύει τη διατήρηση ή θέσπιση εκ μέρους των κρατών μελών των διατάξεων που διασφαλίζουν ευρύτερη προστασία του καταναλωτικού κοινού.

β) Εθνικό δίκαιο

2. Το 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 », συνιστά το μέτρο που η Γαλλική Κυβέρνηση κοινοποίησε ως διάταξη μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο της ανωτέρω οδηγίας. Το άρθρο έχει ως εξής:

« I. Απαγορεύεται οποιαδήποτε διαφήμιση περιέχουσα υπό οποιαδήποτε μορφή ψευδείς προτάσεις, ενδείξεις ή παρουσιάσεις, ικανές να παραπλανήσουν, όταν αφορούν ένα ή περισσότερα από τα ακόλουθα στοιχεία: υπόσταση, φύση, σύνθεση, βασικές ιδιότητες, περιεκτικότητα σε χρήσιμα στοιχεία, είδος, καταγωγή, ποσότητα, τρόπο και ημερομηνία κατασκευής, ιδιότητες, τιμή και όρους πωλήσεως των αγαθών ή παροχής των υπηρεσιών που αποτελούν αντικείμενο της διαφημίσεως, προϋποθέσεις χρήσεώς τους, αποτελέσματα που μπορούν να αναμένονται από τη χρήση τους, λόγους ή διαδικασίες της πωλήσεως ή της παροχής υπηρεσιών, περιεχόμενο των δεσμεύσεων που αναλαμβάνει ο διαφημιζόμενος, ταυτότητα, ιδιότητες ή ικανότητες του κατασκευαστή, των μεταπωλητών, των επιχειρηματιών ή των παρεχόντων υπηρεσίες ».

Η ψευδής ή παραπλανητική διαφήμιση συνεπάγεται για τον διαφημιζόμενο τις προβλεπόμενες στο άρθρο 1 του νόμου της 1ης Αυγούστου 1905 περί καταστολής της απάτης κυρώσεις, ήτοι ποινή φυλακίσεως τριών μηνών έως δύο ετών και/ή επιβολή προστίμου 500 έως 250 000 γαλλικών φράγκων (FF) (άρθρο 44-II, ένατο εδάφιο, του νόμου 73-1193). Το πρόστιμο μπορεί να φθάσει έως το 50 % των εξόδων που δαπανήθηκαν για τη διαφήμιση που στοιχειοθετεί έγκλημα αν ο προϋπολογισμός για διαφημιστικούς σκοπούς υπερβαίνει τα 500 000 FF (άρθρο 44-II, δέκατο εδάφιο).

B — *Ιστορικό*

3. Στις 20 Φεβρουαρίου 1990, ο Jean-Pierre Richard, πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου της εταιρίας SA Richard-Nissan, υπέβαλε στον προϊστάμενο ανακριτή του tribunal de grande instance του Bergerac, κατ' εφαρμογή του άρθρου 44 του προαναφερθέντος νόμου 73-1193, της 27ης Δεκεμβρίου 1973, μήνυση κατά X, ασκώντας παράλληλα πολιτική αγωγή, λόγω ψευδούς και αθέμιτης διαφημίσεως.

Η εταιρία Richard-Nissan διαθέτει συμβατικώς το αποκλειστικό δικαίωμα εισαγωγής στο γαλλικό έδαφος των οχημάτων της μάρκας Nissan. Τα οχήματα αυτά διανέμονται μέσω δικτύου αντιπροσώπων.

Η ανωτέρω μήνυση στρέφεται κατά των υπευθύνων σταθμού αυτοκινήτων του Bergerac, λόγω δημοσιεύσεως στον τύπο της διαφημίσεως « αγοράστε το καινουργές όχημά σας φθηνότερα » με « εγγύηση ενός έτους από τον κατασκευαστή ».

Η εν λόγω διαφήμιση αφορά εισαγόμενα από το Βέλγιο, ταξινομημένα αποκλειστικά για τις

ανάγκες της εισαγωγής, χωρίς να έχουν τεθεί ποτέ σε κυκλοφορία, και πωλούμενα στη Γαλλία οχήματα σε τιμές κατώτερες εκείνων στις οποίες πωλούνται από τους τοπικούς αντιπροσώπους, λόγω του μικρότερου εξοπλισμού του βελγικού βασικού τύπου έναντι του πωλουμένου στη Γαλλία τύπου.

Γ — *Προδικαστικό ερώτημα*

4. Υπό τις περιστάσεις αυτές ο ανακριτής στο tribunal de grande instance του Bergerac υπέβαλε, με έγγραφο της 12ης Δεκεμβρίου 1990, στο Δικαστήριο το ερώτημα « αν η εν λόγω πρακτική πωλήσεως συνάδει προς τις ισχύουσες ευρωπαϊκές διατάξεις ».

Δ — *Η ενώπιον του Δικαστηρίου διαδικασία*

5. Το εν λόγω έγγραφο πρωτοκολλήθηκε στη Γραμματεία του Δικαστηρίου στις 17 Δεκεμβρίου 1990.

Κατά το άρθρο 20 του πρωτοκόλλου περί του Οργανισμού του Δικαστηρίου, γραπτές παρατηρήσεις κατέθεσαν στις 2 Απριλίου 1991 η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπουμένη από τους Xavier Lewis και Μαρία Κοντού-Durande, μέλη της Νομικής Υπηρεσίας της.

Κατόπιν εκθέσεως του εισηγητή δικαστή και μετά από ακρόαση του γενικού εισαγγελέα, το Δικαστήριο αποφάσισε να προχωρήσει στην έναρξη της προφορικής διαδικασίας χωρίς προηγούμενη διεξαγωγή αποδείξεων.

II — Γραπτές παρατηρήσεις που κατατέθηκαν ενώπιον του Δικαστηρίου

6. Η *Επιτροπή* βεβαιώνει καταρχάς ότι η προαναφερθείσα οδηγία 84/450 έχει διττό σκοπό: αφενός, να χαράξει το κοινοτικό πλαίσιο προστασίας του καταναλωτικού κοινού κατά της παραπλανητικής διαφημίσεως, αφετέρου, να αποφεύγεται ώστε τα κράτη μέλη, εφαρμόζοντας αποκλίνουσες επί του θέματος νομοθεσίες, να μπορούν να παρεμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων. Εξάλλου, κατά την άποψη της Επιτροπής, με τις προτάσεις του στην υπόθεση της 6ης Νοεμβρίου 1984, 177/83, Kohl (Συλλογή 1984, σ. 3651), ο γενικός εισαγγελέας Carl Otto Lenz αναγνώρισε τον διττό αυτό σκοπό.

Επίσης, σύμφωνα με πρόσφατη νομολογία (βλ. απόφαση της 13ης Νοεμβρίου 1990 στην υπόθεση C-106/89, Marleasing, Συλλογή 1990, σ. I-4135), ο Γάλλος δικαστής οφείλει να ερμηνεύσει και εφαρμόσει τον προαναφερθέντα νόμο 73-1193, της 27ης Δεκεμβρίου 1973, υπό το φως των δύο αυτών στόχων της οδηγίας 84/450.

Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι, μολονότι στην προκειμένη περίπτωση φαίνεται να μην πρόκειται για διασυνοριακή διαφημιστική εκστρατεία, η μήνυση που υποβλήθηκε αφορά οχήματα που διασχίζουν τα σύνορα δύο κρατών μελών. Η διαφήμιση του σταθμού αυτοκινήτων του Bergerac είναι το επιστέγασμα ενός εμπορικού κυκλώματος που τυγχάνει δεδομένης προστασίας από το κοινοτικό δίκαιο. Υπό την έννοια αυτή, η Επιτροπή εκτιμά ότι είναι αναγκαίο να εφιστάται η προσοχή ως προς τον κίνδυνο που συνεπάγεται η εφαρμογή του εθνικού δικαίου που μεταφέρει την οδηγία 84/450 κατά τρόπο παραβιάζοντα τους δεδηλωμένους στόχους της, ήτοι την προστασία του καταναλωτικού κοινού και την αρχή της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων.

Η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι η διαφήμιση του σταθμού αυτοκινήτων περιέχει τρία στοιχεία που ο εθνικός δικαστής οφείλει να αναλύσει σύμφωνα με τα απαριθμούμενα στην οδηγία 84/450 ερμηνευτικά κριτήρια. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την επίδικη διαφήμιση, πρόκειται για:

1) φθηνότερα αυτοκίνητα·

2) καινουργή αυτοκίνητα·

3) αυτοκίνητα καλυπτόμενα από την εγγύηση του κατασκευαστή.

Κατά την άποψη της Επιτροπής, εναπόκειται στον εθνικό δικαστή να αποφανθεί αν οι τρεις αυτοί ισχυρισμοί είναι ψευδείς, κατά το άρθρο 44 του προαναφερθέντος νόμου 73-1193, ερμηνευόμενο υπό το φως του κειμένου και των στόχων της οδηγίας 84/450.

Όσον αφορά, πρώτον, το χαμηλότερο κόστος του αυτοκινήτου, η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι, κατά το άρθρο 3, στοιχείο α, της οδηγίας, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του πωλουμένου αυτοκινήτου αποτελούν στοιχεία ληπτέα υπόψη όταν πρόκειται να εκτιμηθεί αν ο ισχυρισμός αυτός είναι ψευδής κατά την έννοια του προαναφερθέντος γαλλικού νόμου ή παραπλανητικός κατά την έννοια του άρθρου 2, παράγραφος 2, της οδηγίας. Επομένως, εναπόκειται στον εθνικό δικαστή να αποφανθεί in concreto αν ο ισχυρισμός αυτός είναι ψευδής ή παραπλανητικός βάσει των τύπων των προσφερομένων προς πώληση αυτοκινήτων, των εξαρτημάτων τους, της τιμής κόστους των εν λόγω εξαρτημάτων καθώς και των γνώσεων, των επιθυμιών και των πεποιθήσεων της κατηγορίας εκείνης των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται η διαφήμιση.

Όσον αφορά, δεύτερον, το καινουργές του αυτοκινήτου, η Επιτροπή παρατηρεί ότι το άρθρο 44 του προαναφερθέντος νόμου 73-1193 απαγορεύει οποιαδήποτε διαφήμιση που περιέχει ψευδείς ισχυρισμούς ιδίως ως προς τις « βασικές ιδιότητες » του προς πώληση προσφερομένου αντικειμένου. Κατά την Επιτροπή, το τμήμα εκδικάσεως ποινικών υποθέσεων του γαλλικού ανωτάτου ακυρωτικού έκρινε με απόφαση της 18ης Απριλίου 1989 (αριθ. 87-82. 313. P. F.) ότι το καινουργές ενός αυτοκινήτου αποτελεί μια από τις βασικές ιδιότητες κατά την έννοια του γαλλικού νόμου της 1ης Αυγούστου 1905 περί καταστολής της απάτης. Η Επιτροπή προσθέτει ότι το ανώτατο ακυρωτικό διευκρίνισε ότι « για να χαρακτηριστεί ως καινουργές ένα όχημα πρέπει όχι μόνο να μην έχει τεθεί σε κυκλοφορία αλλά και να μην έχει ακόμα ταξινομηθεί ». Μολονότι ο κανόνας αυτός εξαγγέλλεται κατά τρόπο γενικό και αφηρημένο, το ανωτέρω δικαστήριο υπογραμμίζει στην επόμενη σκέψη της αποφάσεως ότι οι πελάτες δεν είχαν ενημερωθεί για την ταξινόμηση.

Αντίθετα, πάντοτε κατά την Επιτροπή, πρέπει να υπομνηστεί ότι το άρθρο 3, στοιχείο α, της οδηγίας 84/450 δεν αναφέρεται στη « βασική ιδιότητα » του διαφημιζομένου αντικειμένου. Πάντως, η παράλειψη αυτή δεν έχει αποφασιστική σημασία, δεδομένου ότι οι εν λόγω διατάξεις απαριθμούν κατά τρόπο μη περιοριστικό τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εκτιμηθεί αν η διαφήμιση είναι παραπλανητική.

Κατά την Επιτροπή, το κοινοτικό δίκαιο δεν διαθέτει de lege lata ορισμό της εννοίας του « καινουργούς αυτοκινήτου ». Το άρθρο 32 της έκτης οδηγίας 77/388/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 17ης Μαΐου 1977, περί εναρμονίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών, των σχετικών με τους φόρους κύκλου εργασιών — κοινό σύστημα φόρου προστιθεμένης αξίας: ομοιόμορφη φορολογική βάση (ΕΕ ειδ. έκδ. 09/001, σ. 49), αναφέρεται στα μεταχειρισμένα αντι-

κείμενα, χωρίς, πάντως, να τα ορίζει. Η Επιτροπή επισημαίνει ότι στις 3 Φεβρουαρίου 1988 διατύπωσε πρόταση οδηγίας προς το Συμβούλιο συμπληρώνοντας το σύστημα φόρου προστιθεμένης αξίας και τροποποιώντας τα άρθρα 28 και 32 της οδηγίας 77/388 με τη θέσπιση ειδικού καθεστώτος ισχύοντος για τα μεταχειρισμένα αντικείμενα, τα αντικείμενα τέχνης, αρχαιολογικής αξίας και τα προορισμένα για συλλογές αντικείμενα. Τα « μεταχειρισμένα αντικείμενα » ορίζονται εν συντομία για τις ανάγκες της ανωτέρω προτάσεως ως « τα χρησιμοποιημένα κινητά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αυτούσια ή μετά από επιδιόρθωση, συμπεριλαμβανομένων όλων των μεταφορικών μέσων ».

Η Επιτροπή εμμένει στο ότι, ελλείψει σαφούς ορισμού στο κοινοτικό δίκαιο του καινουργούς αυτοκινήτου, εναπόκειται στον εθνικό δικαστή να αποφανθεί αν συντρέχει παραπλάνηση ως προς ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προσφερομένου προς πώληση αυτοκινήτου και αν η παραπλάνηση αυτή ως προς το εν λόγω χαρακτηριστικό γνώρισμα είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή κατά την έννοια του άρθρου 2, παράγραφος 2, της οδηγίας 84/450.

Η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι ο εθνικός δικαστής οφείλει, προκειμένου να σχηματίσει την κρίση του, να λαμβάνει υπόψη τον διπλό στόχο της εν λόγω οδηγίας: προστασία του καταναλωτή και προστασία της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων.

Η Επιτροπή παρατηρεί ότι, όπως συνάγεται από τη δικογραφία, ο Michel Boussat, ιδιοκτήτης και διαχειριστής του σταθμού αυτοκινήτων Lilian-Boussat, ο οποίος είναι και το διαφημιζόμενο πρόσωπο στην κύρια υπόθεση, διευκρίνισε ότι τα αυτοκίνητα προέρχονται από το Βέλγιο όπου ταξινομήθηκαν για τις ανάγκες της εισαγωγής τους στη Γαλλία και ότι ουδέποτε κυκλοφόρησαν δημοσία.

Στο πλαίσιο αυτό,πάντοτε κατά την Επιτροπή, εναπόκειται στον εθνικό δικαστή, πέραν του ελέγχου της αληθείας της εν λόγω δηλώσεως, να διακριβώσει αν το γεγονός ότι το αυτοκίνητο ουδέποτε τέθηκε σε κυκλοφορία και ότι ταξινομήθηκε για τις ανάγκες της εισαγωγής συνιστούν στοιχεία ως προς τα οποία υπήρξε παραπλάνηση του καταναλωτή. Το ζήτημα της χρησιμοποιήσεως του αυτοκινήτου αποτελεί προφανώς ζήτημα απτόμενο αμιγώς των πραγματικών περιστατικών. Αντιθέτως, το ζήτημα της ταξινομήσεως του αυτοκινήτου στο Βέλγιο πριν από την παράδοσή του στον τελικό καταναλωτή στη Γαλλία ενδέχεται να εγείρει ορισμένες δυσχέρειες.

Η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι εναπόκειται στον εθνικό δικαστή να διερευνήσει αν οι αγοραστές των εν λόγω αυτοκινήτων γνωρίζουν το γεγονός της ταξινομήσεως στο Βέλγιο και αν η ταξινόμηση έλαβε χώρα όχι εξ ονόματός τους, αλλά εξ ονόματος ενός ιδιοκτήτη σταθμού αυτοκινήτων ή ενός μεσάζοντα. Αν αγνοούν το γεγονός αυτό, τότε ο δικαστής οφείλει να προβεί σε νομικό χαρακτηρισμό της ταξινομήσεως ως ληπτέου υπόψη στοιχείου κατά το άρθρο 3, στοιχείο α, της οδηγίας 84/450, προκειμένου να αποφανθεί αν η διαφήμιση είναι παραπλανητική ή όχι.

Κατά την Επιτροπή, ενδεικτικώς, θα αντέκειτο προς την οδηγία ο χαρακτηρισμός ως παραπλανητικού του ότι το αυτοκίνητο είναι καινουργές λόγω του ότι ταξινομήθηκε πριν από την παράδοση στον αγοραστή για τον σκοπό αποκλειστικά και μόνο της πράξεως εισαγωγής, επειδή η ταξινόμηση είναι υποχρεωτική για τη διενέργεια της πράξεως αυτής.

Η Επιτροπή υποστηρίζει ότι, ναι μεν αληθεύει ότι το άρθρο 7 της εν λόγω οδηγίας επιτρέπει στα κράτη μέλη να εξασφαλίζουν ευρύτερη προστασία των καταναλωτών από την προβλεπομένη στην οδηγία, πάντως, δεν

μπορεί να υποστηριχθεί βάσιμα ότι ο νομικός χαρακτηρισμός ενός καινουργούς αυτοκινήτου ως αυτοκινήτου που ουδέποτε ταξινομήθηκε συνιστά μέτρο προστασίας των καταναλωτών. Διαχωρίζοντας οποιοδήποτε άλλο στοιχείο αναγόμενο στα πραγματικά περιστατικά, η εφαρμογή του προαναφερθέντος γαλλικού κανόνα θα είχε ως συνέπεια την απαγόρευση της διαφημίσεως ως καινουργούς, κατά συνέπεια δε ως ελκυστικού, του αυτοκινήτου που ταξινομήθηκε αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της εισαγωγής του. Ωσαύτως, ο γενικός αυτός και αφηρημένος κανόνας δεν μπορεί να δικαιολογείται ως αναγκαίος για την ικανοποίηση επιτακτικών απαιτήσεων αναγομένων στην προστασία του καταναλωτή κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου (βλ. αποφάσεις της 20ής Φεβρουαρίου 1979 στην υπόθεση 120/78, Rewe-Zentral, γνωστή ως « Cassis de Dijon », Rec. 1979, σ. 649· της 26ης Ιουνίου 1980 στην υπόθεση 788/79, Gilli και Andres, Rec. 1980, σ. 2071, και της 7ης Μαρτίου 1990 στην υπόθεση C-362/88, GB-INNO-BM, Συλλογή 1990, σ. I-667).

Κατά την Επιτροπή, ο δικαστής της παραπομπής πρέπει να εξακριβώσει αν η ταξινόμηση στο Βέλγιο είναι αναγκαία για τη διενέργεια πράξεως εισαγωγής εκ μέρους ενός σταθμού αυτοκινήτων, όπως είναι ο διαφημιζόμενος εν προκειμένω. Αν από νομική άποψη η εισαγωγή εκ μέρους του ανωτέρω σταθμού αυτοκινήτων μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς την ταξινόμηση του αυτοκινήτου εξ ονόματος τρίτου πλην του τελικού αγοραστή, ο δικαστής θα έπρεπε να εξακριβώσει αν από διοικητικής απόψεως το γεγονός αυτό καθιστά την πράξη απλούστερη και αποδοτικότερη.

Η Επιτροπή φρονεί ότι αρκεί να παρατηρηθεί συναφώς ότι ο κανονισμός (ΕΟΚ) 222/77 του Συμβουλίου, της 13ης Δεκεμβρίου 1976, περί της κοινοτικής διαμετακομίσεως (ΕΕ ειδ. έκδ. 02/003, σ. 3), δεν απαιτεί με τα άρθρα 39 επ. την ταξινόμηση για την υπαγωγή αυτοκινήτου στις ευεργετικές διατάξεις της διαδικασίας εσωτερικής κοινοτικής διαμετακομίσεως, αλλ' απλώς την αποκαλουμένη « Τ 2 » δήλωση.

Κατά την Επιτροπή, το γεγονός απλώς και μόνο ότι ένα αυτοκίνητο είναι καινουργές, εισαγόμενο από άλλο κράτος μέλος και ήδη ταξινομημένο για τις ανάγκες της εισαγωγής του, παρεμποδίζει τον παράλληλο εισαγωγέα να αναφερθεί στην ιδιότητα αυτή του αυτοκινήτου όταν το διαφημίζει, ισοδυναμεί κατ' ουσίαν με στέρηση του εν λόγω εισαγωγέα από τη δυνατότητα να καθιερώσει και να αναπτύξει το είδος αυτό εμπορίου. Προς τον σκοπό αυτό, ο ιδιοκτήτης σταθμού αυτοκινήτων πρέπει να είναι σε θέση να πραγματοποιεί τη διαφήμιση. Για να είναι δε αυτή ελκυστική, πρέπει να έχει τη δυνατότητα να προβάλει το γεγονός ότι το όχημα είναι καινουργές.

Η Επιτροπή εμμένει στο ότι το κοινοτικό δίκαιο παρέχει δεδομένη προστασία στην « παράλληλη » πώληση αυτοκινήτων. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή εξέδωσε στις 12 Δεκεμβρίου 1984 τον κανονισμό (ΕΟΚ) 123/85, σχετικά με την εφαρμογή του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης ΕΟΚ σε ορισμένες κατηγορίες συμφωνιών διανομής και εξυπηρετήσεως των πελατών πριν και μετά την πώληση αυτοκινήτων οχημάτων (ΕΕ 1985, L 15, σ. 16). Βάσει του άρθρου 10, παράγραφος 2, του κανονισμού, η Επιτροπή μπορεί να ανακαλέσει το ευεργέτημα της εφαρμογής του, « αν ο κατασκευαστής ή μια επιχείρηση του δικτύου διανομής εμποδίζει τελικούς καταναλωτές (...) κατά τρόπο διαρκή ή συστηματικό (...) να αποκτήσουν στο εσωτερικό της κοινής αγοράς προϊόντα της συμφωνίας ή αντίστοιχα προϊόντα ή να επιτύχουν την εξυπηρέτηση μετά την πώληση αυτών των προϊόντων ».

Σε ανακοίνωση σχετικά με τον προαναφερθέντα κανονισμό (ΕΕ 1985, C 17, σ. 4), η Επιτροπή παρέσχε ορισμένα παραδείγματα καταχρηστικών παρεμποδίσεων: η άρνηση των κατασκευαστών ή των εισαγωγέων να συνεργάζονται για την ταξινόμηση των οχημάτων που εισήγαγαν από άλλα κράτη μέλη οι Ευρωπαίοι τελικοί χρήστες· οι ασυνήθιστα μεγάλες προθεσμίες παραδόσεως.

Έτσι, προσθέτει η Επιτροπή, αν ο δικαστής εκτιμά ότι στην προκειμένη περίπτωση η εφαρμογή του γενικού και αφηρημένου κανόνα ότι το καινουργές αυτοκίνητο είναι αυτοκίνητο που δεν ταξινομήθηκε ποτέ οδηγεί αναπόφευκτα στο συμπέρασμα ότι η σχετική διαφήμιση είναι παραπλανητική και, συνακόλουθα, πρέπει να απαγορεύεται, γεγονός που οδηγεί στην άμεση ή έμμεση παρεμπόδιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, οφείλει να μην εφαρμόζει τον εθνικό κανόνα. Εξυπακούεται ότι αυτό δεν συμβαίνει όταν ελλείπει οποιοδήποτε άλλο στοιχείο επιτρέπον στον δικαστή να συμπεράνει ότι πρόκειται για παραπλανητική διαφήμιση κατά τα άρθρα 2 και 3 της οδηγίας 84/450.

Όσον αφορά, τρίτον και τελευταίον, το αν το πωληθέν αυτοκίνητο καλύπτεται από εγγύηση του κατασκευαστή, η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι το εισαγόμενο αυτοκίνητο πρέπει να καλύπτεται από την εγγύηση που παρέχει ο κατασκευαστής στη χώρα εισαγωγής. Η διάρκεια της εγγυήσεως εξαρτάται από τις ισχύουσες στη χώρα εισαγωγής διατάξεις. Η ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τον προαναφερθέντα κανονισμό 123/85 περιλαμβάνει, μεταξύ των περιπτώσεων καταχρηστικής παρεμποδίσεως, την άρνηση των διανομέων να εκτελέσουν τις εργασίες που συνεπάγεται η εγγύηση επί των οχημάτων που δεν επώλησαν και εισήχθησαν από άλλα κράτη μέλη.

Κατόπιν αυτού, η Επιτροπή προτείνει να δοθεί η ακόλουθη απάντηση στο προδικαστικό ερώτημα:

« 1) Ο εθνικός δικαστής που επιλαμβάνεται διαφοράς απτομένης της εφαρμογής 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, οφείλει να εφαρμόζει το εθνικό δίκαιο υπό το φως του κειμένου και των σκοπών της εν λόγω οδηγίας προκειμένου να προστατεύει τον καταναλωτή από την παραπλανητική διαφήμιση.

2) Τα άρθρα 2 και 3 της οδηγίας 84/450 έχουν την έννοια ότι ο εθνικός δικαστής οφείλει να διερευνά, λαμβάνοντας υπόψη τα πραγματικά περιστατικά της υποθέσεως, αν η επίδικη διαφήμιση μπορεί αντικειμενικά να παραπλανήσει την κατηγορία εκείνη των καταναλωτών προς την οποία απευθύνεται η διαφήμιση, καθώς και να επηρεάσει τη συμπεριφορά τους και να ζημιώσει άλλον ανταγωνιστή.

3) Τα άρθρα 2 και 3 της οδηγίας 84/450 έχουν επίσης την έννοια ότι ο εθνικός δικαστής οφείλει να μην εφαρμόζει εθνικό κανόνα, γενικό και αφηρημένο, ο οποίος οδηγεί στην αδυναμία διαφημίσεως καινουργούς αυτοκινήτου, οσάκις τούτο έχει ταξινομηθεί αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες εισαγωγής του, ενώ δεν συντρέχει οποιοδήποτε άλλο παραπλανητικό στοιχείο κατά την έννοια της οδηγίας, εφόσον τούτο θίγει αμέσως ή εμμέσως την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων. »

III — Προφορική διαδικασία

7. Ο *Jean-Pierre Richard*, πολιτικώς ενάγων στην κυρία υπόθεση, ο οποίος δεν υπέβαλε γραπτές παρατηρήσεις, ισχυρίστηκε κατά τη διάρκεια της προφορικής διαδικασίας ότι, όσον αφορά, πρώτον, το χαμηλότερο κόστος του αυτοκινήτου, χωρεί σύγκριση των τιμών μόνο όταν τα προϊόντα είναι συγκρίσιμα,

πράγμα το οποίο δεν συμβαίνει στην προκειμένη περίπτωση. Συγκεκριμένα, τα οχήματα που αγοράζονται στη Γαλλία για τους Γάλλους καταναλωτές και εισάγονται από την εταιρία Richard-Nissan είναι οχήματα πλήρως εξοπλισμένα, ήτοι διαθέτουν όλα τα προαιρετικά εξαρτήματα, ενώ τα εισαγόμενα από τον σταθμό αυτοκινήτων του Bergerac και τους άλλους παραλλήλους εισαγωγείς οχήματα στερούνται των εν λόγω εξαρτημάτων. Συνεπώς, κατά την άποψη του Richard, διαφήμιση όπως η επίδικη, η οποία αναφέρεται στη χαμηλότερη τιμή του αυτοκινήτου, είναι ψευδής υπό την έννοια ότι οι καταναλωτές δίδουν πίστη, όταν απευθύνονται σε παράλληλο εισαγωγέα, ότι αγόρασαν το αυτοκίνητο με τους αυτούς όρους που θα ίσχυαν αν το αγόραζαν από αντιπρόσωπο.

Ως προς το καινουργές, δεύτερον, του αυτοκινήτου, ο Richard, αναφερόμενος στην προαναφερθείσα νομολογία του γαλλικού ανωτάτου ακυρωτικού, ισχυρίζεται ότι το δικαστήριο αυτό έκρινε ότι τα εν λόγω οχήματα δεν ήταν καινουργή, επειδή στη Γαλλία το εισαγόμενο από παράλληλο εισαγωγέα όχημα δεν ταξινομείται όπως το καινουργές και, συνακόλουθα, όταν μεταπωλείται, από διοικητικής απόψεως, δεν πρόκειται για « πρώτο » αλλά για « δεύτερο χέρι ».

Όσον αφορά, τρίτον και τέταρτον, την εγγύηση του κατασκευαστή, ο Richard διευκρίνισε κατά τη συζήτηση ακροατηρίου ότι οι παράλληλοι εισαγωγείς οδηγούν τον ενδεχόμενο αγοραστή να πιστεύσει ότι η εγγύηση παρέχεται από τους ιδίους, ενώ στην πραγματικότητα δεν είναι εκείνοι που επιδιορθώνουν τα οχήματα όταν ανακύπτουν δυσχέρειες. Σε παρόμοια περίπτωση, οι αγοραστές οφείλουν να απευθυνθούν στο δίκτυο των επισήμων αντιπροσώπων. Ο Richard προσέθεσε ότι σε περίπτωση που οι παράλληλοι εισαγωγείς επιληφθούν της επιδιορθώσεως ενός αυτοκινήτου χωρίς να είναι αντιπρόσωποι, τότε ο πελάτης δεν καλύπτεται από την εγγύηση.

G. C. Rodríguez Iglesias
εισηγητής δικαστής