



Συλλογή της Νομολογίας

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
EVGENI TANCHEV
της 20ής Σεπτεμβρίου 2018¹

Υπόθεση C-430/17

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG
κατά
Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV

[αίτηση του Bundesgerichtshof
(ομοσπονδιακού ακυρωτικού δικαστηρίου, Γερμανία)
για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως]

«Προστασία των καταναλωτών – Άρθρο 6, παράγραφος 1, και άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ – Απαιτήσεις ενημερώσεως για τις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις – Πεδίο εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 και διαφοροποίηση των υποχρεώσεων ενημερώσεως στις περιπτώσεις συμβάσεων που συνάπτονται “με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών” – Διαφημιστικό φυλλάδιο το οποίο για πληροφορίες που αφορούν το δικαίωμα υπαναχωρήσεως παραπέμπει σε ηλεκτρονικό σύνδεσμο – Υποχρέωση παροχής υποδείγματος εντύπου υπαναχωρήσεως κατά το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η’, και το παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 – Άρθρο 16 του Χάρτη και επιχειρηματική ελευθερία – Προβλεπόμενη στο άρθρο 11 του Χάρτη ελευθερία εκφράσεως και πληροφόρησης στο πεδίο της διαφημίσεως»

I. Εισαγωγή

1. Η υπό κρίση υπόθεση αφορά, κατ’ ουσίαν, την έννοια που πρέπει να θεωρηθεί ότι έχει η φράση «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» κατ’ άρθρον 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ² και, ως εκ τούτου, τις περιστάσεις υπό τις οποίες διαφοροποιούνται οι απαιτήσεις του άρθρου 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 όσον αφορά τις πληροφορίες τις οποίες οφείλουν να παρέχουν οι έμποροι στους καταναλωτές προτού οι τελευταίοι δεσμευθούν με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος.

2. Η οδηγία 2011/83 κατήργησε και αντικατέστησε τόσο την οδηγία 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1985, για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος³, όσο και την οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως

1 Γλώσσα του πρωτοτύπου: η αγγλική.

2 Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ 2011, L 304, σ. 64).

3 ΕΕ 1985, L 372, σ. 31.

συμβάσεις⁴, απλοποιώντας και επικαιροποιώντας τα δικαιώματα που προστατεύονταν με τις οδηγίες αυτές, μέσω μίας και μόνης νομικής πράξεως μέγιστης εναρμονίσεως⁵. Κατ' αυτόν τον τρόπο προέκυψε το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 και στο πλαίσιο αυτό ζητείται από το Δικαστήριο να ερμηνεύσει για πρώτη φορά τη φράση «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών», όπως αυτή εφαρμόζεται στις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

3. Ειδικότερα, ένας έμπορος ο οποίος τοποθέτησε, ως ένθετα σε περιοδικά, διαφημιστικά φυλλάδια για την πώληση αδιάβροχων παλτών (τα οποία περιλάμβαναν και αποσπώμενη ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας) υποστηρίζει ότι μπορεί να στηριχθεί στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83. Κατά συνέπεια, διατείνεται ότι, πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως με αντικείμενο την πώληση παλτών, υποχρεούται να ενημερώνει τους καταναλωτές μόνον ως προς την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχωρήσεως και όχι σχετικά με τα λεπτομερέστερα στοιχεία που προβλέπονται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83. Η εν λόγω ερμηνεία του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 αμφισβητείται από το σωματείο *Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs e V* (Σωματείο για την καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού) στη Γερμανία, που κίνησε στο εν λόγω κράτος σχετική νομική διαδικασία, η οποία αποτελεί αντικείμενο της κύριας δίκης.

4. Σε περίπτωση που θεωρηθεί ότι ο έμπορος δύναται να στηριχθεί στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, η κύρια δίκη θα εξετάσει επίσης το ζήτημα αν οι πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως πρέπει να παρέχονται από τον έμπορο πάνω στο ίδιο το φυλλάδιο ή αρκεί η αναγραφή της διαδικτυακής διεύθυνσεως στην οποία είναι δυνατή η ανεύρεση των εν λόγω πληροφοριών. Το ίδιο ζήτημα θα ανακύψει για το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 και το οποίο μνημονεύεται από τα άρθρα 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', και 11, παράγραφος 1, της ίδιας οδηγίας.

II. Το νομικό πλαίσιο

A. Το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης

1. Ο Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5. Το άρθρο 11 του Χάρτη επιγράφεται «Ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης». Η παράγραφος 1 ορίζει τα εξής:

«Κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα στην ελευθερία έκφρασης. Το δικαίωμα αυτό περιλαμβάνει την ελευθερία γνώμης και την ελευθερία λήψης ή μετάδοσης πληροφοριών ή ιδεών, χωρίς την ανάμειξη δημοσίων αρχών και αδιακρίτως συνόρων.»

6. Το άρθρο 16 του Χάρτη επιγράφεται «Επιχειρηματική ελευθερία» και ορίζει τα εξής:

«Η επιχειρηματική ελευθερία αναγνωρίζεται σύμφωνα με το δίκαιο της Ένωσης και τις εθνικές νομοθεσίες και πρακτικές.»

4 ΕΕ 1997, L 144, σ. 19.

5 Βλ. Weatherill, S., «The Consumer Rights Directive: how and why a quest for “coherence” has (largely) failed», 49 (2012) *Common Market Law Review*, 1279. Ωστόσο, όπως αναφέρεται στην αιτιολογική σκέψη 2 της οδηγίας 2011/83, επιτρέπεται στα κράτη μέλη να διατηρήσουν ή να εγκρίνουν εθνικούς κανόνες για ορισμένες πτυχές. Η οδηγία 2011/83 περιλαμβάνει επίσης ηπιότερες τροποποιήσεις της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 5ης Απριλίου 1993, σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές (ΕΕ 1993, L 95, σ. 29) και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Μαΐου 1999, σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών (ΕΕ 1999, L 171, σ. 12).

7. Το άρθρο 38 του Χάρτη επιγράφεται «Προστασία του καταναλωτή» και ορίζει τα εξής:

«Οι πολιτικές της Ένωσης διασφαλίζουν υψηλό επίπεδο προστασίας του καταναλωτή.»

2. Η οδηγία 2011/83

8. Το άρθρο 1 της οδηγίας 2011/83 επιγράφεται «Αντικείμενο» και ορίζει τα εξής:

«Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι, μέσω της επίτευξης ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών, να συμβάλει στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς με την προσέγγιση ορισμένων πτυχών των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών για τις συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ καταναλωτών και εμπόρων.»

9. Το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχεία α' έως η', της οδηγίας 2011/83 ορίζει τα εξής:

«1. Πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο:

- α) τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στον βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες·
- β) την ταυτότητα του εμπόρου, λόγου χάρη την εμπορική επωνυμία του·
- γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο έμπορος είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του εμπόρου, τον αριθμό τηλεμοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, εάν υπάρχει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με τον έμπορο γρήγορα και αποτελεσματικά και, κατά περίπτωση, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί·
- δ) εάν διαφέρει από τη διεύθυνση που παρέχεται βάσει του στοιχείου γ), τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του εμπόρου και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονά του·
- ε) τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή, καθώς και, όπου ενδείκνυται, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις. Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη. Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί·
- στ) το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων·
- ζ) τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο έμπορος αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, κατά περίπτωση, της πολιτικής που εφαρμόζει ο έμπορος για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 1, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο παράρτημα Ι τμήμα Β».

10. Το άρθρο 8, παράγραφοι 1 και 4 έως 7, της οδηγίας 2011/83 ορίζει τα εξής:

«1. Όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, ο έμπορος παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 ή θέτει αυτές τις πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τρόπο κατάλληλο για το μέσο της επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Εφόσον οι εν λόγω πληροφορίες παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο, οφείλουν να είναι ευανάγνωστες.

[...]

4. Εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, ο έμπορος παρέχει, πάνω στο συγκεκριμένο μέσο πριν από τη σύναψη αυτής της σύμβασης, τουλάχιστον τις προσυμβατικές πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του εμπόρου, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία α), β), ε), η) και ιε). Οι λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με την παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου.

5. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 4, εάν ο έμπορος προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, οφείλει, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, να δηλώσει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.

6. Εάν πρόκειται να συναφθεί σύμβαση εξ αποστάσεως μέσω τηλεφώνου, τα κράτη μέλη δύνανται να ορίσουν την υποχρέωση του εμπόρου να επιβεβαιώσει την προσφορά του προς τον καταναλωτή ο οποίος δεσμεύεται μόνον όταν υπογράψει την προσφορά ή έχει στείλει τη γραπτή συγκατάθεσή του. Τα κράτη μέλη δύνανται επίσης να ορίσουν την υποχρέωση κοινοποίησης αυτών των επιβεβαιώσεων πάνω σε σταθερό μέσο.

7. Ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε σταθερό μέσο σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει:

α) το σύνολο των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1, εκτός εάν ο έμπορος έχει ήδη παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης σε σταθερό μέσο, και

β) κατά περίπτωση, την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 16 στοιχείο ιγ).

[...]»

11. Το άρθρο 11 της οδηγίας 2011/83 επιγράφεται «Άσκηση δικαιώματος υπαναχώρησης». Το άρθρο 11, παράγραφος 1, ορίζει τα εξής:

«Πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης, ο καταναλωτής ενημερώνει τον έμπορο για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Προς τον σκοπό αυτό, ο καταναλωτής δύναται:

- α) είτε να χρησιμοποιήσει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης όπως ορίζεται στο παράρτημα I τμήμα Β·
- β) είτε να κάνει οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση που να παρουσιάζει την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Τα κράτη μέλη δεν προβλέπουν τυχόν τυπικές απαιτήσεις που να είναι εφαρμοστέες στο υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης άλλες από εκείνες που ορίζονται στο παράρτημα I τμήμα Β.»

B. Η εθνική νομοθεσία

12. Το άρθρο 355 του Bürgerliches Gesetzbuch (αστικού κώδικα, στο εξής: BGB) επιγράφεται «Δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις με καταναλωτές». Η παράγραφος 1 του άρθρου 355 του BGB ορίζει τα εξής:

«1) Όταν ο νόμος παρέχει στον καταναλωτή το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με την παρούσα διάταξη, ο καταναλωτής και ο έμπορος παύουν να δεσμεύονται από τις δηλώσεις βουλήσεώς τους για τη σύναψη της συμβάσεως, αν ο καταναλωτής υπαναχωρήσει εμπροθέσμως από τη δήλωση βουλήσεώς του. Η υπαναχώρηση πραγματοποιείται με δήλωση προς τον έμπορο. Από τη δήλωση αυτή πρέπει να προκύπτει σαφώς η απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Η υπαναχώρηση δεν απαιτείται να είναι αιτιολογημένη. Για την τήρηση της προθεσμίας αρκεί η εμπρόθεσμη αποστολή της υπαναχώρησης.»

13. Το άρθρο 312d του BGB επιγράφεται «Υποχρεώσεις ενημερώσεως». Η παράγραφος 1 του άρθρου 312d του BGB ορίζει τα εξής:

«1) Στις περιπτώσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων, ο έμπορος οφείλει να ενημερώνει τον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 246a του Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (εισαγωγικού νόμου του αστικού κώδικα, στο εξής: EGBGB). Πλην αντιθέτου ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών, τα στοιχεία που γνωστοποιεί ο έμπορος προς εκπλήρωση της εν λόγω υποχρεώσεως καθίστανται μέρος της συμβάσεως.»

14. Το άρθρο 312g του BGB επιγράφεται «Δικαίωμα υπαναχώρησης». Η παράγραφος 1 του άρθρου 312g του BGB ορίζει τα εξής:

«Στις περιπτώσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 355.»

15. Το άρθρο 246a του EGBGB επιγράφεται «Υποχρεώσεις ενημερώσεως στις περιπτώσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων, εξαιρουμένων των συμβάσεων παροχής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών». Η παράγραφος 1 του εν λόγω άρθρου επιγράφεται «Υποχρεώσεις ενημερώσεως» και ορίζει τα εξής:

«[...]

2) Στις περιπτώσεις που ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχωρήσεως σύμφωνα με το άρθρο 312g, παράγραφος 1, του BGB, ο έμπορος οφείλει να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με τα εξής:

1. τις προϋποθέσεις, τις προθεσμίες και τη διαδικασία ασκήσεως του δικαιώματος υπαναχωρήσεως σύμφωνα με το άρθρο 355, παράγραφος 1, του BGB, καθώς και το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα 2,

[...]».

16. Η παράγραφος 3 του άρθρου 246a του EGBGB επιγράφεται «Απλοποιημένες υποχρεώσεις ενημερώσεως σε περίπτωση περιορισμένων δυνατοτήτων απεικονίσεως» και ορίζει τα εξής:

«Σε περίπτωση συνάψεως εξ αποστάσεως συμβάσεως με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή, ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή, με το εν λόγω μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως, τουλάχιστον τις ακόλουθες πληροφορίες:

[...]

4. Όπου συντρέχει τέτοια περίπτωση, την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχωρήσεως και

[...]

Οι λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με την παράγραφο 4, σημείο 3.»

17. Η παράγραφος 4 του άρθρου 246a του EGBGB επιγράφεται «Τυπικές απαιτήσεις για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημερώσεως». Η εν λόγω διάταξη ορίζει τα εξής:

«1) Ο έμπορος οφείλει να θέτει στη διάθεση του καταναλωτή τις προβλεπόμενες στις παραγράφους 1 έως 3 πληροφορίες, πριν από την υποβολή της δηλώσεως βουλήσεως του καταναλωτή για τη σύναψη συμβάσεως, με ευκρινή και κατανοητό τρόπο.

[...]

3) Στις περιπτώσεις εξ αποστάσεως συμβάσεων, ο έμπορος οφείλει να θέτει τις πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τον ενδεδειγμένο για το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως τρόπο. Αν οι πληροφορίες παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο, πρέπει να είναι ευανάγνωστες και πρέπει να κατονομάζεται ο δηλών έμπορος. Κατά παρέκκλιση από την πρώτη περίοδο, ο έμπορος δύναται να γνωστοποιεί στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο τις οριζόμενες στην παράγραφο 3, δεύτερη περίοδος, πληροφορίες.»

III. Τα πραγματικά περιστατικά της κύριας δίκης και το προδικαστικό ερώτημα

18. Ενάγον της κύριας δίκης και αναιρεσίβλητο στην κατ' αναίρεση δίκη είναι το σωματείο για την καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού (Frankfurt am Main, στο εξής: ενάγον). Της αιτήσεως αναιρέσεως έχει επιληφθεί στη Γερμανία το Bundesgerichtshof (Ομοσπονδιακό Ακυρωτικό Δικαστήριο, στο εξής: αιτούν δικαστήριο).

19. Το 2014 η εταιρία Walbusch Walter Busch, η οποία είναι η εναγομένη της κύριας δίκης και αναιρεσείουσα ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου (στο εξής: εναγομένη), διένεμε ως ένθετο σε διάφορα περιοδικά και εφημερίδες ένα αναδιπλούμενο διαφημιστικό φυλλάδιο αποτελούμενο από έξι σελίδες διαστάσεων 19 x 23,7 εκ. (στο εξής: φυλλάδιο). Το φυλλάδιο περιλάμβανε, στο κατώτερο

ήμισυ της δεξιάς αναδιπλούμενης σελίδας, μια αποσπώμενη ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας. Τόσο η εμπρόσθια όσο και η οπίσθια όψη της ταχυδρομικής κάρτας περιλάμβανε επισήμανση σχετικά με το νόμιμο δικαίωμα υπαναχώρησης. Σε στήλη της εμπρόσθιας όψεως της ταχυδρομικής κάρτας παραγγελίας και μετά την επικεφαλίδα «So bestellen Sie bei [...]» (έτσι αποστέλλετε την παραγγελία σας προς [...]) αναγράφονταν ο αριθμός τηλεφώνου και ο αριθμός τηλεομοιοτυπίας, η διεύθυνση της ιστοσελίδας και η ταχυδρομική διεύθυνση της εναγομένης, ενώ στο υποσέλιδο της εμπρόσθιας και της οπίσθιας όψεως του διπλωμένου φυλλαδίου αναγράφονταν, μετά την επικεφαλίδα «Bestellservice» (υπηρεσία παραγγελιών), ο αριθμός τηλεφώνου και η διεύθυνση της ιστοσελίδας της εναγομένης. Εισάγοντας, στο διαδίκτυο, τη διεύθυνση της ιστοσελίδας της εναγομένης εμφανιζόταν η ιστοσελίδα αυτή. Μέσω του συνδέσμου «ΓΟΣ», μετά την επικεφαλίδα «Rechtliches» (νομικά ζητήματα), παρεχόταν η δυνατότητα τηλεφορτώσεως των οδηγιών για την υπαναχώρηση και του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης.

20. Το ενάγον στρέφεται κατά του φυλλαδίου, επειδή, αφενός, δεν παρέχονται στο φυλλάδιο αυτό κατάλληλες οδηγίες για την υπαναχώρηση και, αφετέρου, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης δεν επισυνάπτεται στο ίδιο το φυλλάδιο, αλλά είναι προσβάσιμο μόνο μέσω ιστοτόπου. Κατόπιν ατελέσφορης οχλήσεως, το ενάγον άσκησε αγωγή παραλείψεως και αποκαταστάσεως των δαπανών εξωδικαστικής οχλήσεως ύψους 246,10 ευρώ πλέον τόκων.

21. Η αγωγή ευδοκίμησε κατ' ουσίαν ενώπιον του Landgericht (πρωτοβάθμιου περιφερειακού δικαστηρίου, Γερμανία). Ωστόσο, το εφετείο μεταρρύθμισε εν μέρει την απόφαση αυτή, υποχρεώνοντας την εναγομένη, μεταξύ άλλων, να παύσει, στις εμπορικές συναλλαγές, να παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα συνάψεως, με έντυπο μέσο, εξ αποστάσεως συμβάσεων με αντικείμενο την αγορά προϊόντων, χωρίς να τους ενημερώνει απευθείας με το ίδιο έντυπο μέσο σχετικά με τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες ασκήσεως του δικαιώματος υπαναχώρησης, και ιδίως σχετικά με το όνομα και τη διεύθυνση του προσώπου στο οποίο δηλώνεται η υπαναχώρηση, και χωρίς να επισυνάπτει στο έντυπο μέσο το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.

22. Με την αίτηση αναιρέσεως που ασκήθηκε ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου η εναγομένη εμμένει στο αίτημά της να απορριφθεί πλήρως η αγωγή. Το ενάγον ζητεί να απορριφθεί η αίτηση αναιρέσεως.

23. Κατά το αιτούν δικαστήριο, η ευδοκίμηση της αιτήσεως αναιρέσεως εξαρτάται από την ερμηνεία του άρθρου 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', και του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83. Το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει ότι το πρώτο ζήτημα που εγείρεται αφορά το κριτήριο βάσει του οποίου εκτιμάται αν ορισμένο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως (εν προκειμένω, ένα διαφημιστικό φυλλάδιο με ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας) παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, πρώτη περίοδος, της οδηγίας 2011/83. Είναι, εν προκειμένω, κρίσιμο το αν (1) το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο από τη φύση του (αφηρημένα) ή το αν (2) παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο με τη (συγκεκριμένη) μορφή που έχει προσλάβει κατ' επιλογήν του εμπόρου (πρώτο προδικαστικό ερώτημα);

24. Το αιτούν δικαστήριο θέτει επίσης το ζήτημα αν η ελευθερία του εμπόρου να σχεδιάζει τη διαφήμισή του όπως επιθυμεί και η προστατευόμενη από το άρθρο 16 του Χάρτη επιχειρηματική του ελευθερία είναι κρίσιμες για την επίλυση των νομικών ζητημάτων που εγείρονται στην κύρια δίκη, μαζί με τους περιορισμούς που είναι τεχνικώς επιβεβλημένοι από τη φύση του επίμαχου μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Περαιτέρω, το αιτούν δικαστήριο θέτει το ζήτημα αν πρέπει να θεωρηθεί ότι τα συμφέροντα των καταναλωτών προστατεύονται ενδεχομένως καλύτερα όταν η πλήρης ενημέρωσή τους σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και σχετικά με το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης γίνεται για πρώτη φορά μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως συμβάσεως.

25. Περαιτέρω, τίθεται το ζήτημα εάν συνάδει με το άρθρο 8, παράγραφος 4, και με το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83 το να περιορίζεται η ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως, σε περίπτωση περιορισμένης δυνατότητας απεικονίσεως των σχετικών πληροφοριών κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, στην ενημέρωση σχετικά με την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχωρήσεως. Πρέπει να θεωρηθεί ότι ασκεί επιρροή επί της επιλύσεως του εν λόγω ζητήματος η ανάγκη να αποφευχθεί ο δυσανάλογος περιορισμός της ελευθερίας διαφημιστικής προβολής; Το αιτούν δικαστήριο επισημαίνει, μεταξύ άλλων, ότι, σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 4 της οδηγίας 2011/83, η οδηγία σκοπεί να επιτύχει τη σωστή ισορροπία μεταξύ υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

26. Τέλος, εάν γίνει δεκτό ότι, σε περίπτωση περιορισμένης δυνατότητας απεικονίσεως πληροφοριών, η ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως δεν πρέπει να περιορίζεται στην επισήμανση της υπάρξεως του δικαιώματος αυτού, τίθεται περαιτέρω το ζήτημα αν, βάσει του άρθρου 8, παράγραφος 4, και του άρθρου 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, είναι επιτακτικώς επιβεβλημένο, ακόμη και σε περίπτωση περιορισμένης δυνατότητας απεικονίσεως, να επισυνάπτεται πάντοτε στο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως, πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 (τρίτο προδικαστικό ερώτημα).

27. Η διαδικασία ανεστάλη και υποβλήθηκαν στο Δικαστήριο τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

- «1) Κρίνεται, κατά την εφαρμογή του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, το ζήτημα αν μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως (εν προκειμένω: διαφημιστικό φυλλάδιο με ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας) παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών με γνώμονα
- α) αν το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως παρέχει, από τη φύση του (αφηρημένα), περιορισμένο χώρο ή χρόνο,
ή με γνώμονα
 - β) αν παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο με τη (συγκεκριμένη) μορφή που έχει προσλάβει κατ' επιλογήν του εμπόρου;
- 2) Σε περίπτωση περιορισμένης δυνατότητας απεικονίσεως κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, συνάδει με το άρθρο 8, παράγραφος 4, και με το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83 το να περιορίζεται η ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως απλώς και μόνο στην επισήμανση ότι υφίσταται δικαίωμα υπαναχωρήσεως;
- 3) Είναι, βάσει του άρθρου 8, παράγραφος 4, και του άρθρου 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, επιτακτικώς επιβεβλημένο, ακόμη και σε περίπτωση περιορισμένης δυνατότητας απεικονίσεως, να επισυνάπτεται πάντοτε στο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως, πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως κατά το παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83;»

28. Γραπτές παρατηρήσεις κατέθεσαν στο Δικαστήριο το ενάγον, η Γερμανική, η Φινλανδική και η Πολωνική Κυβέρνηση, καθώς και η Επιτροπή. Το ενάγον, η Γερμανία και η Επιτροπή ανέπτυξαν επίσης προφορικώς τις θέσεις τους κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση της 7ης Ιουνίου 2018, ενώ το ίδιο έπραξε και η εναγομένη.

IV. Περίληψη των γραπτών παρατηρήσεων

29. Όσον αφορά το *πρώτο προδικαστικό ερώτημα*, η Πολωνία υποστηρίζει ότι η κατά γράμμα ερμηνεία του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 δεν παρέχει λύση στο τεθέν ζήτημα και επισημαίνει ότι, κατά πάγια νομολογία, προκειμένου να ερμηνευθεί διάταξη του δικαίου της Ένωσης, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όχι μόνο το γράμμα της, αλλά και το πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται, καθώς και οι σκοποί τους οποίους επιδιώκει η κανονιστική ρύθμιση της οποίας αποτελεί μέρος⁶.

30. Το ενάγον, η Φινλανδία, η Πολωνία και η Επιτροπή διατείνονται, όσον αφορά το *πρώτο προδικαστικό ερώτημα*, ότι καθοριστικής σημασίας είναι η αφηρημένη φύση του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως, υπό το πρίσμα, μεταξύ άλλων, του γεγονότος ότι η οδηγία 2011/83 αποβλέπει στη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών. Εν ολίγοις, τάσσονται υπέρ της πρώτης εναλλακτικής δυνατότητας που παρατίθεται από το αιτούν δικαστήριο.

31. Άπαντες οι ανωτέρω τέσσερις μετέχοντες στη διαδικασία υποστηρίζουν ότι η ερμηνεία αυτή συνάδει επίσης με την αιτιολογική σκέψη 36 της οδηγίας 2011/83, κατά την οποία, στις περιπτώσεις εξ αποστάσεως συμβάσεων, οι απαιτήσεις ενημερώσεως «θα πρέπει να αναπροσαρμόζονται *ώστε να λαμβάνουν υπόψη τους τεχνικούς περιορισμούς ορισμένων μέσων*»⁷. Το ενάγον υποστηρίζει ότι η αιτιολογική σκέψη 36 μνημονεύει, παραδείγματος χάριν, τις περιορισμένες δυνατότητες παρουσιάσεως στις οθόνες κινητών τηλεφώνων. Επομένως, ο νομοθέτης της Ένωσης ήθελε να τονίσει τους τεχνικούς περιορισμούς που είναι εγγενείς σε συγκεκριμένες μορφές μέσων.

32. Το ενάγον και η Επιτροπή εκφέρουν την άποψη ότι η τυχόν προσβολή των θεμελιωδών δικαιωμάτων της εναγομένης είναι σύμφωνη με την αρχή της αναλογικότητας και ότι τα δικαιώματα αυτά διασφαλίζονται, σε κάθε περίπτωση, στο πλαίσιο της προστασίας των καταναλωτών, την οποία κατοχυρώνει το άρθρο 38 του Χάρτη.

33. Η Φινλανδία και η Επιτροπή υποστηρίζουν ότι αν τα «μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως» κατ' άρθρο 8, παράγραφος 4, αφορούσαν τα συγκεκριμένα μέσα που επιλέγονται από τον έμπορο, ο έμπορος θα μπορούσε να αποφύγει την εκπλήρωση των υποχρεώσεων που προβλέπονται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83, επιλέγοντας συγκεκριμένα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Στην περίπτωση αυτή δεν θα υπήρχε ως προς το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 ούτε ασφάλεια δικαίου ούτε πρακτική αποτελεσματικότητα.

34. Η Επιτροπή συμπληρώνει ότι ο κανόνας που τίθεται με το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 έχει ως αντικείμενο καταστάσεις στο πλαίσιο των οποίων τα μέσα υπόκεινται σε τεχνικούς περιορισμούς που αποκλείουν την εισαγωγή μεγάλων κειμένων, όπως είναι οι περιορισμοί ως προς τον αριθμό χαρακτήρων που μπορούν να απεικονισθούν σε κινητό τηλέφωνο ή οι χρονικοί περιορισμοί στα τηλεοπτικά διαφημιστικά μηνύματα. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η οδηγία 2011/83 επιτρέπει να παρέχεται στον καταναλωτή πρόσβαση σε μέρος των εν λόγω πληροφοριών μέσω ενός ηλεκτρονικού συνδέσμου ή μέσω της μνείας ενός δωρεάν τηλεφωνικού αριθμού, από όπου είναι δυνατή η λήψη των πληροφοριών. Σε περίπτωση εξαλείψεως των περιορισμών αυτών λόγω της τεχνολογικής προόδου, το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 παύει να έχει εφαρμογή.

6 Η Πολωνία μνημονεύει την απόφαση της 17ης Μαρτίου 2016, Liffers (C-99/15, EU:C:2016:173, σκέψη 14 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

7 Η υπογράμμιση δική μου.

35. Η Επιτροπή διατείνεται ότι ο περιορισμός της ελευθερίας του εμπόρου, υπό την έννοια της υποχρέωσης να επιλέγει πάντοτε διαφημιστικά μέσα που επαρκούν για την ένταξη του συνόλου των πληροφοριών σχετικά με την υπαναχώρηση από τη σύμβαση και των άλλων υποχρεωτικών πληροφοριών, δικαιολογείται από την αρχή της προστασίας των καταναλωτών και δεν είναι δυσανάλογος. Το ίδιο ισχύει και όσον αφορά το άρθρο 16 του Χάρτη. Περαιτέρω, οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται από το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 έχουν εφαρμογή μόνον επί των εξ αποστάσεως συμβάσεων, όπως αυτές ορίζονται με το άρθρο 2, παράγραφος 7, της οδηγίας 2011/83.

36. Η Επιτροπή στηρίζεται, περαιτέρω, στην απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση Canal Digital Denmark⁸, υποστηρίζοντας ότι ορισμένες σκέψεις της εν λόγω αποφάσεως, με τις οποίες ερμηνεύεται μια διάταξη παρεμφερής προς το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 η οποία περιλαμβάνεται στην οδηγία 2005/29/ΕΚ⁹, συνηγορούν υπέρ των ισχυρισμών της¹⁰.

37. Το ενάγον συμπληρώνει ότι το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83 δεν ασκεί επιρροή επί τις προτεινόμενης από αυτό απαντήσεως στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα. Η εν λόγω διάταξη επιβάλλει στους εμπόρους την υποχρέωση να παρέχουν στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας συμβάσεως, σε σταθερό μέσο, σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως συμβάσεως και το αργότερο κατά τη στιγμή της παραδόσεως των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας, μαζί με τις πληροφορίες του άρθρου 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83, εκτός εάν ο έμπορος τις έχει ήδη παράσχει σε σταθερό μέσο. Αν το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', ερμηνευόταν διαφορετικά, τότε το άρθρο 8, παράγραφος 4, θα ήταν περιττό.

38. Τέλος, το ενάγον, η Φινλανδία και η Επιτροπή υποστήριξαν ότι το άρθρο 8, παράγραφος 4, αποτελεί εξαίρεση, η οποία πρέπει να ερμηνεύεται στενά.

39. Όσον αφορά το *δεύτερο προδικαστικό ερώτημα*, το ενάγον, η Φινλανδία, η Πολωνία και η Επιτροπή υποστηρίζουν ότι το να περιορίζονται οι παρεχόμενες πληροφορίες απλώς στην ύπαρξη δικαιώματος υπαναχωρήσεως, χωρίς να είναι αναγκαία η γνωστοποίηση των πρόσθετων πληροφοριών σχετικά με τα μέσα ασκήσεως του εν λόγω δικαιώματος, οι οποίες απαριθμούνται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, δεν αρκεί.

40. Το ενάγον επισημαίνει ότι η πρώτη περίοδος του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 υποδηλώνει σαφώς ότι, σε όλες τις περιπτώσεις, πρέπει να γνωστοποιούνται ορισμένες ελάχιστες πληροφορίες. Η διάταξη αυτή μνημονεύει το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, κατά το οποίο ως τέτοιες ελάχιστες πληροφορίες νοούνται οι «προϋποθέσεις, [η] προθεσμία και [οι] διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος». Ως εκ τούτου, με το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, ο νομοθέτης της Ένωσης προέβλεψε ένα ρητό και συγκεκριμένο καθεστώς το οποίο διέπει την παροχή των πληροφοριών που πρέπει να γνωστοποιούνται ανεξαρτήτως τεχνικών περιορισμών. Επισημαίνεται σχετικώς η περιλαμβανόμενη στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 μνεία «πάνω στο συγκεκριμένο μέσο». Η Φινλανδία και η Πολωνία υποστηρίζουν παρεμφερή άποψη.

⁸ Απόφαση της 26ης Οκτωβρίου 2016 (C-611/14, EU:C:2016:800).

⁹ Οδηγία 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») (ΕΕ 2005, L 149, σ. 22).

¹⁰ Βλ., περαιτέρω, σημεία 65 και 66 των παρουσών προτάσεων.

41. Το ενάγον εκθέτει περαιτέρω ότι, όσον αφορά την περιλαμβανόμενη στη διάταξη περί παραπομπής μνεία στην επιχειρηματική ελευθερία, πρέπει, στο πλαίσιο αυτό, να δοθεί η ίδια απάντηση όπως αυτή που προτείνεται σε συνάρτηση με τα θεμελιώδη δικαιώματα και το πρώτο προδικαστικό ερώτημα· το συμφέρον της προστασίας των καταναλωτών είναι αυτό που πρέπει να υπερισχύει.

42. Η Φινλανδία συμπληρώνει, όσον αφορά το *δεύτερο προδικαστικό ερώτημα*, ότι δεν μπορεί να συναχθεί από το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83, το οποίο προβλέπει την παροχή ορισμένων πληροφοριών από τους εμπόρους μεταγενέστερα σε «σταθερό μέσο», επιχείρημα υπέρ του περιορισμού των παρεχόμενων προσυμβατικών πληροφοριών απλώς στην ύπαρξη δικαιώματος υπαναχωρήσεως. Η Φινλανδία υποστηρίζει επίσης ότι οι πληροφορίες που παρέχονται στους καταναλωτές που εξετάζουν το ενδεχόμενο συνάψεως εξ αποστάσεως συμβάσεως είναι θεμελιώδους σημασίας, δεδομένου ότι επί της βάσεως αυτής αποφασίζουν οι καταναλωτές αν θα δεσμευθούν ή όχι από τέτοια σύμβαση.

43. Όσον αφορά το *τρίτο προδικαστικό ερώτημα*, το ενάγον και η Επιτροπή υποστηρίζουν ότι, λόγω του άρθρου 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως από τη σύμβαση πρέπει να κοινοποιείται στον καταναλωτή ακόμη και στις περιπτώσεις που έχει εφαρμογή το άρθρο 8, παράγραφος 4. Ωστόσο, η Φινλανδία, υποστηριζόμενη σε ορισμένο βαθμό από την Πολωνία, διατείνεται ότι το ίδιο το έντυπο υπαναχωρήσεως δεν περιλαμβάνεται στις προβλεπόμενες στην οδηγία 2011/83 «πληροφορίες» σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως και, ως εκ τούτου, δεν απαιτείται να παρέχεται προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί από εξ αποστάσεως συναπτόμενη σύμβαση.

44. Η Γερμανία προτείνει, επί των προδικαστικών ερωτημάτων, μια λύση η οποία διαφέρει από εκείνη του ενάγοντος, της Φινλανδίας, της Πολωνίας και της Επιτροπής. Όσον αφορά το *πρώτο προδικαστικό ερώτημα*, η Γερμανία διατείνεται, μεταξύ άλλων, ότι η συγκεκριμένη μορφή επικοινωνίας που επιλέγεται από τον έμπορο είναι καθοριστικής σημασίας κατά την κρίση περί του αν η εξ αποστάσεως συναπτόμενη σύμβαση εμπίπτει στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 και, ως εκ τούτου, η περιορισμένη υποχρέωση ενημερώσεως που προβλέπεται από το άρθρο 8, παράγραφος 4, και το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83 έχει εφαρμογή επί του επίμαχου στην κύρια δίκη φυλλαδίου.

45. Η Γερμανία υποστηρίζει ότι ούτε η γραμματική διατύπωση του άρθρου 8, παράγραφος 4, ούτε οι αιτιολογικές σκέψεις της οδηγίας 2011/83 συνηγορούν υπέρ του περιορισμού του πεδίου εφαρμογής της διατάξεως σε συγκεκριμένα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Οι τρόποι γνωστοποιήσεως που μνημονεύονται στην αιτιολογική σκέψη 36 αποτελούν απλώς παραδείγματα.

46. Η Γερμανία διατείνεται ότι από τον επιδιωκόμενο από την οδηγία 2011/83 σκοπό δεν απορρέει υποχρέωση των εμπόρων να παρέχουν πάντοτε πλήρεις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως πριν από τη σύναψη της συμβάσεως. Η οδηγία 2011/83 επιδιώκει τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και τη δημιουργία ενός στέρεου νομικού πλαισίου, τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους. Η επίτευξη του εν λόγω σκοπού διασφαλίζεται επίσης με το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83. Στην πράξη, δεν μπορεί να αποκλειστεί ότι πολλοί καταναλωτές δεν διατηρούν τα διαφημιστικά φυλλάδια μετά την αποστολή της παραγγελίας τους. Συνεπώς, είναι σημαντικό να γνωστοποιούνται αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως το αργότερο κατά τον χρόνο της παραδόσεως, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι οι καταναλωτές τελούν σε γνώση του εν λόγω δικαιώματος. Το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83 εγγυάται τον πλήρη σεβασμό των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

47. Η επιβολή υποχρεώσεων εκτεινόμενων πέραν των περιορισμένων απαιτήσεων ενημερώσεως που προβλέπονται από το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 περιορίζει την επιχειρηματική ελευθερία των εμπόρων, η οποία κατοχυρώνεται από το άρθρο 16 του Χάρτη, χωρίς να προσπορίζει πλεονέκτημα στους καταναλωτές. Βάσει του άρθρου 52, παράγραφος 1, του Χάρτη, η ελευθερία του εμπόρου να επιλέγει διαφημιστικό μέσο δεν μπορεί να περιορίζεται δυσανάλογα. Αν θεωρηθεί ότι το μέσο επικοινωνίας που επιλέγεται από τον έμπορο δεν ασκεί επιρροή επί της εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, εγκυμονεί ο κίνδυνος να μην μπορούν οι έμποροι να χρησιμοποιούν ορισμένες μορφές διαφήμισης, επειδή η ίδια η διαφήμιση θα τίθεται στο περιθώριο λόγω του όγκου των υποχρεωτικών πληροφοριών. Η Γερμανία μνημονεύει επίσης emphaticά τη δεύτερη περίοδο του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, η οποία ορίζει ότι οι «λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με την παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου».

48. Όσον αφορά το *δεύτερο προδικαστικό ερώτημα*, η Γερμανία υποστηρίζει ότι, όταν χρησιμοποιείται ένα μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως «το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, οι έμποροι υπέχουν μόνο την υποχρέωση να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχωρήσεως και ότι τούτο δεν θίγει το υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών. Οποιαδήποτε πιο επαχθής υποχρέωση ως προς τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στους καταναλωτές σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως θα αποτελούσε δυσανάλογο περιορισμό του δικαιώματος διαφημιστικής προβολής.

49. Υπό το πρίσμα του όγκου των πληροφοριών σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως που πρέπει να γνωστοποιούνται στους καταναλωτές, καθώς επίσης και του προπαρατεθέντος σκοπού της οδηγίας 2011/83 και του συμφέροντος των καταναλωτών και των εμπόρων, η Γερμανία υποστηρίζει ότι, όταν υπάρχουν περιορισμένες δυνατότητες παρουσιάσεως, ενδείκνυται η αναπροσαρμογή της ποσότητας των πληροφοριών.

50. Η Γερμανία μνημονεύει την αιτιολογική σκέψη 4 της οδηγίας 2011/83, η οποία αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι απαιτείται η επίτευξη σωστής ισορροπίας μεταξύ υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Η προβλεπόμενη στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 εξαίρεση λαμβάνει υπόψη τον περιορισμένο χώρο και χρόνο που οφείλεται στις τεχνικές εξ αποστάσεως επικοινωνίας και επίσης αντιμετωπίζει τους δυσανάλογους περιορισμούς της ελευθερίας των εμπόρων περί διαφημιστικής προβολής. Στο σημείο αυτό, η Γερμανία επισημαίνει εκ νέου ότι, εν πάση περιπτώσει, το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83 είναι αυτό που έχει θεμελιώδη σημασία για τους καταναλωτές.

51. Τέλος, όσον αφορά το *τρίτο προδικαστικό ερώτημα*, η Γερμανία υποστηρίζει ότι, όταν υπάρχει περιορισμένος χώρος ή χρόνος για την απεικόνιση πληροφοριών, το δικαίωμα υπαναχωρήσεως μπορεί να περιορίζεται στην ύπαρξη του δικαιώματος αυτού και ότι δεν είναι αναγκαίο να επισυνάπτεται πάντοτε στα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83.

V. Εκτίμηση

A. Επισκόπηση

52. Στο επίκεντρο της υπό κρίση υποθέσεως βρίσκεται το πρώτο προδικαστικό ερώτημα και το ζήτημα αν εφαρμόζονται αντικειμενικά ή υποκειμενικά κριτήρια όταν δικαστήριο κράτους μέλους καλείται να αποφανθεί κατά πόσον συνάπτεται «σύμβαση [...] με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» κατ' άρθρον 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83.

53. Το συμπέρασμα στο οποίο έχω καταλήξει είναι ότι, από απόψεως δικαίου της Ένωσης, η πρώτη εναλλακτική δυνατότητα που παρατίθεται από το αιτούν δικαστήριο είναι αυτή που έχει εφαρμογή επί της ερμηνείας του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83. Συγκεκριμένα, η κρίση περί του αν το επίμαχο φυλλάδιο, το οποίο περιέχει μια μικρή κάρτα παραγγελίας, αποτελεί «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» εξαρτάται από το αν το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο από την ίδια τη φύση του (αφηρημένα). Όπως είναι ευδιάκριτο από την ανάλυση που ακολουθεί, η αντικειμενική αυτή προσέγγιση απηχεί το νόημα του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 περισσότερο από την υποκειμενική ανάλυση που απαιτείται όταν εξετάζεται αν το επίμαχο μέσο επικοινωνίας παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο με τη συγκεκριμένη μορφή που έχει προσλάβει κατ' επιλογήν του εμπόρου, το οποίο αποτελεί τη δεύτερη εναλλακτική δυνατότητα που παρατίθεται στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα.

54. Το αιτούν δικαστήριο έθεσε το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα, σχετικά με το περιεχόμενο του δικαιώματος υπαναχωρήσεως ως προς το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως του παραρτήματος I, τμήμα Β, μόνο για την περίπτωση που επιλεγεί η δεύτερη εναλλακτική δυνατότητα που παρατίθεται στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα. Απαντώ στο δεύτερο και το τρίτο προδικαστικό ερώτημα μόνο για την περίπτωση που το Δικαστήριο διαφωνήσει με την απάντηση που προτείνω να δοθεί στο πρώτο ερώτημα.

55. Προηγουμένως όμως θα παραθέσω ορισμένες προκαταρκτικές παρατηρήσεις.

Β. Προκαταρκτικές παρατηρήσεις

56. Είναι σημαντικό, κατ' αρχάς, να τονισθεί ότι η προβλεπόμενη στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 διαφοροποίηση των απαιτήσεων ενημερώσεως που επιβάλλονται από το άρθρο 6, παράγραφος 1, αφορά μόνο τα μέσα με τα οποία οι έμποροι παρέχουν στους καταναλωτές τις πληροφορίες που απαριθμούνται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83, προτού οι καταναλωτές δεσμευθούν από συμβάσεις συναπτόμενες εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος, αλλά όχι το περιεχόμενο των πληροφοριών που πρέπει να γνωστοποιηθούν. Όπως εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 35 της οδηγίας 2011/83, οι πληροφορίες που παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή πρέπει να είναι υποχρεωτικές. Οι πληροφορίες που δεν μνημονεύονται στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 ως εμπίπτουσες στη διαφοροποίηση που εισάγεται με τη διάταξη αυτή πρέπει απλώς, βάσει της τελευταίας περιόδου του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, να παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή «κατά κατάλληλο τρόπο» σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου 8 της οδηγίας 2011/83. Δεδομένης της περιλαμβανόμενης στο άρθρο 8, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 μνείας στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της ίδιας οδηγίας, τούτο πρέπει να συμβαίνει προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος.

57. Η απόφαση του νομοθέτη της Ένωσης να θεσπίσει μια εξαίρεση όσον αφορά τα μέσα και όχι όσον αφορά το περιεχόμενο συνάδει με την προβλεπόμενη στο άρθρο 38 του Χάρτη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών σε όλες τις πολιτικές της Ένωσης και στηρίζεται επίσης στο άρθρο 12, στο άρθρο 114, παράγραφος 3, και στο άρθρο 169 ΣΛΕΕ. Επιπλέον, δεδομένης της αυξανόμενης διαδόσεως των εξ αποστάσεως συναπτόμενων συμβάσεων, που έχει καταστεί δυνατή με τη συνδρομή των ψηφιακών τεχνολογιών, η διασφάλιση της πρακτικής αποτελεσματικότητας της οδηγίας 2011/83 αντιμετωπίζει ολοένα πιο σύνθετες προκλήσεις.

58. Περαιτέρω, σημαντικό μέρος των ισχυρισμών της εναγομένης έχει στηριχθεί στην κατ' άρθρον 16 του Χάρτη επιχειρηματική ελευθερία¹¹. Ενίοτε υπάρχει αλληλοεπικάλυψη μεταξύ, αφενός, της επιχειρηματικής ελευθερίας και, αφετέρου, της ελευθερίας εκφράσεως και πληροφόρησης στον τομέα της διαφήμισης, η οποία προστατεύεται από το άρθρο 11 του Χάρτη¹², και την οποία το Δικαστήριο είχε την ευκαιρία να εξετάσει σε υπόθεση με αντικείμενο τη συσκευασία και τη σήμανση¹³. Το τελευταίο αυτό δικαίωμα είναι εξίσου κρίσιμο στις περιπτώσεις που επιβάλλονται από τον νόμο περιορισμοί όσον αφορά τη διαφήμιση και το μάρκετινγκ, καθώς και όσον αφορά τα μέσα και τους όρους που ισχύουν για την υποβολή παραγγελιών από τους καταναλωτές για αγαθά και υπηρεσίες, όπως συμβαίνει στην υπόθεση της κύριας δίκης.

59. Ωστόσο, είναι σημαντικό να τονισθεί ότι, όταν γίνεται επίκληση του άρθρου 16 σε υποθέσεις που αφορούν την προστασία των καταναλωτών, πρέπει να λαμβάνεται επίσης υπόψη το άρθρο 38 του Χάρτη¹⁴, ανεξαρτήτως του αν το άρθρο 38 αποτελεί διάταξη που διατυπώνει μια αρχή, με αποτέλεσμα η λειτουργία του να περιορίζεται, βάσει του άρθρου 52, παράγραφος 5, του Χάρτη, στο να συμβάλλει στην ερμηνεία της νομοθεσίας της Ένωσης, ή αν αποτελεί διάταξη που απονέμει ατομικά δικαιώματα¹⁵. Το άρθρο 38 του Χάρτη επιτελεί την ίδια λειτουργία στις περιπτώσεις εφαρμογής του άρθρου 11 του Χάρτη όσον αφορά την ελευθερία εκφράσεως και πληροφόρησης στο πεδίο της διαφήμισης¹⁶.

Γ. Η απάντηση στο πρώτο και στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα

1. Ανάλυση του πρώτου προδικαστικού ερωτήματος

60. Όπως επισημαίνεται με τις γραπτές παρατηρήσεις της Πολωνίας, η γραμματική διατύπωση του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 δεν παρέχει ενδείξεις όσον αφορά το αν το επίμαχο στην κύρια δίκη φυλλάδιο αποτελεί «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» κατά την έννοια του άρθρου αυτού. Ούτε τα έγγραφα που αφορούν το ιστορικό θεσπίσεως του άρθρου 8, παράγραφος 4, της

11 Όσον αφορά το εν λόγω δικαίωμα, βλ. αποφάσεις της 14ης Μαρτίου 2017, G4S Secure Solutions (C-157/15, EU:C:2017:203), της 26ης Οκτωβρίου 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820), της 20ής Δεκεμβρίου 2017, Global Starnet (C-322/16, EU:C:2017:985), της 20ής Δεκεμβρίου 2017, Polkomotel (C-277/16, EU:C:2017:989), της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498), της 4ης Μαΐου 2016, Pillbox 38 (C-477/14, EU:C:2016:324), της 21ης Δεκεμβρίου 2016, ΑΓΕΤ Ηρακλής (C-201/15, EU:C:2016:972), της 17ης Δεκεμβρίου 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823), της 31ης Ιανουαρίου 2013, McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43), της 22ας Ιανουαρίου 2013, Sky Österreich (C-283/11, EU:C:2013:28), και της 12ης Ιουλίου 2012, Association Kokopelli (C-59/11, EU:C:2012:447).

12 Βλ., επί παραδείγματι, απόφαση Neptune Distribution, όπ.π.

13 Με τη σκέψη 147 της αποφάσεως της 4ης Μαΐου 2016, Philip Morris Brands (C-547/14, EU:C:2016:325), το Δικαστήριο εξέθεσε ότι «το άρθρο 11 του Χάρτη κατοχυρώνει την ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης. Η ελευθερία αυτή προστατεύεται επίσης από το άρθρο 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για την Προάσπιση των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και των Θεμελιωδών Ελευθεριών, η οποία υπογράφηκε στη Ρώμη στις 4 Νοεμβρίου 1950, το οποίο εφαρμόζεται ειδικότερα, όπως προκύπτει από τη νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, στην εκ μέρους επιχειρηματία διάδοση πληροφοριών εμπορικού χαρακτήρα, μεταξύ άλλων υπό τη μορφή διαφημιστικών μηνυμάτων. Δεδομένου όμως ότι η ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης του άρθρου 11 του Χάρτη έχει, όπως προκύπτει από το άρθρο 52, παράγραφος 3, αυτού και από τις επεξηγήσεις σχετικά με τον Χάρτη όσον αφορά το άρθρο του 11, την ίδια έννοια και την ίδια εμβέλεια με το αντίστοιχο δικαίωμα που κατοχυρώνεται στην ΕΣΔΑ, διαπιστώνεται ότι η εν λόγω ελευθερία καλύπτει την εκ μέρους επιχειρηματία χρήση, στις συσκευασίες και στις επισημάνσεις των προϊόντων καπνού, ενδείξεων όπως αυτές που αποτελούν αντικείμενο του άρθρου 13, παράγραφος 1, της οδηγίας 2014/40 (απόφαση της 17ης Δεκεμβρίου 2015, Neptune Distribution, C-157/14, EU:C:2015:823, σκέψεις 64 και 65)». Βλ., επίσης, προτάσεις του γενικού εισαγγελέα N. Jääskinen στην υπόθεση Google Spain και Google (C-131/12, EU:C:2013:424, σημεία 120 έως 125).

14 Βλ. απόφαση της 31ης Ιανουαρίου 2013, McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43, σκέψη 63). Είναι ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι, με τη σκέψη 62 της αποφάσεως McDonagh, το Δικαστήριο εξέθεσε ότι «στην περίπτωση συγκρούσεως περισσότερων του ενός προστατευόμενων από την έννομη τάξη της Ένωσης δικαιωμάτων, η εκτίμηση αυτή πρέπει να γίνεται χωρίς να θίγεται ο αναγκαίος συμβιβασμός μεταξύ των επιταγών που συναρτώνται με την προστασία των διαφόρων αυτών δικαιωμάτων και την ορθή στάθμισή τους (βλ., συναφώς, αποφάσεις της 29ης Ιανουαρίου 2008, Promusicae, C-275/06, EU:C:2008:54, σκέψεις 65 και 66, καθώς και της 6ης Σεπτεμβρίου 2012, Deutsches Weintor, C-544/10, EU:C:2012:526, σκέψη 47)».

15 Βλ. προτάσεις μου στην υπόθεση OTP Bank και OTP Faktoring (C-51/17, EU:C:2018:303, σημείο 64). Η επιρροή που ασκεί το δικαίωμα της προστασίας των καταναλωτών καταδεικνύεται από το γεγονός ότι η απουσία του ως σκοπού από συγκεκριμένη πράξη του δικαίου της Ένωσης μπορεί να είναι καθοριστικής σημασίας για την ερμηνεία της. Βλ., επί παραδείγματι, απόφαση της 21ης Μαΐου 2015, El Majdoub (C-322/14, EU:C:2015:334, σκέψεις 36 έως 38).

16 Απόφαση της 17ης Δεκεμβρίου 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823).

οδηγίας 2011/83, όπως οι προπαρασκευαστικές εργασίες, είναι ιδιαιτέρως διαφωτιστικά¹⁷, αλλά επισημαίνω ότι το έγγραφο κατευθυντηρίων γραμμών της Επιτροπής σχετικά με την οδηγία 2011/83 ορίζει, στη σελίδα 33, ότι «το άρθρο 8, παράγραφος 4, πρέπει να έχει εφαρμογή, κατά κύριο λόγο, επί των συμβάσεων που συνάπτονται με τη χρήση τεχνολογιών όπως το SMS, που θέτουν τεχνικά όρια στην ποσότητα των πληροφοριών που μπορούν να αποσταλούν»¹⁸.

61. Ωστόσο, το πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται και οι σκοπός που επιδιώκουν το άρθρο 6, παράγραφος 1, και το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 καθιστούν δυνατή τη συναγωγή περισσότερων συμπερασμάτων.

62. Όσον αφορά τον σκοπό, όπως επισημαίνεται με τις γραπτές παρατηρήσεις της Φινλανδίας και της Επιτροπής, αν εφαρμοσθούν τα κριτήρια της «συγκεκριμένης» μορφής που επιλέγεται από τον έμπορο, ήτοι η δεύτερη εναλλακτική δυνατότητα την οποία παρέθεσε το αιτούν δικαστήριο στο πλαίσιο του πρώτου προδικαστικού ερωτήματος, τούτο θα σημαίνει ότι το ζήτημα των περιστάσεων υπό τις οποίες έχει εφαρμογή η προβλεπόμενη στο άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 εξαίρεση θα απόκειται πλήρως στους εμπόρους και στη δική τους επιλογή των μέσων για τη διαφήμιση και την προσφορά εξ αποστάσεως συμβάσεων. Τούτο όμως δεν συνάδει με τον προβλεπόμενο στην αιτιολογική σκέψη 2 της οδηγίας 2011/83 σκοπό της οδηγίας «να καθορίσει πρότυπους κανόνες για τις κοινές πτυχές των εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων» και να καθιερώσει ένα «ενιαίο ρυθμιστικό πλαίσιο βάσει σαφώς καθορισμένων νομικών εννοιών» κατά τα οριζόμενα στην αιτιολογική σκέψη 7. Επίσης, τούτο συνεπάγεται μείωση της πρακτικής αποτελεσματικότητας του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 και αντιβαίνει στον κανόνα ότι οι παρεκκλίσεις από τους κανόνες του δικαίου της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών πρέπει να ερμηνεύονται στενά¹⁹.

63. Περαιτέρω, συμφωνώ ότι ο σκοπός του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, όπως αυτός αποτυπώνεται στην αιτιολογική σκέψη 36, συνίσταται στη διασφάλιση της παροχής στους καταναλωτές όλων των πληροφοριών που απαιτούνται από το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83, ακόμη και αν οι νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται από τους εμπόρους για τη διαφήμιση και την προσφορά εξ αποστάσεως συμβάσεων καθιστούν δυσχερή τη γνωστοποίηση των πληροφοριών αυτών. Στην αιτιολογική σκέψη 36 γίνεται μνεία στην ανάγκη αναπροσαρμογής των απαιτήσεων ενημερώσεως «ώστε να λαμβάνουν υπόψη τους τεχνικούς περιορισμούς *ορισμένων μέσων*, όπως τους περιορισμούς στον αριθμό των χαρακτήρων σε ορισμένες οθόνες κινητών τηλεφώνων» (η υπογράμμιση δική μου). Η έμφαση που δίνει η οδηγία 2011/83 στα χρησιμοποιούμενα (αντικειμενικά) μέσα επικοινωνίας αποτυπώνεται επίσης στην αιτιολογική σκέψη 20, η οποία επιβεβαιώνει ότι ο ορισμός των εξ αποστάσεως συμβάσεων καλύπτει και την αποκλειστική χρήση μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως όπως «παραγγελία με ταχυδρομείο, Διαδίκτυο, τηλέφωνο ή φαξ».

17 Βλ., σε συνάρτηση με τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, απόφαση της 5ης Ιουλίου 2012, Content Services Limited (C-49/11, EU:C:2012:419, σκέψη 32). Όσον αφορά τις προπαρασκευαστικές εργασίες που είναι κρίσιμες για την κύρια δίκη, επισημαίνω, ωστόσο, ότι ορισμένες φορές στα σχετικά προπαρασκευαστικά κείμενα γίνεται μνεία στις «τεχνολογικές εξελίξεις». Βλ., επί παραδείγματι, Επιτροπή, Πράσινη Βίβλος σχετικά με την επανεξέταση του κοινοτικού κεκτημένου για την προστασία των καταναλωτών (EE 2007, C 61, σ. 1, σ. 3). Βλ., παρομοίως, Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Commission Staff Working Document accompanying the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on consumer rights – Annexes – of 8 October 2008 [έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής που συνοδεύει την πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών - παραρτήματα - της 13ης Οκτωβρίου 2008], Doc. SEC(2008) 2547, σ. 4.

18 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

19 Απόφαση της 15ης Απριλίου 2010, E. Friz (C-215/08, EU:C:2010:186, σκέψη 32 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

64. Όσον αφορά το πλαίσιο, έχω επισημάνει με προτάσεις μου επί προγενέστερης υποθέσεως ότι, κατά την ερμηνεία των μέτρων της Ένωσης, το σχετικό πλαίσιο καλύπτει διάφορα σημεία αναφοράς. Περιλαμβάνει τη σύγκριση με νομοθετικές πράξεις που προϋπήρχαν του επίμαχου μέτρου, αλλά καταργήθηκαν από αυτό. Αφορά νομοθετικές πράξεις της Ένωσης οι οποίες με κάποιον ουσιαστικό τρόπο σχετίζονται ή συνδέονται με το επίμαχο μέτρο. Επίσης, αναφέρεται στο πλαίσιο της επίμαχης διατάξεως σε σχέση με τις λοιπές διατάξεις που περιέχονται στο ίδιο νομοθέτημα της Ένωσης και την ευρύτερη αρχιτεκτονική του νομοθετήματος αυτού²⁰.

65. Ως εκ τούτου, η στήριξη της επιχειρηματολογίας της Επιτροπής στην απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση Canal Digital Danmark²¹ ενδέχεται να είναι κρίσιμη εν προκειμένω²². Στην υπόθεση εκείνη ζητήθηκε από το Δικαστήριο, μεταξύ άλλων, να διευκρινίσει αν το άρθρο 7, παράγραφοι 1 και 3, της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές έχει την έννοια ότι, προκειμένου να εκτιμηθεί κατά πόσον εμπορική πρακτική πρέπει να θεωρηθεί παραπλανητική παράλειψη, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται η εν λόγω πρακτική, ιδίως οι τοπικοί ή χρονικοί περιορισμοί τους οποίους επιβάλλει το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας. Το άρθρο 7, παράγραφος 1, της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ορίζει ότι, κατά την εκτίμηση περί του αν μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, πρέπει να εξετάζεται το πλήρες πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων επίσης υπόψη «όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας».

66. Καίτοι δεν μπορώ να συμμεριστώ την άποψη ότι η υπεροχή της αντικειμενικής έναντι της υποκειμενικής προσεγγίσεως, κατά την απάντηση του πρώτου ερωτήματος, μπορεί να στηριχθεί σε κάποια από τις σκέψεις της αποφάσεως Canal Digital Danmark τις οποίες επικαλείται η Επιτροπή²³, το Δικαστήριο, με τη σκέψη 42 της εν λόγω αποφάσεως, εξετάζοντας το νόημα των «τοπικών και χρονικών περιορισμών που επιβάλλει το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας», αναφέρθηκε στους χρονικούς περιορισμούς «που μπορεί να ισχύουν για ορισμένα μέσα επικοινωνίας, όπως οι τηλεοπτικές διαφημίσεις»²⁴. Ως εκ τούτου, επισημαίνω ότι κρίσιμη κατά την ερμηνεία του άρθρου 7, παράγραφος 1, της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δεν φάνηκε να είναι η συγκεκριμένη υποκειμενική επιλογή του εμπόρου, αλλά αντιθέτως οι αντικειμενικές ιδιότητες ορισμένων μέσων.

67. Επιπροσθέτως, στην οδηγία 97/7, μία από τις προϊσχύσασες οδηγίες της οδηγίας 2011/83, δεν υπάρχει καμία διάταξη που να υποδηλώνει ότι για τις παραδοσιακές μορφές εξ αποστάσεως επικοινωνίας μεταξύ εμπόρων και καταναλωτών, όπως μέσω καταλόγων και περιοδικών με φυλλάδια παρόμοια με τα επίμαχα στην κύρια δίκη, ισχύουν λιγότερες απαιτήσεις. Η πρόβλεψη τέτοιου μέτρου στη μεταγενέστερη οδηγία, ήτοι εν προκειμένω στην οδηγία 2011/83, δεν θα ήταν συμβατή με το υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και θα απαιτούσε σαφή λεκτική διατύπωση.

68. Συνεπώς, συμφωνώ με την επισήμανση της Επιτροπής, κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, ότι η απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση Verband Sozialer Wettbewerb²⁵ αφορούσε συγκεκριμένη μορφή έγχαρτης διαφημίσεως η οποία δεν έφερε καμιά ομοιότητα με την περίπτωση της κύριας δίκης και, επομένως, λαμβανομένων υπόψη των εν λόγω διαφορετικών πραγματικών περιστατικών, δεν ασκεί επιρροή στην απάντηση που πρέπει να δοθεί στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα. Αλυσιτελώς στηρίζεται η εναγομένη στην εν λόγω απόφαση.

20 Απόφαση Pinckernelle (C-535/15, EU:C:2016:996, σημείο 40 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

21 Απόφαση της 26ης Οκτωβρίου 2016 (C-611/14, EU:C:2016:800).

22 Όπως επισημαίνεται στο σημείο 36 των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα P. Mengozzi στην υπόθεση Content Services (C-49/11, EU:C:2012:126), οι ορισμοί της ίδιας έννοιας που περιλαμβάνονται σε άλλες οδηγίες πέραν της επίμαχης μπορούν να φανούν «χρήσιμοι» στο πλαίσιο της ερμηνείας.

23 Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση η Επιτροπή μνημόνευσε τις σκέψεις 80, 58 και 63. Με τις γραπτές παρατηρήσεις της η Επιτροπή μνημονεύει τις σκέψεις 62 και 63.

24 Η υπογράμμιση δική μου.

25 Απόφαση της 30ής Μαρτίου 2017 (C-146/16, EU:C:2017:243).

69. Στην υπόθεση Verband Sozialer Wettbewerb ζητήθηκε από το Δικαστήριο να διευκρινίσει αν το άρθρο 7, παράγραφος 4, στοιχείο β', της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές πρέπει να ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι οι πληροφορίες σχετικά με τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου πρέπει να περιέχονται σε διαφήμιση συγκεκριμένων προϊόντων που γίνεται σε έντυπο, σε περίπτωση που τα προϊόντα αυτά αγοράζονται από τους καταναλωτές μέσω αναγραφόμενου στη διαφήμιση δικτυακού τόπου της επιχειρήσεως η οποία προέβη στη σχετική διαφήμιση και οι εν λόγω πληροφορίες είναι ευχερώς προσβάσιμες στον ως άνω δικτυακό τόπο ή μέσω αυτού.

70. Το Δικαστήριο έκρινε ότι η έκταση των πληροφοριών σχετικά με τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου τις οποίες πρέπει να παράσχει ένας έμπορος στο πλαίσιο μιας προσκλήσεως για αγορά πρέπει να εκτιμάται με γνώμονα το πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται η πρόσκληση αυτή, τη φύση και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, καθώς και το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας²⁶.

71. Εν συνεχεία, το Δικαστήριο συμπλήρωσε ότι στην περίπτωση που «μια διαδικτυακή πλατφόρμα αγοράς διαφημίζεται σε έντυπο και, ιδίως, στην πλατφόρμα αυτή προτείνεται μεγάλος αριθμός δυνατοτήτων αγοράς από διάφορους εμπορευόμενους, είναι δυνατόν να υφίστανται περιορισμοί χώρου κατά την έννοια του άρθρου 7, παράγραφος 3, της οδηγίας 2005/29»²⁷.

72. Ωστόσο, εν προκειμένω, από κανένα στοιχείο του φακέλου της υπό κρίση υποθέσεως δεν προκύπτει ότι το επίμαχο στην κύρια δίκη φυλλάδιο αφορούσε προσφορές από περισσότερους του ενός εμπόρους ή ότι έκανε μνεία σε ποικίλες ιστοσελίδες μέσω πλατφόρμας.

73. Τέλος, όπως υποστηρίχθηκε από την εναγομένη, τα διαφημιστικά μέσα που διατίθενται με παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας, όπως συμβαίνει στην υπόθεση της κύριας δίκης, συχνά απευθύνονται σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, όπως σε ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας, που δεν έχουν συνηθίσει να ανατρέχουν στο διαδίκτυο για να αποκτήσουν πρόσβαση στους συμπληρωματικούς όρους της προτεινόμενης συμβάσεως.

74. Κατά την αιτιολογική σκέψη 34 της οδηγίας 2011/83, η προστασία τέτοιων ομάδων αποτελεί σκοπό της εν λόγω οδηγίας. Η δεύτερη περίοδος αυτής ορίζει ότι «ο έμπορος θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ειδικές ανάγκες των καταναλωτών που είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι λόγω πνευματικής, σωματικής ή ψυχολογικής αναπηρίας, ηλικίας ή ευπιστίας, κατά τρόπο που ο έμπορος θα μπορούσε ευλόγως να προβλέψει». Το ανωτέρω πλαίσιο συνηγορεί ομοίως υπέρ της απορρίψεως της στηρίξεως στην επιλογή της μορφής και του μέσου από τον έμπορο, όποτε κρίνεται αν «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως [...] παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών» κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, καθότι, υπό την εκδοχή αυτή, θα εξαναγκάζονταν όλες οι κοινωνικές ομάδες να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο προκειμένου να αποκτήσουν πρόσβαση σε πληροφορίες τις οποίες οι έμποροι οφείλουν να παρέχουν δυνάμει του άρθρου 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83.

2. Ανάλυση του δεύτερου προδικαστικού ερωτήματος

75. Με το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα, το αιτούν δικαστήριο ζητεί να διευκρινισθεί αν, στις περιπτώσεις που έχει εφαρμογή το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, αρκεί να ενημερώνει ο έμπορος τον καταναλωτή, πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως, απλώς και μόνο σχετικά με την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχωρήσεως.

²⁶ Όπ.π., σκέψη 28 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

²⁷ Όπ.π., σκέψη 29.

76. Όπως προεκτέθηκε, απαντώ στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα μόνο για την περίπτωση που το Δικαστήριο διαφωνήσει με την πρότασή μου όσον αφορά την απάντηση που πρέπει να δοθεί στο πρώτο ερώτημα και κρίνει ότι η διαφοροποίηση των απαιτήσεων ενημερώσεως, κατά το άρθρο 6, παράγραφος 1, και το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, έχει εφαρμογή στο επίμαχο στην κύρια δίκη φυλλάδιο.

77. Όσον αφορά το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα, συμφωνώ με την άποψη που εξέφεραν το ενάγον, η Φινλανδία, η Πολωνία και η Επιτροπή. Η γραμματική διατύπωση του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 απαιτεί περισσότερες ενέργειες πέραν της απλής επισημάνσεως της υπάρξεως δικαιώματος υπαναχωρήσεως. Η διάταξη αυτή ορίζει ότι ο έμπορος «παρέχει» έναν κατάλογο πληροφοριών, στις οποίες καταλέγονται οι «προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης»²⁸, κατά τα οριζόμενα, μεταξύ άλλων, στο άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83.

78. Όπως επισημαίνεται με τις γραπτές παρατηρήσεις της Φινλανδίας, οι προβλεπόμενες στα άρθρα 6, παράγραφος 4, και 8, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 πληροφορίες, οι οποίες πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη συμβάσεως, είναι, κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου, κεφαλαιώδους σημασίας²⁹. Το Δικαστήριο έχει αποφανθεί, σε συνάρτηση με μία από τις προϋφιστάμενες της οδηγίας 2011/83 οδηγίες, ήτοι την οδηγία 97/7, ότι, «όταν η πρόσβαση στις ευρισκόμενες στην ιστοσελίδα του πωλητή πληροφορίες είναι δυνατή μόνο μέσω συνδέσμου διαβιβαζόμενου στον καταναλωτή, οι πληροφορίες αυτές ούτε έχουν “δοθεί” στον καταναλωτή αυτόν ούτε έχουν “ληφθεί” από τον ίδιο, κατά την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 97/7»³⁰. Η κρίση αυτή συνάδει με την εδώ προτεινόμενη απάντηση στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα.

79. Όπως η Φινλανδία και το ενάγον³¹, απορρίπτω τα επιχειρήματα ότι το άρθρο 8, παράγραφος 7, της οδηγίας 2011/83 και η υποχρέωση την οποία υπέχουν οι έμποροι να παρέχουν στους καταναλωτές τις πληροφορίες που απαριθμούνται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 μαζί με «την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε σταθερό μέσο σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας» ασκούν επιρροή στην υποχρέωση που επιβάλλεται από την οδηγία 2011/83 στους εμπόρους να παρέχουν στοιχεία σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως από τις εξ αποστάσεως συμβάσεις προτού δεσμευθούν οι καταναλωτές.

80. Στο άρθρο 8, παράγραφος 7, της οδηγίας 2011/83, δίδεται έμφαση στην «επιβεβαίωση» των παρασχεθέντων πριν από τη σύναψη της συμβάσεως στοιχείων, καθώς και στο «σταθερό μέσο», καθότι η οδηγία 2011/83 επιτρέπει την παροχή των σχετικών πληροφοριών με μη σταθερό μέσο πριν από τη σύναψη της συμβάσεως. Οι έμποροι εξαιρούνται από την προβλεπόμενη στο άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83 υποχρέωση, μόνον εφόσον οι σχετικές πληροφορίες έχουν «ήδη» παρασχεθεί πάνω σε σταθερό μέσο. Τούτο προκύπτει σαφώς από τη χρήση της λέξεως «εκτός» στην ίδια αυτή διάταξη. Η αιτιολογική σκέψη 23 είναι επίσης κρίσιμη εν προκειμένω, καθόσον αναφέρει ότι ο σκοπός της παροχής των πληροφοριών πάνω σε σταθερό μέσο συνίσταται στην αποθήκευση των πληροφοριών αυτών. Επιπλέον, όπως υποστηρίζεται από το ενάγον, αν γινόταν δεκτή η προτεινόμενη από τη Γερμανία ερμηνεία, το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 θα ήταν περιττό.

28 Η υπογράμμιση δική μου.

29 Η Φινλανδία μνημονεύει την απόφαση του Δικαστηρίου της 20ής Σεπτεμβρίου 2017, *Andriiciuc* κ.λπ. (C-186/16, EU:C:2017:703, σκέψη 48 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία). Βλ., σχετικά με τη σπουδαιότητα του δικαιώματος υπαναχωρήσεως, προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Mengozzi στην υπόθεση *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:126, σημείο 28).

30 Απόφαση της 5ης Ιουλίου 2012, *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:419, σκέψη 37).

31 Αναγνωρίζω ότι το ενάγον προέβαλε επιχειρήματα σχετικά με το άρθρο 8, παράγραφος 7, στοιχείο α', της οδηγίας σε συνάρτηση με το πρώτο ερώτημα.

81. Τονίζω, ωστόσο, ότι, αν το Δικαστήριο συμφωνήσει με τις προτάσεις μου όσον αφορά την απάντηση που πρέπει να δοθεί στο πρώτο ερώτημα, η εναγομένη θα οφείλει σε κάθε περίπτωση να παρέχει, μαζί με το φυλλάδιο, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που προβλέπεται στο άρθρο 11, παράγραφος 1, και στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83, καθώς η τροποποίηση των απαιτήσεων ενημερώσεως που προβλέπεται από την οδηγία αυτή δεν θα αφορά, κατά πάσα πιθανότητα, την υπόθεση της κύριας δίκης.

3. Κρισιμότητα των θεμελιωδών δικαιωμάτων όσον αφορά το πρώτο και το δεύτερο προδικαστικό ερώτημα

82. Η προτεινόμενη προσέγγιση όσον αφορά την απάντηση που πρέπει να δοθεί στο πρώτο και στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα εγείρει ζήτημα προσβολής των θεμελιωδών δικαιωμάτων της εναγομένης, επειδή την υποχρεώνει να επιλέξει ένα σχέδιο το οποίο θα πληροί τις επιβαλλόμενες από την οδηγία 2011/83 υποχρεώσεις ενημερώσεως και μάλιστα κατά τέτοιον τρόπο, ώστε όλες οι πληροφορίες να παρέχονται στον καταναλωτή «με ευκρινή και κατανοητό τρόπο», σύμφωνα με το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 και την αιτιολογική σκέψη 34. Μεταξύ άλλων, πρέπει να παρέχονται λεπτομερή στοιχεία σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως και όχι απλώς να επισημαίνεται η ύπαρξή του. Αν γίνουν δεκτές οι προτάσεις μου όσον αφορά την απάντηση που πρέπει να δοθεί στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα, τούτο θα σημαίνει, μεταξύ άλλων, ότι υφίσταται υποχρέωση παροχής του υποδείγματος εντύπου υπαναχωρήσεως του παραρτήματος I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 μαζί με το επίμαχο στην κύρια δίκη φυλλάδιο.

83. Όλα τα ανωτέρω περιορίζουν το δικαίωμα της εναγομένης να διαθέτει ελεύθερα τους οικονομικούς, τεχνικούς και χρηματοπιστωτικούς πόρους της, όπως αυτό κατοχυρώνεται από το άρθρο 16 του Χάρτη³². Περιορίζουν, επίσης, την ελευθερία εκφράσεως και πληροφορήσεως στο πεδίο της διαφήμισης, η οποία κατοχυρώνεται από το άρθρο 11 του Χάρτη, επειδή επιβάλλεται στον έμπορο η υποχρέωση να μεταδίδει συγκεκριμένες πληροφορίες.

84. Ωστόσο, κατά πάγια νομολογία, η κατ' άρθρον 16 του Χάρτη επιχειρηματική ελευθερία δεν είναι απόλυτη. Μπορεί να υπόκειται σε ευρύ φάσμα παρεμβάσεων της δημόσιας αρχής με τις οποίες είναι δυνατός ο περιορισμός της άσκησης της οικονομικής δραστηριότητας χάριν του γενικού συμφέροντος³³. Επιπλέον, το άρθρο 16 του Χάρτη πρέπει να εξετάζεται σε σχέση με την κοινωνική λειτουργία που επιτελεί³⁴.

85. Επιπλέον, τα προστατευόμενα από τα άρθρα 11 και 16 του Χάρτη θεμελιώδη δικαιώματα δεν είναι απόλυτα. Αμφότερες οι διατάξεις υπόκεινται, βάσει του άρθρου 52, παράγραφος 1, του Χάρτη, σε δικαιολογημένους περιορισμούς³⁵. Η διάταξη αυτή ορίζει ότι κάθε «περιορισμός στην άσκηση των δικαιωμάτων και ελευθεριών που αναγνωρίζονται στον παρόντα Χάρτη πρέπει να προβλέπεται από το νόμο και να σέβεται το βασικό περιεχόμενο των εν λόγω δικαιωμάτων και ελευθεριών. Τηρουμένης της αρχής της αναλογικότητας, περιορισμοί επιτρέπεται να επιβάλλονται μόνον εφόσον είναι αναγκαίοι και ανταποκρίνονται πραγματικά σε στόχους γενικού ενδιαφέροντος που αναγνωρίζει η Ένωση ή στην ανάγκη προστασίας των δικαιωμάτων και ελευθεριών των τρίτων».

32 Απόφαση της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, σκέψη 27 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

33 Επί παραδείγματι, απόφαση της 26ης Οκτωβρίου 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, σκέψη 36 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

34 Επί παραδείγματι, αποφάσεις της 17ης Δεκεμβρίου 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, σκέψη 66 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία), και της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, σκέψη 30 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

35 Βλ. πλέον προσφάτως, σχετικά με την επιχειρηματική ελευθερία, αποφάσεις της 12ης Ιουλίου 2018, Spika κ.λπ. (C-540/16, EU:C:2018:565, σκέψη 36), της 26ης Οκτωβρίου 2017, BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, σκέψη 37). Βλ. επίσης, επί παραδείγματι, απόφαση της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, σκέψη 31). Σχετικά με την εφαρμογή του άρθρου 52, παράγραφος 1, του Χάρτη επί της ελευθερίας εκφράσεως, βλ. απόφαση της 4ης Μαΐου 2016, Philip Morris Brands κ.λπ. (C-547/14, EU:C:2016:325, σκέψη 149).

86. Η απαίτηση να «προβλέπεται από το νόμο» ο περιορισμός πληρούται από το άρθρο 8, παράγραφος 4, και το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83. Επιπλέον, δεν διακυβεύεται το βασικό περιεχόμενο του άρθρου 16 ούτε του άρθρου 11 του Χάρτη, επειδή η οδηγία 2011/83 δεν υποχρεώνει τους εμπόρους να καταφεύγουν σε συγκεκριμένα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Οι έμποροι δεν εξαναγκάζονται να χρησιμοποιούν παραδοσιακά έγχαρτα διαφημιστικά φυλλάδια. Απλώς οφείλουν, όταν το πράττουν, να συμμορφώνονται με το σύνολο των οριζόμενων στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83. Πρόκειται για περίπτωση ανάλογη προς τον έλεγχο των πληροφοριών που αφορούν ένα προϊόν σε έναν σαφώς καθορισμένο τομέα³⁶.

87. Στη νομολογία του Δικαστηρίου γίνεται δεκτό ότι η προστασία των καταναλωτών σε υψηλό επίπεδο συνιστά θεμιτό σκοπό γενικού ενδιαφέροντος του οποίου την υλοποίηση επιδιώκει το δίκαιο της Ένωσης³⁷. Επομένως, κεντρικό σημείο της διαφωνίας μεταξύ των μερών σε σχέση με το άρθρο 52, παράγραφος 1, αποτελεί το ζήτημα αν έχει τηρηθεί η αρχή της αναλογικότητας κατά την επιδίωξη του ανωτέρω σκοπού³⁸.

88. Συναφώς, κατά πάγια νομολογία, «η αρχή της αναλογικότητας απαιτεί να μην υπερβαίνουν οι πράξεις των οργάνων της Ένωσης τα όρια του κατάλληλου και αναγκαίου μέτρου για την επίτευξη των θεμιτών σκοπών που επιδιώκει η σχετική ρύθμιση, εξυπακουμένου ότι όταν υφίσταται δυνατότητα επιλογής μεταξύ περισσότερων του ενός κατάλληλων μέτρων πρέπει να επιλέγεται το λιγότερο επαχθές και ότι τα μειονεκτήματα που προκαλούνται δεν πρέπει να είναι υπέρμετρα σε σχέση με τους επιδιωκόμενους σκοπούς»³⁹.

89. Συμφωνώ με τα επιχειρήματα που προέβαλε η Επιτροπή με τις γραπτές παρατηρήσεις της, κατά τα οποία ο περιορισμός της ελευθερίας του εμπόρου σημαίνει υποχρέωσή του να επιλέγει πάντοτε διαφημιστικά μέσα τα οποία επαρκούν ώστε να περιλαμβάνεται το σύνολο των πληροφοριών σχετικά με την υπαναχώρηση. Δυσκολεύομαι να αντιληφθώ για ποιο λόγο η διατήρηση των περιλαμβανόμενων στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 υποχρεώσεων στην περίπτωση των διαφημιστικών φυλλαδίων με παραδοσιακή έγχαρτη μορφή δεν είναι κατάλληλα προσαρμοσμένη για την εκπλήρωση του σκοπού αυτού ή επιβαρύνει τους εμπόρους πέραν του αναγκαίου μέτρου. Γενικές επιστημονικές, όπως οι περιλαμβανόμενες στις γραπτές παρατηρήσεις της Γερμανίας, όσον αφορά τον απαιτούμενο από το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 όγκο πληροφοριών δεν επαρκούν⁴⁰, ο δε ισχυρισμός της εναγομένης κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ότι το να απαιτείται από τους εμπόρους να αφιερώνουν πλέον του 20 με 30 τοις εκατό του διαφημιστικού χώρου για εξ αποστάσεως συμβάσεις για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημερώσεως είναι στοιχείο που συνηγορεί υπέρ της εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι αυθαίρετος και αβάσιμος, ως μη στηριζόμενος στο γράμμα της οδηγίας 2011/83.

90. Ένα έγχαρτο διαφημιστικό φυλλάδιο δεν υπόκειται σε τεχνικούς περιορισμούς. Υπό τις περιστάσεις της κύριας δίκης, στο πλαίσιο της οποίας ένα και μόνον προϊόν, πωλούμενο από έναν και μόνον έμπορο, διαφημίζεται πάνω σε ένα συμβατικό έγχαρτο φυλλάδιο που περιλαμβάνει μια αποσπώμενη ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας, το φυλλάδιο αυτό μπορεί απλώς να γίνει μεγαλύτερο, προκειμένου να διασφαλισθεί ότι οι πληροφορίες παρέχονται με «ευκρινή και κατανοητό τρόπο», όπως απαιτείται από το άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83. Παρά τα αντίθετα επιχειρήματα της

36 Απόφαση της 4ης Μαΐου 2016, Philip Morris Brands κ.λπ. (C-547/14, EU:C:2016:325, σκέψη 151).

37 Απόφαση της 17ης Δεκεμβρίου 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, σκέψη 73). Βλ., επίσης, απόφαση της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, σκέψη 32).

38 Για λεπτομερή ανάλυση της αρχής της αναλογικότητας σε συνάρτηση με την επιχειρηματική ελευθερία, βλ. προτάσεις του γενικού εισαγγελέα M. Bobek στην υπόθεση Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169, σημεία 40 έως 62).

39 Απόφαση της 30ής Ιουνίου 2016, Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, σκέψη 33 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

40 Βλ., σχετικώς, απόφαση της 30ής Μαρτίου 2017, Verband Sozialer Wettbewerb (C-146/16, EU:C:2017:243).

εναγομένης κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, αδυνατώ να συμφωνήσω ότι ο νομοθέτης της Ένωσης προέβλεψε ότι το «βάρος» καταλέγεται στους περιορισμούς που προβλέπονται από το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, καθότι η διάταξη αυτή κάνει λόγο για «περιορισμένο χώρο ή χρόνο».

91. Όπως επισημαίνει η Επιτροπή με τις γραπτές της παρατηρήσεις, οι απαιτήσεις ενημερώσεως που καθιερώνονται με την οδηγία 2011/83 έχουν εφαρμογή μόνον επί των εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων. Ως εκ τούτου, δεν βαίνουν πέραν του αναγκαίου μέτρου για την επίτευξη του σκοπού της διασφάλισης της προστασίας των καταναλωτών στις εξ αποστάσεως συναπτόμενες συμβάσεις, στο πλαίσιο των οποίων ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να ελέγξει τα αγαθά που τον ενδιαφέρουν ή να θέσει ερωτήματα εντός του καταστήματος πριν από τη σύναψη της σύμβασης. Όπως υποστηρίζεται από τη Φινλανδία, ο έμπορος υπέχει αυξημένες υποχρεώσεις στις περιπτώσεις των εξ αποστάσεως συμβάσεων, επειδή ο καταναλωτής δεν δύναται να αξιολογήσει τα επίμαχα προϊόντα διά ζώσης, προτού λάβει την απόφαση να τα αγοράσει. Οι περιστάσεις αυτές λαμβάνονται υπόψη από την αιτιολογική σκέψη 37.

92. Τέλος, ο νομοθέτης της Ένωσης διαθέτει ευρεία εξουσία εκτιμήσεως σε τομείς στους οποίους η δράση του απαιτεί επιλογές πολιτικής, οικονομικής ή κοινωνικής φύσης, στις οποίες καλείται να προβεί σε σύνθετες αξιολογήσεις και εκτιμήσεις. Επομένως, σε περιστάσεις όπως αυτές της υποθέσεως της κύριας δίκης, η προσβολή των προστατευόμενων από το άρθρο 16 του Χάρτη δικαιωμάτων της εναγομένης θα πρέπει να είναι προδήλως δυσανάλογη⁴¹, προκειμένου να θεωρηθεί ότι δεν μπορεί να δικαιολογηθεί βάσει του άρθρου 52, παράγραφος 1, του Χάρτη. Εν προκειμένω, δεν αποδείχθηκε ότι συντρέχει τέτοια περίπτωση.

4. Η απάντηση στο πρώτο και στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα

93. Κατά συνέπεια, προτείνω να δοθεί στο πρώτο και στο δεύτερο προδικαστικό ερώτημα η ακόλουθη απάντηση:

1. Κατά την εφαρμογή του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83, το ζήτημα αν μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως (εν προκειμένω: διαφημιστικό φυλλάδιο με ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας) παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση πληροφοριών κρίνεται με γνώμονα το αν το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο από τη φύση του (αφηρημένα).
2. Σε περίπτωση που στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα δοθεί η απάντηση ότι κρίσιμη για τον καθορισμό του καθ' ύλην πεδίου εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι η συγκεκριμένη μορφή που έχει προσλάβει το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατ' επιλογήν του εμπόρου, δεν συνάδει με το άρθρο 8, παράγραφος 4, και με το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της εν λόγω οδηγίας το να περιορίζεται η ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως απλώς και μόνο στην επισήμανση ότι υφίσταται δικαίωμα υπαναχωρήσεως.

⁴¹ Προτάσεις της γενικής εισαγγελέα J. Kokott στην υπόθεση Πολωνία κατά Κοινοβουλίου και Συμβουλίου (C-358/14, EU:C:2015:848, σημεία 87 και 89 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία). Βλ., επίσης, ανάλυση στο σημείο 42 των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα M. Bobek στην υπόθεση Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169).

Δ. Η προτεινόμενη απάντηση στο τρίτο προδικαστικό ερώτημα

94. Απαντώ στο εν λόγω προδικαστικό ερώτημα μόνο για την περίπτωση που, παρά τα όσα πρότεινα ανωτέρω περί του αντιθέτου, δοθεί στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα η απάντηση ότι καθοριστικής σημασίας για το καθ' ύλην πεδίο εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι το συγκεκριμένο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως, καθόσον αυτό παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο με τη μορφή που έχει προσλάβει κατ' επιλογήν του εμπόρου.

95. Υπάρχει διχογνωμία όσον αφορά την απάντηση που πρέπει να δοθεί στο τρίτο προδικαστικό ερώτημα, για τους κατωτέρω λόγους.

96. Αφενός, το ενάγον και η Επιτροπή υποστηρίζουν ότι, λόγω του γράμματος της οδηγίας 2011/83, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως από τη σύμβαση πρέπει να παρέχεται στον καταναλωτή ακόμη και στις περιπτώσεις που έχει εφαρμογή το άρθρο 8, παράγραφος 4. Το ενάγον εκθέτει ότι τούτο αποτυπώνεται στη διατύπωση που χρησιμοποιείται στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83, όπου αναγράφεται ότι «το παρόν έντυπο» είναι εκείνο που πρέπει να κοινοποιείται στον διαφημιζόμενο έμπορο.

97. Η Επιτροπή διατείνεται ότι, κατά το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83, πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή, με ευκρινή και κατανοητό τρόπο, όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχωρήσεως, πληροφορίες σχετικά με τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες ασκήσεως του δικαιώματος σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 1, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β⁴². Επομένως, βάσει της γραμματικής διατυπώσεως της εν λόγω διατάξεως, για τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως τα οποία παρέχουν περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση πληροφοριών ισχύουν αμφότερα τα ανωτέρω σκέλη των υποχρεώσεων του εμπόρου. Η Επιτροπή επισημαίνει ότι το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β, είναι σύντομο και, επιπλέον, ότι το άρθρο 8, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 παρέχει στους εμπόρους τη δυνατότητα να θέτουν τις προβλεπόμενες στο άρθρο 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83 πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τρόπο κατάλληλο για το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται. Κατ' αυτόν τον τρόπο, παρέχεται στον έμπορο πρόσθετη ευελιξία.

98. Αφετέρου όμως, η Φινλανδία, υποστηριζόμενη σε ορισμένο βαθμό από την Πολωνία και τη Γερμανία, διατείνεται ότι το ίδιο το έντυπο υπαναχωρήσεως δεν καταλέγεται στις «πληροφορίες» σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως για τις οποίες γίνεται λόγος στην οδηγία 2011/83 και, ως εκ τούτου, δεν απαιτείται να παρέχεται προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί με εξ αποστάσεως συναπτόμενη σύμβαση όταν τυγχάνει εφαρμογής το άρθρο 8, παράγραφος 4. Πρόκειται, αντιθέτως, για ένα έγγραφο με το οποίο ο καταναλωτής μπορεί να ενημερώσει τον έμπορο σχετικά με την επιθυμία του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Αν ο νομοθέτης είχε τη βούληση να περιλάβει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως, θα το πράξει ρητώς με το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83. Το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως δεν αποτελεί «πληροφορία» η οποία επηρεάζει την απόφαση του αγοραστή να αγοράσει ή όχι το προσφερόμενο αντικείμενο της εξ αποστάσεως συμβάσεως.

99. Η Φινλανδία μνημονεύει επίσης το άρθρο 8, παράγραφος 5, της οδηγίας 2011/83 και το γεγονός ότι η οδηγία 2011/83 έχει εφαρμογή επί των τηλεφωνικών πωλήσεων. Τούτο καταδεικνύει ότι ο νομοθέτης δεν είχε την πρόθεση να περιλάβει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως, επειδή η αποστολή του εντύπου μέσω τηλεφώνου είναι τεχνικώς ανέφικτη. Η Φινλανδία επισημαίνει ότι το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως μπορεί, βάσει του άρθρου 8, παράγραφος 7, της οδηγίας

⁴² Η υπογράμμιση στις παρατηρήσεις της Επιτροπής.

2011/83, να αποστέλλεται μεταγενέστερα πάνω σε σταθερό μέσο. Η Πολωνία αναφέρει το παράδειγμα της εξ αποστάσεως συμβάσεως που συνάπτεται μέσω τηλεφώνου ως μια τεχνική επικοινωνίας στο πλαίσιο της οποίας δεν θα ήταν εφικτό να περιληφθεί το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως.

100. Συνάγω το συμπέρασμα ότι, στις περιπτώσεις που το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 έχει πράγματι εφαρμογή, οι έμποροι δεν υπέχουν υποχρέωση να παρέχουν το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως του παραρτήματος I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως.

101. Καίτοι αναγνωρίζω ότι, όπως είναι αναμενόμενο, το έγγραφο κατευθυντηρίων γραμμών της Επιτροπής σχετικά με την οδηγία 2011/83⁴³ παρέχει έρεισμα υπέρ της απόψεως την οποία η Επιτροπή έχει υποστηρίξει στην κύρια δίκη, εκθέτοντας, επί παραδείγματι, ότι, στις περιπτώσεις τηλεφωνικών κλήσεων, το περιεχόμενο του εντύπου πρέπει να εξηγείται στον καταναλωτή προφορικά⁴⁴, η οδηγία 2011/83 δεν αναφέρεται ρητώς σε κάτι τέτοιο. Για να το θέσω διαφορετικά, δεν υφίσταται διάταξη της οδηγίας 2011/83 που να αφορά τα μέσα επικοινωνίας με τα οποία είναι ανέφικτο ή δυσχερές να παρέχεται το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως. Οι ανωτέρω διαπιστώσεις υποδηλώνουν ότι ο νομοθέτης της Ένωσης μπορεί να μην είχε την πρόθεση να επιβάλει στους εμπόρους την υποχρέωση να παρέχουν το έντυπο υπό τέτοιες περιστάσεις.

102. Γενικότερα, το να απαιτείται από τους εμπόρους να παρέχουν το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως ακόμη και στις περιπτώσεις που έχει εφαρμογή το άρθρο 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 μπορεί να μη συνάδει με το ιστορικό εκδόσεως της διατάξεως αυτής, καθώς και του άρθρου 6, παράγραφος 1, της οδηγίας 2011/83, δεδομένου ότι οι σχετικές πηγές κάνουν λόγο περί ανάγκης αποφυγής της μη αναγκαίας επιβαρύνσεως των εμπόρων⁴⁵.

103. Τέλος, κατά το άρθρο 11, παράγραφος 1, στοιχείο β', της οδηγίας 2011/83, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να υπαναχωρήσει από εξ αποστάσεως σύμβαση προβαίνοντας σε σαφή σχετική δήλωση. Οι καταναλωτές δεν είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιούν το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως του παραρτήματος I, τμήμα Β. Τούτο επιρρωννύει το επιχείρημα της Φινλανδίας ότι η λέξη «πληροφορίες», η οποία χρησιμοποιείται στην οδηγία 2011/83, μπορεί να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι δεν περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίον ο καταναλωτής επιλέγει να υπαναχωρήσει από εξ αποστάσεως σύμβαση. Συνεπώς, η λύση την οποία προτείνω δεν θίγει το υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών.

104. Ως εκ τούτου, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει στο τρίτο προδικαστικό ερώτημα ως εξής:

3. Σε περίπτωση που στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα δοθεί η απάντηση ότι κρίσιμη για τον καθορισμό του καθ' ύλην πεδίου εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι η συγκεκριμένη μορφή που έχει προσλάβει το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατ' επιλογήν του εμπόρου, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα I, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 δεν απαιτείται να επισυνάπτεται στο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως.

43 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

44 Όπ.π., σ. 34.

45 Βλ., υπό την επικεφαλίδα «Απαιτήσεις ενημερώσεως», σημείωμα της Προεδρίας προς την ομάδα εργασίας για την προστασία και την ενημέρωση των καταναλωτών, της 13ης Μαΐου 2009, 9833/09, CONSOM 113, JUSTCIV 122, CODEC 720, σ. 11.

VI. Πρόταση

105. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω εκτιμήσεων, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει στα προδικαστικά ερωτήματα που υπέβαλε το Bundesgerichtshof (Ομοσπονδιακό Ακυρωτικό Δικαστήριο, Γερμανία) ως εξής:

1. Κατά την εφαρμογή του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, το ζήτημα αν μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως (εν προκειμένω: διαφημιστικό φυλλάδιο με ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας) παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση πληροφοριών κρίνεται με γνώμονα το αν το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο από τη φύση του (αφηρημένα).
2. Σε περίπτωση που στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα δοθεί η απάντηση ότι κρίσιμη για τον καθορισμό του καθ' ύλην πεδίου εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι η συγκεκριμένη μορφή που έχει προσλάβει το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατ' επιλογήν του εμπόρου, δεν συνάδει με το άρθρο 8, παράγραφος 4, και με το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η', της οδηγίας 2011/83 το να περιορίζεται η ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως απλώς και μόνο στην επισήμανση ότι υφίσταται δικαίωμα υπαναχωρήσεως.
3. Σε περίπτωση που στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα δοθεί η απάντηση ότι κρίσιμη για τον καθορισμό του καθ' ύλην πεδίου εφαρμογής του άρθρου 8, παράγραφος 4, της οδηγίας 2011/83 είναι η συγκεκριμένη μορφή που έχει προσλάβει το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατ' επιλογήν του εμπόρου, το υπόδειγμα εντύπου υπαναχωρήσεως που παρατίθεται στο παράρτημα Ι, τμήμα Β, της οδηγίας 2011/83 δεν απαιτείται να επισυνάπτεται στο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως πριν από τη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεως.