

Cauza C-370/20**Rezumatul cererii de decizie preliminară întocmit în temeiul articolului 98 alineatul (1) din Regulamentul de procedură al Curții de Justiție****Data depunerii:**

7 august 2020

Instanța de trimitere:

Bundesgerichtshof (Germania)

Data deciziei de trimitere:

25 iunie 2020

Recurent-reclamant:

Pro Rauchfrei e. V.

Intimat-pârât:

JS

Obiectul procedurii principale

Acțiune în încetarea oferirii de țigarete prin intermediul unui distribuitor automat pentru motivul că ar încălca interdicția de a ascunde avertismentele de sănătate aplicate pe pachetele de țigarete și că ar prezenta imagini ale pachetelor de țigarete fără aceste avertismente

Obiectul și temeiul trimiterii preliminare

Cerere întemeiată pe articolul 267 TFUE și având ca obiect interpretarea articolului 8 alineatul (3) prima teză (noțiunile de „introducere pe piață” și de „ascundere”) și a articolului 8 alineatul (8) (noțiunea de „imagini de pe pachete”) din Directiva 2014/40

Întrebările preliminare

- 1) Noțiunea de introducere pe piață, în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40/UE, include punerea la dispoziție de produse din

tutun prin intermediul distribuitoarelor automate de mărfuri, în sensul că, deși pachetele de țigarete care se găsesc în acestea prezintă avertismentele prevăzute de lege, pachetele de țigarete sunt, însă, mai întâi, ținute în automat în stoc în mod nevizibil pentru consumator, iar avertismentele care figurează pe aceasta devin vizibile doar după ce automatul deblocat în prealabil de casier este acționat de client, iar astfel pachetul de țigarete este distribuit pe banda de casă chiar înainte de efectuarea plății?

- 2) Interdicția ca avertismentele să fie „ascunse [...] de alte elemente”, prevăzută la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40/UE, se referă la cazul în care, în cadrul prezentării mărfii prin intermediul unui automat, întregul ambalaj al produsului din tutun este ascuns?
- 3) Elementul „imagini de pe pachete”, prevăzut la articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40/UE, este îndeplinit și atunci când reprezentarea nu este o imagine fidelă a ambalajului original, dar consumatorul asociază imaginea, din cauza configurației sale în ceea ce privește chenarele, proporțiile, culorile și a logoul mărcii cu ambalajul unui produs din tutun?
- 4) Independent de imaginile utilizate, cerințele prevăzute la articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40/UE sunt deja îndeplinite atunci când, înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare, consumatorul are ocazia să perceapă ambalajele de țigarete împreună cu avertismentele impuse?

Dispozițiile de drept al Uniunii invocate

Directiva 2014/40/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 3 aprilie 2014 privind apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în ceea ce privește fabricarea, prezentarea și vânzarea produselor din tutun și a produselor conexe și de abrogare a Directivei 2001/37/CE [JO 2014, L 127, p. 1], în special considerentele (48) și (60), articolul 2 punctul 40 și articolul 8

Directiva 2009/22/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 aprilie 2009 privind acțiunile în încetare în ceea ce privește protecția intereselor consumatorilor, în special articolele 3 și 4

Dispozițiile naționale invocate

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [Legea privind combaterea concurenței neloiale, denumită în continuare „UWG”], în special articolele 3, 3a, 5a și 8

Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse [Legea privind produsele din tutun și produsele conexe, denumită în continuare „TabakerzG”], în special articolul 6

Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse [Regulamentul privind produsele din tutun și produsele conexe, denumit în continuare „TabakerzV”], în special articolul 11 alineatul (1) prima teză punctul 4 și alineatul (2)

Prezentare succintă a situației de fapt și a procedurii

Pârâtul exploatează două supermarketuri în München. La casele de marcat ale acestor magazine, el a oferit spre vânzare, începând cu 20 mai 2017, țigarete, în distribuitorul automat din imaginea de mai jos:



- 1 Pachetele de țigarete stocate în distribuitorul automat nu erau vizibile pentru client. Tastele de selecție a produselor aplicate pe distribuitorul automat, deși permiteau identificarea diferitor mărci de țigarete, nu prezentau avertismentele de sănătate prevăzute de lege.
- 2 Vânzarea a avut loc astfel încât, într-o primă etapă, clientul a solicitat casierului să deblocheze distribuitorul automat, iar într-o a doua etapă, a acționat tasta de selecție a mărcii de țigarete dorite de el. Ulterior, pachetul de țigarete a fost transportat din dispozitivul de distribuție al automatului pe banda de casă. Plata pachetului de țigarete a fost apoi efectuată la casă, în măsura în care clientul și-a menținut intenția de achiziție. Această organizare a procedurii de vânzare prin intermediul distribuitorului automat avea ca scop prevenirea furturilor și protecția minorilor.
- 3 Reclamantul a contestat, în fața Landgericht (Tribunalul Regional), oferirea de țigarete prin intermediul distribuitorului automat exploatat de pârâtă. Landgericht a respins acțiunea. Apelul formulat de reclamant împotriva acestei decizii a fost

respins. Instanța de trimitere se pronunță cu privire la cererea de recurs formulată de reclamant.

Prezentare succintă a motivării trimiterii preliminare

- 4 Potrivit instanței de trimitere, admiterea recursului depinde de interpretarea articolului 8 alineatul (3) prima teză și a articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40. Pe de o parte, este relevant aspectul dacă prezentarea țigaretelor prin intermediul distribuitorilor automate în discuție este contrară interdicției de ascundere a avertismentelor de sănătate care trebuie aplicate pe pachetul unui produs de tutun în conformitate cu articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40. Pe de altă parte, este necesar să se precizeze aspectul dacă pe distribuitorul automat sunt prezentate imagini ale unor pachete de țigarete care, prin derogare de la cerința prevăzută la articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40, nu afișează avertismente de sănătate.

Cu privire la interpretarea articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40

Cu privire la caracteristica introducerii pe piață (prima întrebare preliminară)

- 5 Se ridică, mai întâi, problema dacă prezentarea pachetelor de țigarete prin intermediul unor distribuitori automate constituie o „introducere pe piață” în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40. Prima întrebare preliminară are ca scop clarificarea acestei probleme de interpretare.
- 6 Elementul caracteristic al ofertei prin intermediul distribuitorului automat în discuție constă în faptul că, deși pachetele de țigarete care se află în acesta prezintă avertismentele prevăzute de lege, aceste pachete de țigarete sunt însă, într-o primă etapă, stocate în distribuitorul automat într-un mod care nu este vizibil pentru consumator. Pachetele de țigarete și avertismentele existente pe acestea devin vizibile doar după ce automatul deblocat în prealabil de casier este acționat de client, iar pachetul de țigarete este astfel distribuit pe banda de casă înainte chiar de efectuarea plății. Potrivit instanței de trimitere, nu este posibil să se răspundă în mod clar dacă, în cazul unei astfel de operațiuni derulate pe o durată de timp, în cadrul căreia avertismentele de sănătate de pe pachetele de țigarete sunt vizibile doar temporar, este îndeplinită condiția introducerii pe piață în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40.
- 7 Modul de redactare a articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 se opune unei interpretări stricte potrivit căreia noțiunea de introducere pe piață acoperă numai schimbarea controlului efectiv asupra bunurilor de la vânzător către client după efectuarea plății. Potrivit articolului 2 punctul 40 din Directiva 2014/40, prin „introducere pe piață” se înțelege punerea la dispoziție, cu sau fără plată, a unor produse. Noțiunea de „punere la dispoziție” ar trebui să includă și

oferirea de țigarete prin intermediul distribuitoarelor automate în discuție în speță, în cadrul căreia procesul de distribuție poate fi declanșat de clientul însuși.

- 8 Economia directivei nu permite o interpretare clară a noțiunii de introducere pe piață. Instanța de apel a considerat că stocarea pachetelor de țigarete în distribuitorul de produse automat în discuție în speță reprezintă o simplă modalitate de vânzare. Potrivit acesteia, din considerentul (48) al Directivei 2014/40 rezultă că obiectivul de armonizare al acestei directive nu vizează modalitățile de vânzare și publicitatea. În consecință, oferirea de țigarete în discuție prin intermediul distribuitoarelor automate nu ar face obiectul dispozițiilor directivei. În opinia instanței de trimitere, este îndoielnic dacă o astfel de interpretare poate fi reținută. Considerentul (48) al Directivei 2014/40 stabilește că această directivă nu armonizează normele privind mediile fără fum de tutun sau privind dispozițiile referitoare la vânzările interne ori privind publicitatea internă sau extensia de marcă („brand-stretching” – utilizarea numelor de mărci de tutun la alte produse sau servicii care nu au legătură cu tutunul) și nici nu introduce o limită de vârstă pentru țigaretile electronice sau flacoanele de reumplere. Instanța de apel a dedus de aici că Directiva 2014/40 nu reglementează decât prezentarea produsului însuși, iar nu și modalitățile de vânzare a produselor din tutun, precum prezentarea în distribuitoarele automate. Trebuie să se țină seama de faptul că, pe lângă „modalitățile de vânzare”, considerentul (48) al acesteia exclude de asemenea „publicitatea” din obiectivul de armonizare al directivei, dar Directiva 2014/40 stabilește, la articolul 20 alineatul (5) din aceasta și în considerentul (43) al acesteia, dispoziții exprese în ceea ce privește publicitatea pentru țigaretile electronice. În plus, din considerentul (60) reiese că printre obiectivele acestei directive figurează apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în ceea ce privește, printre altele, „prezentarea” produselor din tutun. Din termenul „presentation”, utilizat în versiunea în limba engleză, ar putea rezulta că nu numai prezentarea ambalajului produsului din tutun însuși, ci și condițiile prezentării sale în cadrul situației de vânzare intră în obiectul de reglementare al Directivei 2014/40.
- 9 Nici din obiectivul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 nu se poate deduce în mod clar dacă noțiunea de introducere pe piață include prezentarea în cauză a pachetelor de țigarete în distribuitoarele automate. Interdicția ascunderii prevăzută la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 urmărește, potrivit considerentului (28) al acestei directive, să asigure integritatea și vizibilitatea avertismentelor de sănătate și să maximizeze eficacitatea acestora (a se vedea Hotărârea Curții de Justiție din 4 mai 2016, Philip Morris Brands și alții, C- 547/14, EU:C:2016:325). Interdicția ascunderii vizează, așadar, la fel ca cerința avertismentelor de sănătate, protecția sănătății prin avertismente referitoare la efectele nocive ale unui produs asupra sănătății umane sau la alte consecințe nedorite ale consumului acestuia (a se vedea în acest sens articolul 1 și articolul 2 punctul 32 din Directiva 2014/40). Rezultă că interdicția de a ascunde prevăzută la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 urmărește să asigure că avertismentele de sănătate pot fi percepute de consumator și luate în considerare de acesta în cadrul deciziei sale de cumpărare.

Potrivit constatărilor efectuate de instanța de apel, contractul de vânzare-cumpărare nu este deja încheiat prin acționarea butonului de selecție al automatului, ci doar la scurt timp după aceasta, odată cu plata subsecventă a țigaretelor. Prin faptul că pachetul de țigări este aruncat pe banda de casă prin acționarea butonului de selecție al automatului, consumatorul poate vedea integral și din toate părțile, fără vreo limitare, pachetul de țigarete înainte de încheierea contractului și să ia decizia de cumpărare având cunoștință de avertismentele neascunse aplicate pe ambalaj sau să evite să facă acest lucru. În aceste condiții, s-ar putea considera că obiectivul interdicției de a ascunde nu este suficient de afectat în cazul unei vânzări de țigarete prin intermediul distribuitorilor automate în cauză, din moment ce, în cursul procesului de vânzare, avertismentele de sănătate aplicate pe pachete sunt perceptibile, fără vreo limitare, în timp util, încă înainte de luarea deciziei definitive de cumpărare. Pe de altă parte, ținând seama de importanța avertismentelor de sănătate pentru protecția bunului juridic important al sănătății și, de asemenea, de obiectivul combaterii fumatului prevăzut la articolul 1 din Directiva 2014/40, este logic să se considere că avertismentele de sănătate au un efect suficient doar atunci când acestea pot ajunge la consumator încă din momentul prezentării țigaretelor în distribuitorul automat și, prin urmare, la un moment în care este deja parcursă o primă etapă esențială în decizia în favoarea sau împotriva achiziționării de țigarete. Această observație ar putea pleda în favoarea includerii în noțiunea de introducere pe piață a acestei prezentări prin intermediul distribuitorului automat, care are loc chiar la începutul procesului de achiziționare, și, prin urmare, în domeniul de aplicare a interdicției de a ascunde avertismentele de sănătate.

Cu privire la caracteristica ascunderii prin alte elemente (a doua întrebare preliminară)

- 10 În continuare, se ridică problema dacă, în împrejurări precum cele în discuție în speță, este prezentă caracteristica ascunderii prin alte elemente, în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40. A doua întrebare preliminară urmărește clarificarea acestei probleme de interpretare.
- 11 Nu este cert dacă împiedicarea vizibilității avertismentelor de sănătate aplicate pe ambalaje prin punerea la dispoziție a pachetelor de țigarete într-un distribuitor automat constituie o ascundere în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40. Potrivit unei teze, interdicția de a ascunde include de asemenea o ascundere a întregului ambalaj de către un automat, întrucât articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 urmărește să asigure vizibilitatea avertismentelor încă de la prezentarea produselor. Potrivit tezei contrare, ținând seama de considerentul (48) al Directivei 2014/40, articolul 8 alineatul (3) prima teză din aceasta se referă numai la produsul în sine sau la configurația ambalajului, iar nu la prezentarea acestuia sau la alte modalități de vânzare și, prin urmare, factorii externi în raport cu ambalajul. Faptul că produsele din tutun sunt stocate în automate de mărfuri sau pe rafturi nu ar constitui decât o simplă modalitate de vânzare și nu ar privi configurația ambalajului reglementată de

directivă. Prin urmare, aceasta nu ar putea constitui o ascundere în sensul articolului 8 alineatul (3) prima teză din directiva menționată.

- 12 Instanța de trimitere consideră că nu este posibil să se răspundă în mod clar la chestiunea în litigiu.
- 13 Modul de redactare a articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 nu se opune ipotezei conform căreia împiedicarea vizibilității avertismentelor de sănătate prin punerea la dispoziție a pachetelor de țigarete în distribuitorul automat poate, de asemenea, constitui o ascundere prin alte elemente, care trebuie evitată în temeiul acestei dispoziții. În cazul în care nu numai un avertisment de sănătate, ci întregul ambalaj este ascuns de un obiect, acest lucru implică în mod necesar o ascundere a avertismentului aplicat pe pachet.
- 14 Economia directivei nu permite o interpretare clară a noțiunii de ascundere. Astfel cum s-a arătat, nu se poate răspunde în mod clar dacă din considerentul (48) al directivei reiese că modalități de vânzare precum oferirea de țigarete într-un distribuitor automat sunt, din motive sistematice, excluse din domeniul de aplicare al articolului 8 alineatul (3) prima teză din directiva menționată. Acest element ar putea fi relevant nu numai în ceea ce privește noțiunea de introducere pe piață, ci și în ceea ce privește caracteristica „ascuns”. În schimb, exemplele de obiecte menționate la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 nu indică nicio intenție a legiuitorului Uniunii de a exclude din domeniul de aplicare al interdicției de ascundere ascunderea prin stocarea pachetelor de țigarete într-un distribuitor automat, ca urmare a lipsei unei legături necesare cu configurația ambalajului însuși. Desigur, timbrele fiscale, marcajele de preț și elementele de securitate enumerate la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 sunt obiecte care sunt aplicate în general pe pachetele de țigarete și care, prin urmare, afectează configurația pachetului. În schimb, înfășurările, învelitorile și cutiile, menționate de asemenea la articolul 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40, sunt obiecte care pot de asemenea înveli complet pachetul, putând astfel sustrage percepției consumatorului – precum distribuitorul automat din speță – avertismentele de sănătate, independent de orice altă configurație a pachetului.
- 15 De asemenea, obiectivul articolului 8 alineatul (3) prima teză din Directiva 2014/40 nu permite să se stabilească în mod clar dacă noțiunea ascunderii prin alte elemente include prezentarea în cauză a pachetelor de țigarete din distribuitoarele automate. În această privință, este necesar să se ia în considerare aceleași considerente precum cele care trebuie luate în considerare la interpretarea elementului „introduse pe piață”.

Cu privire la interpretarea articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40

- 16 Potrivit articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40, imaginile de pe pachetele unitare și de pe orice ambalaj exterior care vizează consumatorii din Uniune

trebuie să fie în conformitate cu dispozițiile capitolului II („Etichetare și ambalare”) din titlul II din această directivă („Produse din tutun”).

Cu privire la noțiunea „imagini de pe pachete” (a treia întrebare preliminară)

- 17 Se ridică, mai întâi, problema existenței unei imagini a unui pachet în sensul articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 în cazul în care, deși imaginea nu este o imagine fidelă a ambalajului original, ca urmare a configurației sale consumatorul o asociază, în ceea ce privește contururile, proporțiile, culorile și logoul mărcii, cu ambalajul unui produs din tutun. A treia întrebare preliminară urmărește să clarifice această problemă de interpretare.
- 18 Instanța de trimitere consideră că nu este posibil să se răspundă în mod clar la întrebarea adresată.
- 19 Noțiunea „imagine a unui pachet” în sensul articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 ar putea sugera că – făcând abstracție de avertismentele de sănătate – numai o reprezentare conformă cu originalul a unui pachet de țigarete intră în domeniul de aplicare al articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40. Totuși, sensul acestui termen ar trebui să cuprindă de asemenea o imagine care constituie o reproducere stilizată a caracteristicilor esențiale ale aspectului unui pachet.
- 20 Din economia articolului 8 alineatul (3) din Directiva 2014/40 și din dispozițiile prevăzute în acest loc în vederea asigurării vizibilității avertismentelor de sănătate pe pachetele unitare de produse din tutun, rezultă doar că articolul 8 alineatul (8) din această directivă se referă la imagini ale acestor pachete. Acestea pot fi, la rândul lor, reprezentări conforme cu originalul sau, dimpotrivă, stilizate.
- 21 Obiectivul articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 pare mai degrabă să pledeze în favoarea includerii în domeniul de aplicare al acestei dispoziții a reprezentărilor care, ca urmare a formei lor, declanșează, în percepția consumatorului, asocierea cu un pachet de țigarete. Cerința impusă la articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40, potrivit căreia imaginile pachetelor unitare trebuie să îndeplinească de asemenea cerințele în materie de vizibilitate a avertismentelor de sănătate aplicabile pachetelor unitare în sine, are ca scop, la fel ca obiectivul însuși al avertismentelor de sănătate, protecția sănătății prin avertismente referitoare la efectele nocive ale unui produs asupra sănătății umane sau a altor efecte nedorite ale consumului acestui produs. Rezultă că și articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 urmărește să garanteze că avertismentele de sănătate pot fi percepute de consumator și luate în considerare în cadrul deciziei sale de cumpărare. Or, dacă o formă care, deși nu este conformă cu originalul, face trimitere la acesta ca urmare a reproducerii stilizate a caracteristicilor esențiale ale unui pachet, declanșează în percepția consumatorului un efect de recunoaștere, ar părea logică, în interesul unei protecții efective a sănătății și al obiectivului de combatere a fumatului, admiterea ca suficientă a unei asemenea reprezentări stilizate în noțiunea de imagine în sensul articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40. La fel ca o reprezentare conformă cu originalul, o astfel de

reprezentare poate deja să declanșeze un impuls de cumpărare care trebuie combătut prin avertismente de sănătate, în conformitate cu articolul 8 din Directiva 2014/40.

Cu privire la problema dacă cerințele prevăzute la articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 sunt îndeplinite în cazul în care consumatorul poate percepe ambalajele de țigări înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare (a patra întrebare preliminară)

- 22 Se ridică de asemenea problema dacă, în împrejurări precum cele în discuție în speță, cerințele articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 sunt îndeplinite prin simplul fapt că, înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare, consumatorul are posibilitatea de a percepe pachetele de țigarete cu avertismentele de sănătate prevăzute. A patra întrebare preliminară are ca scop clarificarea acestei probleme de interpretare.
- 23 Instanța de apel a considerat că articolul 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 trebuia interpretat în sensul că utilizarea în raport cu consumatorul a unor imagini de pachete de țigarete este interzisă numai atunci când este făcută în locul prezentării pachetului, înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare. Potrivit instanței de trimitere, este îndoielnic dacă poate fi reținută concluzia instanței de apel.
- 24 Modul de redactare a articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40, care se referă fără restricții la imaginile de pe ambalaje, nu permite să se deducă limitarea domeniului de aplicare al acestei dispoziții, recunoscută de instanța de apel.
- 25 O interpretare în lumina economiei directivei nu conduce la o concluzie univocă. Instanța de apel și-a întemeiat opinia, din nou, pe ipoteza conform căreia din considerentul (48) al Directivei 2014/40 rezultă că acțiunile publicitare și modalitățile de vânzare pure nu făceau obiectul acestei directive. Astfel cum s-a arătat deja anterior, această ipoteză nu este certă.
- 26 De asemenea, obiectivul articolului 8 alineatul (8) din Directiva 2014/40 nu permite să se stabilească în mod clar dacă această dispoziție urmărește de asemenea să interzică utilizarea imaginilor unor pachete de țigarete fără avertismente de sănătate în cazul în care, înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare, consumatorul are posibilitatea de a percepe chiar pachetele de țigarete cu avertismentele de sănătate prevăzute. În această privință, trebuie luate în considerare, din nou, aceleași elemente precum cele care trebuie luate în considerare la interpretarea elementului „introdus pe piață”. Instanța de trimitere face referire la considerațiile prezentate în această privință.