

# Bartosz Pawłowski

---

## Wspólnotowa zasada swobodnego przepływu towarów a ochrona konsumenta w świetle orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości : (przeгляд orzecznictwa)

---

Kwartalnik Prawa Publicznego 3/1, 181-247

---

2003

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*Bartosz Pawłowski\**

## **WSPÓLNOTOWA ZASADA SWOBODNEGO PRZEPLYWU TOWARÓW A OCHRONA KONSUMENTA W ŚWIETLE ORZECZNICTWA TRYBUNAŁU SPRAWIEDLIWOŚCI (PRZEGLĄD ORZECZNICTWA)**

### **WSTĘP**

Jedną z podstawowych zasad rynku wewnętrznego – zasada swobodnego przepływu towarów<sup>1</sup> – oznacza, że towary pochodzące ze Wspólnoty lub legalnie dopuszczone na ich rynek mogą swobodnie i na warunkach narodowych krążyć po wspólnotowym terytorium celnym. Swobodny przepływ towarów wiąże się z ustanowieniem unii celnej, zniesieniem barier fiskalnych, ilościowych i jakościowych.

Przepis art. 28 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (dalej: TWE)<sup>2</sup>, dotyczący eliminacji ograniczeń ilościowych w obrocie towarowym między państwami członkowskimi stanowi, że w obrotach pomiędzy państwami członkowskimi zakazane są ograniczenia ilościowe w przywozie oraz wszelkie środki o skutkach równoważnych.

---

\* Mgr Bartosz Pawłowski – Biuro Studiów i Ekspertyz, Kancelaria Sejmu, radca prawny.

<sup>1</sup> Szerzej na temat zasady swobodnego przepływu towarów: J. Galster, C. Mik, *Podstawy europejskiego prawa wspólnotowego – zarys wykładu*, Toruń 1996; M. Ahlt, M. Szpunar, *Prawo europejskie*, Warszawa 2002; R. Streinz, *Prawo europejskie*, Warszawa 2002; P. Craig, G. de Búrca, *EU law – text, cases and materials*, Oxford 2003; D. Lasok, *Zarys prawa Unii Europejskiej, cz. II Prawo gospodarcze*, Toruń 1998; A. Dausés, *Prawo gospodarcze Unii Europejskiej*, Warszawa 1999; F. Emmert, M. Morawiecki, *Prawo europejskie*, Warszawa 2001.

<sup>2</sup> Powoływane przepisy TWE występują pod numerami nadanymi im przez Traktat z Amsterdamu. Art. 28 TWE poprzednio nosił numer 30.

Ograniczenia ilościowe zostały zdefiniowane przez Trybunał Sprawiedliwości w orzeczeniu *Geddo przeciwko Ente Nazionale Risi*<sup>3</sup> jako „środki prowadzące do całkowitego lub częściowego, zależnie od okoliczności, zakłócenia importu, eksportu lub tranzytu towarów”

Bardziej skomplikowane jest pojęcie środków o skutkach równoważnych<sup>4</sup>. Pierwsza definicja tego pojęcia została umieszczona w dyrektywie 70/50<sup>5</sup>. Stosownie do art. 2 dyrektywy, środkami takimi były środki, które mogą czynić przeszkodę w imporcie, który mógłby mieć miejsce, gdyby ich nie było, w tym takie, które utrudniają import lub czynią go mniej opłacalnym niż obrót produktami krajowymi, chyba że stosowane są jednakowo do produktów krajowych i importowanych. Dyrektywa zawierała także przykładową listę środków o skutkach równoważnych do ograniczeń ilościowych w imporcie.

Bardziej znaną formułą jest jednak definicja orzecznicza stworzona przez Trybunał w orzeczeniu w sprawie *Dassonville*<sup>6</sup>. Trybunał orzekł, że wszelkie wydawane przez państwa członkowskie regulacje prawne, które mogą naruszać bezpośrednio lub pośrednio, rzeczywiście lub potencjalnie handel wewnątrzspółnotowy należy uznać za środki o podobnym skutku do ograniczeń ilościowych.

Zakaz stosowania ograniczeń ilościowych lub środków o podobnym skutku z art. 28 TWE nie jest absolutny. Traktat w art. 30 dopuszcza możliwość ustanowienia krajowych zakazów lub ograniczeń przywozu, wywozu lub tranzytu uzasadnionych względami moralności publicznej, porządku publicznego, bezpieczeństwa publicznego, ochroną zdrowia i życia ludzi oraz zwierząt, lub ochroną roślin, ochroną majątku narodowego posiadającego wartość artystyczną, historyczną lub

---

<sup>3</sup> Wyrok z 12.7.1973 r., sprawa C-2/73 *Geddo v. Ente Nazionale Risi* [1973] ECR 865.

<sup>4</sup> Szerzej na temat środków o skutku równoważnym: J. Galster, C. Mik, op. cit.; M. Ahlt, M. Szpunar, op. cit.; R. Streinz, op. cit.; P. Craig, G. de Búrca, op. cit.; M. Szpunar, *Krajowe regulacje działalności rynkowej a swobodny przepływ towarów*, w: *Studia z prawa Unii Europejskiej*, pod red. S. Biernata, Kraków 2000; A. Philipson, *Guide to the concept and practical application of articles 28-30 EC*, DG Internal Market, styczeń 2001 (dokument dostępny na stronach internetowych Komisji Europejskiej); C. Mik, *Formuła Keck-Mithouard i jej znaczenie dla rozwoju europejskiego prawa wspólnotowego* [w:] *Księga pamiątkowa ku czci profesora Leopolda Steckiego*, Toruń 1997.

<sup>5</sup> Dyrektywa Komisji 70/50/EWG z 22.12.1969 r. w sprawie zniesienia środków o podobnym skutku do ograniczeń ilościowych w imporcie, a które nie są objęte innymi postanowieniami przyjętymi na podstawie Traktatu; O.J. 1970, L 13/29.

<sup>6</sup> Wyrok z 11.7.1974 r., sprawa C-8/74 *Procureur du Roi v. Benoît i Gustave Dassonville* [1974] ECR 837.

archeologiczną lub też ochroną własności przemysłowej i handlowej. Dalsze wyjątki znajdują się w art. 95 ust. 4 i 5 oraz w art. 134 TWE.

Wyjątki przewidziane w Traktacie okazały się niewystarczające. W orzeczeniu *Cassis de Dijon*<sup>7</sup> Trybunał Sprawiedliwości sformułował koncepcję „wymogów koniecznych”<sup>8</sup>. Brzmi ona następująco: każdy produkt legalnie wyprodukowany lub wprowadzony do obrotu w jednym z państw członkowskich, zgodnie z uczciwymi i tradycyjnymi regulacjami i procedurami tego państwa, powinien być dopuszczony na rynek każdego innego państwa członkowskiego, jednak w przypadku braku regulacji na poziomie wspólnotowym państwa członkowskie mogą wprowadzić rozsądne środki zapobiegające nieuczciwym praktykom kupieckim; mogą one być uzasadnione **wymogami koniecznymi** dotyczącymi w szczególności efektywności nadzoru fiskalnego, ochrony zdrowia publicznego, uczciwości transakcji handlowych, czy **ochrony konsumenta**<sup>9</sup>. Katalog wymogów koniecznych nie jest zamknięty i był rozszerzany przez Trybunał w kolejnych orzeczeniach<sup>10</sup>.

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie wszystkich orzeczeń Trybunału Sprawiedliwości, w których Trybunał określał w jakich przypadkach i na jakich warunkach względy ochrony konsumenta mogą ograniczać swobodny przepływ towarów. Poniższe orzeczenia, ujęte chronologicznie, zapadły w sprawach w których strony próbowały uzasadnić ograniczające swobodny przepływ towarów przepisy krajowe względami interesu publicznego jakim jest ochrona konsumenta.

---

<sup>7</sup> Wyrok z 20.2.1970 r., sprawa C-120/78 *Rewe-Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein* [1979] ECR 649.

<sup>8</sup> Ang. *mandatory requirements*, fr. *exigences impératives*, niem. *zwingenden Erfordnisse*. Należy jednak zauważyć, że Trybunał nie jest konsekwentny i czasami wyimennie używa pojęcia ang. *imperative requirements*. Także w polskiej literaturze spotykane są różne pojęcia: „wymogi konieczne” (zob. np. M. Szpunar, *Promocja towarów w prawie wspólnotowym*, Zakamycze 2002) lub „wymogi imperatywne” (zob. np. J. Galster, C. Mik, op. cit.; A. Zawadzka, *Rynek wewnętrzny Wspólnoty Europejskiej a interes publiczny*, Warszawa 2002).

<sup>9</sup> Na temat ochrony konsumenta jako jednego z wymogów koniecznych zob. A. Zawadzka, op. cit.; E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2001.

<sup>10</sup> Za kolejne wymogi konieczne Trybunał uznał: potrzebę ochrony środowiska naturalnego (wyrok z 20.11.1988 r., sprawa C-302/86 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Dania*), ochronę pracowników (wyrok z 14.7.1981 r., sprawa C-155/80 *Postępowanie karne przeciwko Oebel*), ochronę krajowych lub regionalnych cech społeczno-kulturalnych (wyrok z 23.11.1989 r., sprawa C-145/88 *Torfaen*), ochronę przed inflacją (wyrok z 29.11.1983 r., sprawa C-181/82 *Roussel*), ochronę wartości kultury (wyrok z 11.7.1985 r. sprawy 60 i 61/84 *Cinethèque*), ochronę pluralizmu prasy (wyrok w sprawie C-368/95). Zob. także A. Zawadzka, op. cit.

## ORZECZENIA<sup>11</sup>

1. Wyrok z 16.12.1980 r., sprawa C-27/80 *Postępowanie karne przeciwko Antonowi Adriaanowi Fietje* [1980] ECR 3839.

Prawo holenderskie wymagało, by każdy produkt składający się z alkoholu etylowego, cukru, substancji aromatycznych i ewentualnie soku owocowego był prezentowany jako likier (dopuszczonych było jeszcze kilka podobnych nazw). Równocześnie taki produkt musiał zawierać pewien minimalny poziom cukru i przynajmniej 22% alkoholu. Nazwa gatunkowa („likier”) takiego wyrobu musiała pojawiać się na każdym naczyniu przeznaczonym dla dostarczenia konsumentowi wraz z produktem lub na naczyniu nadającym się o takiego celu. Prawo holenderskie przewidywało jednak szereg wyjątków od tej zasady.

Pan Fietje został oskarżony o to, że dostarczał importowane z Niemiec napoje alkoholowe nazwane „Berentzen Appel – Aus Apfel mit Weizenkorn 25 VOL. %”, które nie nosiły oznaczenia „likier”, pomimo, że odpowiadały definicji likieru istniejącej w prawie holenderskim.

Trybunał Sprawiedliwości podkreślił, że w braku wspólnotowych przepisów odnoszących się do produkcji i sprzedaży alkoholu, do państw członkowskich – co do zasady – należy regulowanie wszystkich kwestii związanych ze sprzedażą napojów alkoholowych na ich terytorium, włącznie z opisem i oznaczeniem takich napojów, z zastrzeżeniem jakichkolwiek przepisów wspólnotowych przyjętych w tym zakresie w celu zbliżania prawa. Jak zauważył TS, nie było żadnych wspólnotowych zasad odnoszących się do opisu konkretnych napojów alkoholowych, wymaganego przy ich sprzedaży.

Trybunał zauważył, że rozciągnięcie na produkty importowane przewidzianego w prawie holenderskim obowiązku używania określonej nazwy na etykiecie nie wyłącza możliwości importu produktów pochodzących z innych państw członkowskich lub znajdujących się tam w obiegu, lecz czyni ten import trudniejszym i przynajmniej pośrednio wpływa na handel między państwami członkowskimi. Pozostaje zatem odpowiedzieć na pytanie czy takie rozwiązanie może być usprawiedliwione względami interesu publicznego jakim jest ochrona konsumenta.

---

<sup>11</sup> Stan orzecznictwa na 13.11.2002 r.

Trybunał stwierdził, że jeżeli prawo krajowe odnoszące się do danego produktu przewiduje obowiązek stosowania opisu, który jest wystarczająco precyzyjny by dobrze informować nabywcę o naturze produktu i by odróżnić dany produkt od produktów, z którymi może być pomyłony, może być konieczne – w celu ochrony konsumenta – rozciągnięcie tego obowiązku także na produkty importowane, nawet jeżeli prowadzi to do konieczności zmian oryginalnych etykiet części produktów. Nie ma jednak konieczności stosowania takiej ochrony jeżeli informacje zamieszczone na oryginalnej etykiecie importowanego produktu są przynajmniej takie same jak wymagane w państwie importującym (w zakresie w jakim dotyczą natury produktu) i mogą być zrozumiałe przez konsumenta w państwie importującym. Natomiast stwierdzenie, czy zachodzi taka równoważność należy do sądu krajowego.

2. Wyrok z 19.2.1981 r., sprawa C-130/80 *Postępowanie karne przeciwko Fabriek voor Hoogwaardige Voedingsprodukten Kelderman B* [1981] ECR 527.

Prawo holenderskie wymagało określonej zawartości suchej masy w sprzedawanym pieczywie; wymóg ten był ściśle powiązany z wielkością wyrobów piekarniczych. Pieczywo sprowadzane przez oskarżonego z Francji nie spełniało tych wymogów.

TS przypomniał, że w braku reguł wspólnotowych dotyczących wyrobu lub sprzedaży pieczywa, wszelkie kwestie związane z określeniem składu, zasad wyrobu i sprzedaży tego produktu na terytorium danego państwa członkowskiego należą do tego państwa. Wynikające z różnych krajowych regulacji przeszkody w handlu wewnątrzwspólnotowym mogą być utrzymane, jeżeli służą m.in. ochronie konsumenta. W przedstawionej sprawie objęcie importowanego pieczywa wymogiem określonej zawartości suchej masy może stanowić przeszkodę w handlu tym pieczywem w importującym państwie członkowskim. Może to prowadzić do konieczności wprowadzenia innej metody produkcji w stosunku do tej części pieczywa, która miałaby być eksportowana.

Holandia podnosiła, że jej przepisy chronią konsumenta, gdyż wprowadzają jasny podział pomiędzy różne kształty i wagi pieczywa i chronią konsumentów przed pomyłką co do rzeczywistej ilości pieczywa, która jest im oferowana.

TS orzekł jednak, że odpowiednia informacja dla konsumenta może z łatwością być zapewniona w inny sposób, np. poprzez odpowiednie oznakowanie informujące o wadze i składzie importowanego pieczywa.

3. Wyrok z 17.6.1981 r., sprawa C-113/80 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Irlandia* [1981] ECR 1625.

Prawo irlandzkie zabraniało sprzedaży oraz oferowania sprzedaży importowanej biżuterii noszącej motywy irlandzkie, które sugerowały, iż są o pamiątki z Irlandii, chyba że wyroby były oznaczone jako zagraniczne lub zaznaczone było ich faktyczne miejsce pochodzenia.

TS zaznaczył, że ani ochrona konsumenta, ani uczciwość transakcji handlowych – na co powoływała się Irlandia – nie są wymienione w art. 30 TWE, który stanowi wyjątek od ogólnego zakazu stosowania środków o skutku równoważnym do ograniczeń ilościowych i jak każdy wyjątek musi być interpretowany restrykcyjnie. Dalej TS zauważył, iż kwestionowane przepisy irlandzkie nie odnoszą się do wszystkich produktów lecz jedynie do towarów importowanych i przez to ze swej natury są dyskryminacyjne (skoro przepisy dyskryminowały towary importowane, mogły być jedynie rozpatrywane pod kątem zgodności z art. 30 TWE, a nie z wymogami koniecznymi). Irlandia nie kwestionowała tego stwierdzenia, jednak podnosiła, że nabywca może zostać wprowadzony w błąd jeżeli pamiątka nabyta w Irlandii okaże się wyprodukowana gdzieś indziej.

TS odrzucił ten pogląd i uznał, że dla nabywcy nie jest istotne faktyczne pochodzenie danego produktu, chyba że pochodzenie wiąże się z określoną jakością, wykorzystanymi materiałami, metodą wytworzenia, miejscem istotnym z punktu widzenia folklorystycznego lub tradycją danego regionu. W danej sprawie żadna z tych sytuacji nie miała miejsc.

Trybunał uznał, że przedmiotowe wyroby biżuterii są towarami ozdobnymi o niewielkiej wartości handlowej, zawierającymi motyw lub symbol przypominający miejsce w Irlandii, obiekt, wydarzenie historyczne lub symbol irlandzki. Ich wartość związana jest głównie z faktem, że nabywca kupuje je na miejscu. Ich cechą jest przypomnianie o odwiedzionym miejscu, co jednak nie oznacza, że pamiątka musi pochodzić z państwa w którym została nabyta przez turystę. Wobec tego wymóg, by wszystkie importowane wyroby biżuteryjne miały oznaczone miejsce pochodzenia lub były oznaczone słowem „zagraniczne” narusza art. 28 TWE.

TS uznał, że interesy konsumentów i uczciwość obrotu handlowego byłyby wystarczająco zabezpieczone, gdyby irlandzcy wytwórcy do swoich wyrobów dobrowolnie dołączali oznaczenie miejsca pochodzenia.

4. Wyrok z 9.12.1981 r., sprawa C-193/80 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Włoska* [1981] ECR 3019<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Sprawa ta znalazła ciąg dalszy w orzeczeniu z 15.10.1985 r., sprawa C-281/83 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Włoska* [1985] ECR 3397, w którym TS

Prawo włoskie zabraniało sprzedaży, importu i używania do spożycia przez ludzi octu (ang. *vinegar*) pochodzenia naturalnego, innego niż powstałego z fermentacji wina. Ograniczało także użycie nazwy „ocet” (wł. *aceto*) do octu pochodzącego z wina. Postanowienia te odnosiły się zarówno do produktów krajowych jak i pochodzących z importu.

Odnosnie do zakazu importu i handlu octem pochodzenia innego niż z fermentacji wina, TS orzekł, że brak wspólnotowych przepisów dotyczących produkcji czy sprzedaży danego towaru nie wystarcza do uznania, że art. 28 TWE nie ma zastosowania do tego towaru. Zakaz stosowania środków o skutku równoważnym do zakazu ograniczeń ilościowych dotyczy wszystkich przepisów handlowych państw członkowskich, które bezpośrednio lub pośrednio, rzeczywiście lub potencjalnie naruszają handel wewnątrzspółnotowy. Nawet jeżeli włoskie prawo w tym przypadku odnosi się tak samo do produktów włoskich i importowanych, to ma jednak charakter protekcyjny, gdyż w rzeczywistości chroni typowo włoski produkt, a tym samym stawia w niekorzystnej sytuacji pozostałe produkty. Ponadto, powołując się na orzeczenie w sprawie Rewe-Zentral<sup>13</sup> przypomniał, że brak wspólnotowych reguł dotyczących danego produktu oznacza konieczność akceptowania różnic wynikających z odmiennych regulacji w poszczególnych państwach, niemniej muszą one być niezbędne dla wymogów koniecznych takich jak zdrowie publiczne, ochrona konsumenta czy uczciwość obrotu handlowego, co w danym przypadku – zdaniem TS-u – nie zachodziło. Jeżeli chodzi o ochronę konsumenta, może ona zostać zapewniona mniej restrykcyjnymi metodami, jak np. odpowiednie etykiety.

Odnosnie ograniczenia stosowania nazwy „ocet”, Komisja zwracała uwagę, że ograniczenie to obniża w oczach włoskich konsumentów wartość innych octów naturalnego pochodzenia i czyni je praktycznie niesprzedawalnymi, gdyż mogą być sprzedawane jedynie pod swoją marką.

Włochy powoływały się na ochronę konsumenta, który z uwagi na wielowiekową tradycję utożsamia pojęcie „ocet” z octem pochodzenia winnego. W związku z tym konsument byłby narażony na pomyłkę co do surowców użytych do produkcji i co do produktu końcowego.

TS odrzucił ten argument, zwracając uwagę, że stosownie do Wspólnotowej Taryfy Celnej nazwa „ocet” jest nazwą rodzajową i nie

---

uznał, że Włochy naruszyły ciężące na nich obowiązki wynikające z art. 28 TWE. Naruszenie polegało na ograniczeniu stosowania terminu „ocet” (*vinegar*) wyłącznie do octu winnego. Trybunał nakazał Włochom usunięcie ze swego prawa wszelkich postanowień ograniczających stosowanie przedmiotowego terminu do octu winnego (Włochy nie wykonały poprzedniego orzeczenia)

<sup>13</sup> Zob. przypis 7.



jest zarezerwowana wyłącznie dla octu winnego. Niemniej, TS uznał argument, że skoro włoscy konsumenci przyzwyczaili się, że słowo *aceto* oznacza wyłącznie ocet winny, to troska o ochronę konsumentów jest uzasadniona. Może ona jednak zostać zapewniona mniej restrykcyjnymi środkami. Np. poprzez przymusowe etykiety informujące o składzie produktu i zawierające opis typu danego octu oferowanego do sprzedaży. Zastrzegł jednak, że taki wymóg musiałby dotyczyć wszystkich rodzajów octu, włącznie z octem winnym. Pozwoliłoby to konsumentom na dokonanie świadomego wyboru, z pełną znajomością faktów i zapewniłoby przejrzystość handlu poprzez informowanie konsumentów o składnikach użytych do wyprodukowania danego octu.

5. Wyrok z 2.3.1982 r., sprawa C-6/81 *BV Industrie Diensten Groep v. J.A. Beele Handelmaatschappij BV* [1982] ECR 0707.

TS orzekł, że przepisy TWE dotyczące swobodnego przepływu towarów nie zabraniają wydania krajowego przepisu odnoszącego się do towarów krajowych i importowanych, stosownie do którego przedsiębiorca A, który przez pewien dłuższy czas sprzedawał w danym państwie członkowskim określony produkt, który różni się od produktów tego samego rodzaju, może ubiegać się o sądowy nakaz przeciwko przedsiębiorcy B, który to nakaz zakazywałby przedsiębiorcy B dalszej sprzedaży w tym państwie członkowskim produktu pochodzącego z innego państwa członkowskiego, legalnie tam sprzedawanego, ale który to produkt z nieuzasadnionych powodów jest prawie identyczny z produktem sprzedawanym przez przedsiębiorcę A i niepotrzebnie prowadzi do mylenia obu produktów.

TS wprawdzie uznał, że jest to środek o skutku równoważnym do ograniczeń ilościowych w imporcie, niemniej dopuścił go z uwagi na konieczność ochrony konsumenta (sprawa dotyczyła osłon do przewodów).

6. Wyrok z 22.6.1982 r., sprawa C-220/81 *Postępowanie karne przeciwko Timothy Frederick Robertson i innym* [1982] ECR 2349.

Stosownie do prawa belgijskiego, wyroby posrebrzane musiały być oznaczone dwoma stemplami probierczymi. Jeden musiał być stemplem wytwórcy, a drugi (cecha) liczbowo określał liczbę gramów czystego srebra, którym wyrób był pokryty. Jednak sztucce i zastawa stołowa musiały mieć oznaczenie ilości srebra zawartego w całym komplecie dwunastu sztuk. Ponadto wytwórcy oraz importerzy byli zobowiązani zarejestrować wzór swojego stempla, a jeżeli nie byli obywatelami Belgii, także wpłacić odpowiednie zabezpieczenie. Oba rodzaje stempli musiały mieć określoną formę. Prawo belgijskie nie przewidywało żadnych wyjątków dla towarów importowanych, toteż nie mogły one być sprze-

dawane w Belgii, o ile nie były oznakowane w taki sam sposób, jak posrebrzane wyroby wytworzone w Belgii.

Analiza prawnoporównawcza, przeprowadzona w ramach postępowania, wykazała, że wprawdzie inne państwa członkowskie także wymagają cechowania wyrobów z metali szlachetnych (złoto, srebro, platyna), jednak tylko Belgia wymaga obowiązkowego cechowania wyrobów posrebrzanych. Inne państwa nie wydały na ogół żadnych przepisów w tym zakresie. Natomiast w Niemczech cechowanie wyrobów z materiałów przypominających złoto czy srebro, w tym wyrobów posrebrzanych było zakazane, z wyjątkiem zastawy stołowej (z tym, że zawartość srebra była podawana w stosunku do powierzchni 24 decymetrów kwadratowych).

TS przypomniał, że stosowanie środków o skutku równoważnym do ograniczeń ilościowych jest możliwe, jeżeli są stosowane m.in. z uwagi na ochronę konsumenta i uczciwość obrotu. Trybunał zaznaczył, że przedmiotowe prawo belgijskie, które zakazuje importu wyrobów posrebrzanych, o ile nie są ocechowane zgodnie z prawem belgijskim stanowi przeszkodę w swobodnym przepływie towarów między państwami członkowskimi. W jego efekcie konieczne jest albo odpowiednie cechowanie w trakcie produkcji (towarów przeznaczonych na rynek belgijski), albo cechowanie ich przez importera, co utrudnia i podraża ich sprzedaż.

Z drugiej strony, nałożony na wytwórcę lub importera obowiązek cechowania towarów posrebrzanych, które ze swej natury mogą być mylone z wyrobami ze srebra, specjalnymi cechami probierczymi, które nie dają się usunąć (są trwałe) i wskazują ilość czystego srebra użytą do pokrycia wyrobu oraz nazwę wytwórcy artykułu, ma na celu – co do zasady – ochronę konsumenta. Cecha określająca wagę pozwala na osiągnięcie podwójnego celu. Pozwala konsumentowi precyzyjnie ustalić naturę i jakość produktu i odróżnić go od innych, z którymi może być pomyłony. Ponadto stempel wytwórcy pozwala na identyfikację wytwórcy.

Nie ma jednak konieczności stosowania takiej ochrony, gdy towary tego typu, importowane z innego państwa członkowskiego, w którym zostały legalnie sprzedane, są już ocechowane stosownie do prawa państwa eksportującego, pod warunkiem, że informacje przekazywane przez ocechowanie w jakiegokolwiek formie, zgodnie z prawem państwa eksportującego, zawierają informacje równorzędne z informacjami danymi przez cechy wymagane przez państwo importujące i są czytelne dla konsumenta z tego państwa.

Tak więc art. 28 TWE nie zabrania stosowania takich jak belgijskie rozwiązań, pod warunkami podanymi powyżej. Ocena spełnienia wszystkich warunków należy do sądu krajowego.

7. Wyrok z 10.11.1982 r., sprawa C-261/81 *Walter Rau Lebensmittelwerke v. De Smedt PVBA* [1982] ECR 3961.

Prawo belgijskie zezwalało na sprzedaż margaryny wyłącznie w sześciennych opakowaniach. Wobec tego margaryna wyprodukowana w innym państwie członkowskim, w opakowaniu o innym kształcie, nie była dopuszczana na rynek belgijski. Wymóg ten miał rzekomo służyć odróżnieniu margaryny od masła, przy sprzedaży detalicznej, gdyż w świadomości konsumentów ten typ opakowania jest głęboko zakorzeniony. Ponadto rząd belgijski podnosił, że jest związany dyrektywą Rady 79/112/EWG<sup>14</sup> dotyczącą etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych przeznaczonych do sprzedaży konsumenckiej, która określa sposób oznakowania opakowania masła czy margaryny. Zatem dyrektywa nie pozwala Belgii zastosować odpowiednio dużych oznaczeń informujących o zmianie wpływającej na przyzwyczajenia konsumentów.

TS zauważył, że wymóg stosowania określonej formy opakowania odnosi się także do produktów importowanych, nie stanowi jednak absolutnej bariery w imporcie towarów z jednego państwa członkowskiego do drugiego. Czyni ten import trudniejszym i droższym. Wymaga bowiem korzystania z innych kanałów dystrybucji lub poniesienia dodatkowych kosztów związanych z zapewnieniem specjalnych opakowań. Dodatkowym dowodem protekcyjnego charakteru belgijskich przepisów był fakt, że w belgijskich sklepach – pomimo relatywnie wysokich cen margaryny, w stosunku do innych państw członkowskich – prawie nie występowała margaryna z importu.

TS przyznał, że co do zasady przepisy mające na celu ochronę konsumentów przez myleniem masła z margaryną są uzasadnione. Niemniej, w danej sytuacji, rozwiązanie przyjęte przez Belgię idzie zbyt daleko w stosunku do celu, któremu ma służyć. Konsumenci mogą być wystarczająco chronieni przez odpowiednie przepisy dotyczące etykietowania czy oznaczania produktów, które w znacznie mniejszym stopniu wpływają na swobodny przepływ towarów. Trybunał przywołał art. 11 (2) dyrektywy 79/112, którą zaślaniała się Belgia i zauważył, że nakazuje ona zamieszczać informację w sposób łatwy do zrozumienia, w miejscu rzucającym się w oczy, w sposób widoczny, czytelny, w spo-

---

<sup>14</sup> Dyrektywa Rady 79/112 z 18.12.1978 r. w sprawie zbliżenia przepisów państw członkowskich dotyczących etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych przeznaczonych do sprzedaży konsumenckiej, O.J. 1979, L 33/1; obecnie zastąpiona dyrektywą 2000/13 Parlamentu Europejskiego i Rady z 20.3.2000 r. w sprawie zbliżenia przepisów państw członkowskich dotyczących etykietowania, prezentacji i reklamy środków spożywczych, O.J. 2000, L 109/29.

sób nie dający się usunąć. Pozostawia zatem państwom członkowskim dużo swobody przy wykonaniu tego przepisu i nie przeszkadza Belgii przyjąć odpowiednich przepisów dotyczących jednakowego oznakowania margaryny belgijskiej i importowanej. Nie ma zatem podstaw do zakazu sprzedaży margaryny w opakowaniach innych niż sześciennie.

8. Wyrok z 15.12.1982 r., sprawa C-286/81 *Postępowanie karne v. Oosthoek's Uitgeversmaatschappij BV* [1982] ECR 4575.

Prawo holenderskie zabraniało (od 1977 r.) oferowania lub dawania bezpłatnych upominków w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Istniał jednak szereg wyjątków, np.: wolno było oferować lub dawać upominki jeżeli były to przedmioty zazwyczaj używane lub spożywane w tym samym czasie, co produkt, w związku z zakupem którego wręczano upominek (konsumpcja powiązana), jeżeli produkt był oznakowany w sposób wyraźnie wskazujący jego promocyjny charakter i jeżeli jego wartość nie przekraczała 4% ceny wszystkich produktów, w związku ze sprzedażą których był oferowany.

Oosthoek prowadził w Holandii, Belgii i części Francji sprzedaż encyklopedii w języku holenderskim, które były składane i wytwarzane częściowo w Holandii, a częściowo w Belgii. Od 1974 r. Oosthoek oferował słownik, atlas lub małą encyklopedię jako bezpłatny upominek dla wszystkich subskrybentów encyklopedii.

Oosthoek podnosił, że prawo holenderskie zmusza go do stosowania różnych metod promocji w poszczególnych państwach Wspólnoty, co powoduje dodatkowe koszty i utrudnia import i eksport encyklopedii. Zaś wymóg powiązanej konsumpcji nie jest uzasadniony ani przez ochronę konsumenta, ani przez zabezpieczenie konkurencji.

Z kolei Komisja twierdziła, że chociaż prawo holenderskie może pośrednio ograniczać import encyklopedii, nie jest sprzeczne z art. 28 TWE, gdyż odnosi się do wszystkich produktów, bez rozróżniania na krajowe i importowane, a ponadto jest uzasadnione ochroną konsumenta i organizacją gospodarki.

TS przypomniał, że ochrona konsumenta może usprawiedliwiać stosowanie środków o podobnym skutku do ograniczeń ilościowych w imporcie. Przyznał, że przedmiotowe przepisy prowadzą do konieczności stosowania różnych kampanii promocyjnych i mogą stanowić czynnik wpływający pośrednio na wielkość importu, nawet jeżeli stosowane są bez dyskryminacji do produktów krajowych i importowanych.

Odnosząc się do kwestii ochrony konsumenta i uczciwości obrotu zgodził się, że kwestionowane prawo holenderskie ma dwa cele. Jednym jest zapobieganie zakłóceniom normalnej konkurencji przez oferowanie darmowych upominków lub oferowanie ich po nieznacznym ce-

nach w związku z promocją sprzedaży własnych towarów, a drugim celem jest ochrona konsumentów przez zapewnienie większej przejrzystości rynku. Oczywiście jest, że oferowanie darmowych podarunków jako metoda sprzedaży promocyjnej może zmylić konsumenta co do rzeczywistej ceny pewnych produktów i zakłócić warunki, na których oparta jest rzeczywista konkurencja. Zatem prawodawstwo, które ogranicza lub wyłącza takie praktyki przyczynia się do ochrony konsumenta i uczciwości obrotu. Dodatkowo TS uznał, że wyjątek oparty na powiązanej konsumpcji nie wypacza tych celów.

9. Wyrok z 17.3.1983 r., sprawa C-94/82 *Postępowanie karne v. De Kikvorsch Groothandel-Import-Export BV* [1983] ECR.947.

Importer piwa, De Kikvorsch Groothandel-Import-Export BV, został oskarżony o sprzedaż w Holandii piwa importowanego z Niemiec, opisanego jako „Berliner Kindl Weisse”, którego kwasowość przekraczała limit określony przez prawo holenderskie, i które nie było wyprodukowane zgodnie z procesem przewidzianym w prawie holenderskim dla produkcji tzw. kwaśnych piw, a ponadto etykieta tegoż piwa zawierała informacje o mocy brzeczki piwnej, co również było zabronione przez prawo holenderskie.

Ustalono, że prawo holenderskie dotyczące kwasowości piwa miało na celu zdefiniowanie różnych typów piwa tradycyjnie warzonego w państwach Beneluxu i ochronę ich typowego smaku. Natomiast zakaz umieszczania informacji o mocy brzeczki na zewnętrznym opakowaniu lub etykiecie związany był z wymogiem podawania zawartości alkoholu na opakowaniu. Celem takiego przepisu było uniknięcie ryzyka mylenia obu informacji, gdyż w Holandii obie informacje podawane są w procentach.

TS zauważył, że stosowanie do piwa importowanego własnych przepisów zakazujących sprzedaży piwa, które nie spełnia warunków dotyczących kwasowości skutkuje wyeliminowaniem legalnie wyprodukowanego w innym państwie członkowskim piwa z rynku holenderskiego. Taka przeszkoda w handlu pomiędzy państwami członkowskimi nie może być usprawiedliwiana potrzebą zdefiniowania różnych typów piwa tradycyjnie warzonego w określonej części Wspólnoty i ochroną ich typowego smaku. W szczególności ochrona krajowego konsumenta nie przemawia za utrzymaniem przepisów, które nie pozwalają temu konsumentowi spróbować piwa warzonego w innym państwie członkowskim, zgodnie z inną tradycją, jeżeli etykieta takiego piwa w sposób wyraźny informuje, że pochodzi ono spoza danej określonej części Wspólnoty. Zatem stosowne przepisy holenderskie stanowią środek o skutku równoważnym w rozumieniu art. 28 TWE i są sprzeczne Traktatem.

Natomiast zakaz (stosowany również w odniesieniu do produktów importowanych) umieszczenia na opakowaniu określonej informacji nie stanowi wprawdzie całkowitej bariery dla importu, czyni jednak import tego produktu trudniejszym i droższym, istnieje bowiem konieczność zmiany etykiety, pod którą produkt jest legalnie sprzedawany w państwie, w którym został wyprodukowany. TS zauważył jednak, że art. 28 TWE w żaden sposób nie zabrania państwu członkowskiemu chronić swoich konsumentów przeciwko takiemu etykietowaniu produktów, które może wprowadzać konsumentów w błąd. Taka ochrona była ponadto przewidziana w art. 2 (1) dyrektywy Rady 79/112<sup>15</sup>. Tego typu ochrona konsumenta może także polegać na zakazie umieszczenia na produkcie określonej informacji, zwłaszcza, gdy informacja ta może być mylna z inną informacją wymaganą przez prawo krajowe. Aby taki zakaz mógł być stosowany do towarów pochodzących z innych państw członkowskich, w sposób powodujący konieczność zmiany oryginalnych etykiet, owe oryginalne etykiety muszą stwarzać możliwość wprowadzania w błąd. A temu właśnie ma zapobiegać przedmiotowe prawo holenderskie, którego celem jest ochrona konsumenta. Czy taka sytuacja zachodzi powinien ustalić sąd krajowy.

Zatem opisany zakaz podawania na etykiecie informacji dotyczącej brzezki, który prowadzi do konieczności zmiany oryginalnych etykiet importowanego piwa legalnie sprzedawanego w eksportującym państwie członkowskim jest sprzeczny z art. 28 TWE, chyba że informacja ta mogłaby wprowadzać w błąd nabywcę.

10. Wyrok z 13.3.1984 r., sprawa C-16/83 *Postępowanie karne przeciwko Karlowi Prantl* [1984] ECR 1299.

Karl Prantl, obywatel włoski, zajmujący się handlem napojami (alkoholowymi) został oskarżony w Niemczech o bezprawne wykorzystanie butelek „Bocksbeutel”, które polegało na trwającym kilka miesięcy sprowadzaniu do Niemiec, sprzedaży i magazynowaniu w celu sprzedaży włoskiego czerwonego wina pochodzącego z okolic Bolzano – Trentino Alto Adige.

Butelka „Bocksbeutel” miała charakterystyczny „bulwiasty” kształt. Wino produkowane w kilku gminach niemieckich było sprzedawane właśnie w takich butelkach. Tradycja używania takich butelek sięga nawet kilkuset lat. Niemieckie prawo stanowiło iż tylko określone wino pochodzące z konkretnych obszarów Frankonii i Badenii oraz kilku innych wymienionych gmin może być sprzedawane w tradycyjnych butelkach „Bocksbeutel”.

---

<sup>15</sup> Ibidem.

We Włoszech, w okręgu Bolzano, tradycja stosowania takich butelek liczyła sobie ponad sto lat. Włoskie butelki były bardziej obłe i miały krótsze szyjki niż butelki niemieckie.

Niemcy broniły swoich przepisów m.in. twierdząc, że odnoszą się jednakowo do produktów krajowych i importowanych, są uzasadnione względami ochrony konsumenta i uczciwego obrotu, gdyż tradycyjną butelkę „Bocksbeutel” należy uznać za pośrednie oznaczenie pochodzenia geograficznego.

TS stwierdził, że prawo zezwalające na stosowanie specyficznego kształtu butelki wyłącznie przez niektórych producentów krajowego wina ma efekt protekcyjny, gdyż uprzywilejowuje tych producentów w porównaniu z producentami z innych państw członkowskich, którzy tradycyjnie butelkują swoje wino w butelki identyczne lub bardzo podobne w kształcie. Gdyby producenci wina z innych państw członkowskich chcieli sprzedawać swoje wino w Niemczech musieliby ponieść dodatkowe koszty związane ze zmianą kształtu butelki. Zostaliby także pozbawieni przewagi handlowej jaką daje im używanie w kraju sprzedaży butelki tradycyjnie używanej w państwie lub rejonie pochodzenia. Wobec tego, pomimo że prawo niemieckie ma zastosowanie w równym stopniu do towarów krajowych i importowanych, w rzeczywistości ma charakter protekcyjny, jest zatem objęte zakazem z art. 28 TWE.

TS przyznał, że w braku wyczerpującej wspólnotowej regulacji dotyczącej określonych towarów, przeszkody w wolnym handlu pomiędzy państwami członkowskimi muszą być akceptowane, o ile odnoszą się jednakowo do towarów krajowych i importowanych i są niezbędne m.in. dla zapewnienia ochrony konsumenta. Co do zasady, prawo mające na celu ochronę konsumenta przed myleniem win różnej jakości i różnego pochodzenia jest usprawiedliwione. Dzieje się tak zwłaszcza w przypadku win, gdyż tradycja i odrębności mają olbrzymie znaczenie w tej dziedzinie. TS zwrócił także uwagę na preambułę do rozporządzenia 355/79<sup>16</sup>, stosownie do której etykiety, opis i prezentacja towarów powinny być takie, by nie budzić wątpliwości co do produktu. Ponadto informacja powinna odnosić się do tradycyjnych zwyczajów i praktyk.

Odpowiadając na pytanie, czy prawo państwa członkowskiego może, chroniąc pośrednie oznaczenie pochodzenia geograficznego w interesie konsumentów zakazywać sprzedaży importowanego wina w okre-

---

<sup>16</sup> Rozporządzenie Rady (EWG) Nr 355/79 z 5.2.1979 r. określające ogólne zasady opisu i prezentacji win i moszczy winnych, O.J. 1979, L 54/99.

ślonym typie butelki, Trybunał zauważył, że w systemie wspólnego rynku ochrona konsumenta w zakresie prezentacji wina musi być zagwarantowana z poszanowaniem interesów wszystkich stron, z uwzględnieniem uczciwych i tradycyjnych praktyk występujących w różnych państwach członkowskich.

W tym kontekście należy zauważyć, że butelki identyczne w kształcie do „Bocksbeutel” lub różniące się od nich w sposób niezauważalny dla konsumenta są tradycyjnie używane do sprzedaży wina pochodzącego z niektórych regionów Włoch. Wyłączne prawo używania określonego typu butelki przyznane przez prawo krajowe państwa członkowskiego nie może być wykorzystywane jako zakaz importu wina pochodzącego z innego państwa członkowskiego sprzedawanego w takich samych lub bardzo podobnych w kształcie butelkach, zgodnie z uczciwą i tradycyjną praktyką występującą w tamtym państwie członkowskim.

Niemcy podnosiły, że konsumenci mogą zostać wprowadzeni w błąd jeżeli wina pochodzące z innych regionów będą sprzedawane w butelkach tego samego typu. TS odpowiedział, że prawo wspólnotowe odnoszące się do etykietowania wina, w szczególności art. 12–18 rozporządzenia 355/79 dotyczącego etykietowania, są bardzo rozbudowane i powinny wystarczyć by zapobiec pomyłkom, których obawiają się Niemcy.

11. Wyrok z 25.4.1985 r., sprawa C-207/83 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Wielka Brytania* [1985] ECR 1201.

Prawo angielskie zabraniało dostarczania, oferowania dostawy i sprzedaży detalicznej określonych towarów – odzieży i towarów tekstylnych, domowego sprzętu elektrycznego, obuwia i sztuców (z wyjątkiem używanych i z wyjątkiem towarów dostarczanych w pewnych specyficznych sytuacjach), jeżeli nie były one oznakowane lub nie towarzyszyło im oznakowanie wskazujące miejsce pochodzenia. W przypadku towarów wystawionych na sprzedaż, takie oznaczenie musiało im towarzyszyć, musiało być jasne i czytelne, nie mogło być w żaden sposób ukryte.

Wielka Brytania podnosiła, że informacja o pochodzeniu towaru jest istotna dla większości brytyjskich konsumentów, w sektorach, do których odnosił się powyższy wymóg, gdyż pochodzenie towaru jest przez nich kojarzone z jakością i prawdziwą wartością towaru. Jednak gdyby Komisja obstawała przy swoim, Wielka Brytania może złagodzić ten wymóg i dać do wyboru albo oznaczanie kraju pochodzenia, albo oznaczanie, że produkt pochodzi ze Wspólnoty Europejskiej.

W odpowiedzi Komisja powołała się na opinię Komitetu Ekonomiczno Społecznego o projekcie dyrektywy dotyczącej oznakowania



pochodzenia niektórych wyrobów tekstylnych i odzieżowych<sup>17</sup>, w której Komitet uznał, że informacja o państwie pochodzenia produktu nie jest potrzebna konsumentowi.

TS uznał, że celem wskazywania pochodzenia towaru jest umożliwienie konsumentowi rozróżnienia towarów krajowych od importowanych, co z kolei prowadzi do ujawnienia wszelkich uprzedzeń, jakie konsumenci mogą mieć w stosunku do towarów importowanych. Trybunał zaznaczył, że Traktat dąży do połączenia krajowych rynków w jeden rynek, który będzie miał charakter rynku wewnętrznego. Wymóg oznaczania pochodzenia nie tylko utrudnia sprzedaż towarów w innym państwie członkowskim niż państwo produkcji, ale także spowalnia ekonomiczne przenikanie się rynków, utrudniając sprzedaż towarów wyprodukowanych na skutek podziału pracy pomiędzy państwa członkowskie.

Trybunał odrzucił także argument dotyczący ochrony konsumenta. Uznał, że wymóg oznaczania pochodzenia jest stosowany w stosunku do towarów krajowych i importowanych bez dyskryminacji tylko formalnie, gdyż ze względu na swoją naturę ma on na celu ułatwienie konsumentowi rozróżnienia pomiędzy tymi dwiema grupami towarów, co może skutkować preferowaniem towarów krajowych. Ponadto, nie wydaje się by właśnie troska o poinformowanie konsumenta leżała u podstaw przedmiotowych rozwiązań prawa angielskiego. Wielka Brytania przecież sama przyznała, że jest gotowa wprowadzić oznaczenie „wyprodukowany we Wspólnocie Europejskiej”. Jeżeli pochodzenie towaru z danego kraju jest przez konsumentów kojarzone z określoną jakością (cechą towaru), w interesie producentów jest oznakowanie pochodzenia towaru na własną rękę i nie jest konieczne zmuszanie ich do tego. Ochrona konsumenta jest zapewniona na wystarczającym poziomie przez zakaz stosowania fałszywych oznaczeń pochodzenia.

12. Wyrok z 26.11.1985 r., sprawa C-182/84 *Postępowanie karne v. Miro BV* [1985] ECR 3731.

Prawo holenderskie zakazywało używania nazwy „Jenever”, „Genever” i kilku innych, które mogłyby sugerować konsumentowi iż dany napój destylowany jest Jenever (jałowcówką), o ile dany napój nie odpowiadał definicji Jenever, która zakładała m.in. przynajmniej 35% zawartości alkoholu.

Miro sprzedawała Jenever importowaną z Belgii, która zawierała 30% alkoholu. Butelki miały etykiety, na których widniała nazwa zawierająca m.in. słowo Jenever i „30% VOL.”.

---

<sup>17</sup> O.L. 1980, C 294, s. 3.

Owa trzydziestoprocentowa Jenever była od dawna legalnie produkowana i wprowadzana do obrotu w Belgii, gdzie początkowo nie było żadnych reguł dotyczących minimalnej zawartości alkoholu w Jenever. Później pojawiły się przepisy wyznaczające minimalną zawartość alkoholu na 30%.

Sąd holenderski, który zwrócił się z zapytaniem do TS-u, sam wskazywał, że jego zdaniem przedmiotowa etykieta z nazwą „Nolens Jonge Jenever” była wystarczająca by wskazać, że jest to produkt belgijski o zawartości alkoholu 30% i w związku z tym nie ma ryzyka pomylenia z holenderską Jenever o zawartości alkoholu przynajmniej 35% i wyższej cenie. Wobec tego względy ochrony konsumenta – zdaniem sądu holenderskiego – nie usprawiedliwiają zakazu sprzedaży Nolens Jonge Jenever w Holandii.

Rząd holenderski twierdził, że same etykiety nie są wystarczające dla uniknięcia ryzyka mylenia przez konsumentów tradycyjnego napoju z nowym napojem o mniejszej zawartości alkoholu. Ponadto system etykietowania będzie całkowicie nieskuteczny w przypadku sprzedaży w hotelach i restauracjach.

Trybunał podzielił pogląd sądu holenderskiego, że etykieta jest w danym przypadku w zupełności wystarczająca i względy ochrony konsumenta nie mogą być brane pod uwagę dla usprawiedliwienia danego prawa holenderskiego. Uznał, że nie jest zgodne z art. 28 TWE stosowanie przez państwo członkowskie do takich samych produktów, importowanych z innego państwa członkowskiego krajowych przepisów, na podstawie których nazwa napoju może być używana tylko wówczas, jeżeli ten napój posiada minimalną zawartość alkoholu, jeżeli napoje te są legalnie wytwarzane i wprowadzane do obrotu pod taką samą nazwą w państwie pochodzenia, a nabywcy otrzymują dostateczną informację.

13. Wyrok z 4.12.1986 r., sprawa C-179/85 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1986] ECR 3879.

Prawo niemieckie zabraniało sprzedaży napojów takich jak „petillant de raisin” w tradycyjnych butelkach o kształcie butelek do szampana, z tradycyjnymi zatyczkami, w których od kilkudziesięciu lat były sprzedawane we Francji.

„Petillant de raisin” jest produkowany we Francji od 1956 r. z częściowo sfermentowanego soku winogronowego i zawsze był sprzedawany w butelkach przypominających kształtem butelki od szampana, z zastrutowaną zatyczką w kształcie grzybka. Jest to częściowo sfermentowany moszcz winny o zawartości alkoholu nie przekraczającej 3% i jest objęty wspólnotową regulacją rynku wina.

Rząd niemiecki twierdził, że jego rozwiązania są konieczne z uwagi na ochronę konsumentów.

TS zwrócił uwagę, że w ówczesnym stanie prawa wspólnotowego, przepisy wspólnotowe dotyczące wspólnej organizacji rynku wina nie mogły być uznane za wyczerpujące, zwłaszcza w odniesieniu do kształtu butelek. Zatem przyjęte w tym zakresie przepisy krajowe pozostają w mocy, o ile nie naruszają przepisów TWE. Zaznaczył, że – czego Niemcy nie kwestionowały – prawo niemieckie może ograniczać handel wewnątrzwspólnotowy. Producenci z eksportującego państwa członkowskiego, którzy chcieliby sprzedawać „petillant de raisin” w Niemczech, byliby zmuszeni do butelkowania tego wyrobu na ten konkretny rynek w butelki odmienne od używanych w kraju pochodzenia, jak też na pozostałych rynkach państw członkowskich. Zatem sprzedawanie „Petillant de raisin” w Niemczech byłoby kosztowniejsze lub trudniejsze.

Odnosząc się do podnoszonej przez Niemcy kwestii ochrony konsumenta Trybunał przypomniał, że jak już wcześniej orzekł w sprawie Prantl<sup>18</sup> uzasadnienie przepisów mających na celu ochronę konsumentów przed pomyleniem win i produktów innej jakości i pochodzenia nie może być co do zasady odrzucone. Jest to szczególnie istotne w sytuacjach, gdy liczy się tradycja i szczególne cechy produktu. Niemniej, w systemie wspólnego rynku ochrona konsumenta w zakresie prezentacji wina i innych produktów objętych wspólną organizacją rynku wina musi być zagwarantowana z uwzględnieniem interesów wszystkich stron i poszanowaniem uczciwych i tradycyjnych praktyk stosowanych w różnych państwach członkowskich.

Trybunał uznał, że postanowienia prawa wspólnotowego dotyczące oznakowania wina i produktów objętych wspólną organizacją rynku wina<sup>19</sup> są wyjątkowo szczegółowe i powinny wystarczyć dla zapobieżenia pomyłkom konsumentów, których obawiają się Niemcy. Z tego punktu widzenia fakt, że etykiety na butelkach „petillant de raisin” wskazują rzeczywistą naturę produktu i zawartość alkoholu, która jest niższa niż 3% jest wystarczający dla zapobieżenia jakimkolwiek pomyłkom wśród konsumentów (na marginesie należy dodać, że prawo niemieckie dopuszczało stosowanie takich butelek nie tylko do win musujących, ale także do owocowych napojów gazowanych; argument ten został wykorzystany przez Trybunał przy odrzuceniu argumentu dotyczącego uczciwości obrotu handlowego).

---

<sup>18</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 10.

<sup>19</sup> Zwłaszcza art. 22 i 23 rozporządzenia Rady (EWG) Nr 355/79.

14. Wyrok z 12.3.1987 r., sprawa C-176/84 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Grecka* [1987] ECR 1193.

Prawo greckie zabraniało sprzedaży piwa (w tym importowanego, legalnie wyprodukowanego i wprowadzonego do obrotu w innym państwie członkowskim), jeżeli nie spełniało ustanowionych w greckim prawie warunków. Reguły dotyczące wytwarzania piwa, formalnie dotyczyły wyłącznie piwa produkowanego w Grecji. Piwo musiało być zrobione wyłącznie ze słodu i z chmielu. Zakazane było dodawanie do piwa w trakcie produkcji lub po niej ekstraktów słodowych, gliceryny, cukru, a także innych substytutów słodu, czy dodatkowego alkoholu. Inna ustawa przewidywała, że importowane produkty żywnościowe muszą spełniać wszystkie warunki, które były nałożone na produkty wytwarzane w Grecji. W konsekwencji piwo zagraniczne nie może być importowane do Grecji, o ile nie jest wyprodukowane wyłącznie ze słodu jęczmiennego lub chmielu.

Rząd Grecji powoływał się m.in. na ochronę konsumenta, gdyż piwo wyprodukowane z innych składników niż sód jęczmienny i chmiel mogłoby ich wprowadzić w błąd.

Trybunał odnosząc się do greckich argumentów w kwestii ochrony konsumenta, od razu stwierdził, że grecki zakaz jest nieproporcjonalny do celu jakiemu ma służyć. Można go zastąpić systemem obowiązkowej informacji o naturze użytych surowców. Taki system może znakomicie działać nawet w przypadku towarów takich jak piwo, które niekoniecznie są dostarczane konsumentowi w butelkach czy puszkach, na których można umieścić stosowną informację o szczegółach. Jeżeli piwo jest sprzedawane z beczki, informacja może pojawić się na beczce lub na kurku.

15. Wyrok z 12.3.1987 r., sprawa C-178/84 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1987] ECR 1227.

Prawo niemieckie regulowało zasady wytwarzania piwa. Z jednej strony reguły te odnosiły się tylko do browarów znajdujących się w Niemczech, ale z drugiej strony, w zakresie w jakim odnosiły się do posługiwania się terminem „piwo”, dotyczyły także piwa importowanego.

Stosownie do prawa niemieckiego, piwa tzw. dolnej fermentacji mogły być wytwarzane wyłącznie ze słodu jęczmiennego, chmielu, drożdży i wody. Takie same zasady dotyczyły piw z tzw. górnej fermentacji, z tym, że dopuszczano użycie innego słodu (nie mógł on jednak pochodzić z ryżu, kukurydzy, ani sorga). Dopuszczalne były wyjątki, np. w przypadku piwa na eksport, specjalnych gatunków piwa lub piwa produkowanego w celach naukowych. Ponadto, reguły te nie dotyczyły wyrobu piwa na użytek domowy. Tylko fermentowane napoje, spełnia-

jące powyższe kryteria mogły być sprzedawane pod nazwą „piwo”. Napoje nie spełniające tych kryteriów mogły być sprzedawane pod inną nazwą gatunkową.

Niemcy początkowo powoływały się na ochronę zdrowia publicznego, jednak później argumentowały, że stosowna regulacja dotyczy wyłącznie oznakowania, a jej celem jest wyłącznie ochrona konsumenta. Konsumenti kojarzą określenie piwo z napojem wytworzonym wyłącznie z nieprzetworzonych surowców. W związku z tym należy ich chronić przed pomyłką co do natury produktu sprzedawanego jako piwo. Zdaniem Niemiec, ich prawo nie ma charakteru protekcyjnego. Nieprzetworzone produkty nie muszą być pochodzenia niemieckiego.

TS zauważył, że w sprawie nie jest kwestionowane, iż stosowanie prawa niemieckiego do piw z innych państw członkowskich, w których legalnie używa się innych niż sód jęczmienny surowców, np. ryżu lub kukurydzy, stanowi przeszkodę w ich imporcie do Niemiec. Argument, iż rozwiązanie to służy ochronie konsumentów, którzy kojarzą termin „piwo” z napojem wytworzonym z określonych produktów został przez Trybunał na wstępie odrzucony.

Po pierwsze, wyobrażenia konsumentów, które różnią się zależnie od państwa, zmieniają się w czasie. Stanowienie wspólnego rynku jest jednym z czynników, który może odegrać znaczącą rolę w tym rozwoju. Przepisy chroniące konsumentów przed wprowadzeniem w błąd mogą brać taki rozwój pod uwagę, natomiast przedmiotowe prawo niemieckie powstrzymuje taki rozwój. Prawo krajowe nie może utrzymywać określonych przyzwyczajzeń konsumentów, by wzmacniać przewagę krajowego przemysłu, który jest dostosowany do tych przyzwyczajzeń.

Po drugie, w innych państwach członkowskich odpowiednik niemieckiego terminu *bier* jest nazwą rodzajową dla fermentowanych napojów pochodzących ze srodu jęczmiennego bądź to czystego bądź z dodatkiem ryżu czy kukurydzy. Tak samo sprawa wygląda z punktu widzenia wspólnotowej taryfy celnej. Ponadto, samo prawo niemieckie posługuje się terminem piwo także w odniesieniu do napojów nie spełniających określonych w nim wymagań.

Wobec tego niemiecka nazwa *bier* (i jej odpowiedniki w językach pozostałych państw członkowskich) nie może być zastrzeżona do piw wytworzonych zgodnie z przepisami niemieckimi.

Należy umożliwić konsumentom, którzy kojarzą określoną jakość z piwem wytworzonym z konkretnych surowców, dokonywanie wyboru na tej podstawie. Może to jednak w pełni zostać zapewnione środkami, które nie hamują importu produktów legalnie wyprodukowanych i wprowadzonych do obrotu w innych państwach członkowskich, np. przez

obowiązkowe dołączanie odpowiednich etykiet informujących o naturze sprzedawanego produktu. Takie rozwiązania pozwalają konsumentowi dokonywać świadomego wyboru i gwarantują przejrzystość handlu. Jednak system obligatoryjnego informowania konsumenta nie może zawierać negatywnych skojarzeń z piwem nie odpowiadającym prawu niemieckiemu.

Ponadto, Trybunał orzekł, że – wbrew twierdzeniom Niemiec – system informowania konsumenta może świetnie działać także w odniesieniu do produktów takich jak piwo, które nie zawsze jest dostarczane konsumentowi w butelkach lub puszkach, na których można umieścić stosowne informacje. Takie rozwiązanie istnieje zresztą w prawie niemieckim, które przewiduje odpowiednią informację w przypadku piwa sprzedawanego z beczki – informacja pojawia się na beczce lub na kranie.

16. Wyrok z 14.2.1988 r., sprawa C-407/85 *Glocken GmbH i Gertraud Kritzinger v. USL Centro-Sud i Provincia autonoma di Bolzano* [1988] ECR 4233<sup>20</sup>.

Prawo włoskie stanowiło, iż jedynie pszenica durum może być używana do przemysłowej produkcji suchego makaronu (pasta), który może być przechowywany przez jakiś czas przed konsumpcją. Z drugiej strony wolno było używać pszenicy zwyczajnej do produkcji makaronu na małą skalę, z zamiarem natychmiastowej konsumpcji, a także na eksport. Jednak sprzedaż we Włoszech makaronu z pszenicy zwyczajnej lub z mieszanki pszenicy durum i zwyczajnej była zakazana.

Włoski rząd argumentował, że zezwalając na produkcję makaronu jedynie z pszenicy durum kierował się dwoma względami. Z jednej strony chciał zapewnić odpowiednią jakość makaronu, gdyż makaron wyprodukowany wyłącznie z pszenicy durum lepiej się gotuje. Z drugiej strony, chciał promować uprawę pszenicy durum, gdyż uprawiający ją rolnicy nie mają innego rynku zbytu we Wspólnocie poza produkcją makaronu. Ponadto, rolnicy w regionie Mezzogiorno mają niewielkie szanse przestawić się na inne gatunki zbóż.

Trybunał nie miał wątpliwości, iż zakaz sprzedaży makaronu wyprodukowanego z czegoś innego niż czysta pszenica durum jest przeszkodą w imporcie makaronu pochodzącego z innych państw członkowskich. Ponieważ Włochy powoływały się m.in. na ochronę konsumenta,

---

<sup>20</sup> Tego samego zagadnienia dotyczył także wyrok z 14.2.1988 r., sprawa C-90/86 *Postępowanie karne przeciwko Zoni* [1988] ECR 4285; także argumenty i tok rozumowania Trybunału były dokładnie identyczne.

przystąpił do analizy tego argumentu. Od razu odrzucił argument, jakoby włoskie prawo miało na celu ochronę konsumentów poprzez zagwarantowanie najwyższej jakości makaronu. Dozwolone jest dążenie do zapewnienia konsumentom, którzy przywiązują szczególną wagę do makaronu wyprodukowanego z pszenicy durum możliwości dokonania wyboru na podstawie tej cechy. Niemniej, możliwość wyboru może być zapewniona środkami, które nie powstrzymują importu towarów legalnie wyprodukowanych i wprowadzonych na rynek w innym państwie członkowskim, np. przez obowiązkowe umieszczanie stosownych etykiet informujących o naturze produktu.

Trybunał zauważył, że prawo włoskie może nie tylko wymagać podania składników, zgodnie z dyrektywą Rady 79/112/EWG<sup>21</sup>, ale może także ograniczyć określenie „makaron wyprodukowany z pszenicy durum” do makaronów wyprodukowanych wyłącznie z takiej pszenicy. Nadto, ponieważ makaron jest produktem, który może być podawany w restauracjach, możliwy jest system informowania konsumenta o oferowanych mu w tego typu lokalach produktach.

TS odrzucił argumenty, iż etykiety mogą nie dotrzeć do świadomości włoskiego konsumenta z wiadomością o naturze kupowanego produktu, gdyż słowo „pasta” kojarzy mu się z produktem wyłącznie z pszenicy durum. Zwrócił uwagę, że z jednej strony prawo włoskie samo używa terminu „pasta” na określenie makaronów przygotowanych z pszenicy zwyczajnej, mieszanki pszenicy zwyczajnej i durum, czyli w odniesieniu do świeżego makaronu i makaronu przeznaczonego na eksport. Z drugiej strony definiuje co to jest makaron z pszenicy durum. Zatem samo prawo włoskie używa określenia „potrawy z pszenicy durum” dla określenia jednego z gatunków makaronu, co pokazuje, że słowo „pasta” jest określeniem rodzajowym i w żaden sposób nie sugeruje, iż dany produkt został wyprodukowany wyłącznie z pszenicy durum.

17. Wyrok z 23.2.1988 r., sprawa C-216/84 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Francji* [1988] ECR 0793.

Prawo francuskie zabraniało importu i sprzedaży wszelkich substytutów mleka w proszku i substytutów mleka skondensowanego.

Rząd Francji podnosił, że jego przepisy są uzasadnione zarówno ochroną konsumenta jak i ochroną zdrowia publicznego, a także iż są zgodne z celami wspólnotowej polityki wobec produktów mleczarskich. Wysunął także trzy argumenty z zakresu ochrony konsumenta. Pierwszy dotyczył problemu informowania konsumentów, iż to co jest im ofe-

---

<sup>21</sup> Dyrektywa Rady 79/112.

rowane do spożycia, jest jedynie substytutem mleka. Drugi dotyczył pomylenia przez część konsumentów rzeczywistej natury przedmiotowych towarów. Trzeci dotyczył możliwości wyparcia produktów mleczarskich przez ich substytuty z rynku, ponieważ te ostatnie są tańsze. A to pozbawiłoby konsumentów wyboru.

TS przypomniał, iż w braku wspólnotowych reguł dotyczących wyrobu i sprzedaży produktów mleczarskich – substytutów mleka, do państw członkowskich należy określenie wszystkich kwestii dotyczących składu, produkcji i sprzedaży tych produktów na swoim terytorium. Niemniej, krajowe ustawodawstwo, aby mogło być uznane za zgodne z TWE, musi być uzasadnione albo na podstawie art. 30 TWE albo wymogami koniecznymi, dotyczącymi m.in. ochrony konsumenta. Ponadto, państwo członkowskie nie może powoływać się na takie usprawiedliwienie, jeżeli celu nie da się osiągnąć środkami mniej zakłócającymi handel wewnątrzspółnotowy.

Trybunał stwierdził, że – co do zasady – troska o dokładne poinformowanie konsumentów może być uzasadniona. Niemniej w tym przypadku informacja może być zapewniona przez odpowiednie etykiety informujące o naturze, składnikach i charakterystyce oferowanego produktu. Taka informacja może być zapewniona także w sytuacji, gdy napoje są sprzedawane z automatów, a także w ramach cateringu. W przypadku sprzedaży substytutów mleka w drodze cateringu mogą pojawić się pewne trudności z pełnym poinformowaniem konsumentów o charakterystyce produktów, trzeba jednak zauważyć, że pełna informacja nie jest także przedstawiana konsumentowi w przypadku sprzedaży w ten sposób innych towarów żywnościowych i posiłków. Brak zatem jakiegoś szczególnego powodu dla bardziej restrykcyjnego podchodzenia do informacji o substytutach wyrobów mleczarskich.

Odnosnie informacji, która może wprowadzać konsumentów w błąd, TS odwołał się do orzeczenia w sprawie *Fietje*<sup>22</sup>, w którym orzekł, że krajowe środki zapewniające odpowiedni opis produktu mogą być przyjęte bez naruszania zasady swobodnego przepływu towarów wyrażonej w art. 28 TWE, jeżeli unikają wprowadzania konsumenta w błąd i zapewniają uczciwość obrotu handlowego. Prawo wspólnotowe nie zabrania odpowiedniej informacji skierowanej do konsumenta. Jednak środki przyjęte w tym przypadku idą znacznie dalej.

Co do ryzyka wyparcia produktów mleczarskich przez ich substytuty z powodu niższej ceny, Trybunał zauważył, że państwa członkowskie nie mogą powoływać się na wymóg konieczny taki jak ochrona

---

<sup>22</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 1.



konsumenta w celu chronienia produktu przed konkurencją cenową, w związku z kłopotami ekonomicznymi spowodowanymi eliminacją barier w handlu wewnątrzspółnotowym. Nie zgodził się także, że przez zakaz sprzedaży substytutów mleka przedmiotowe przepisy chronią swobodę wyboru konsumenta. Jedynie możliwość importowania substytutów mleka da konsumentom prawdziwy wybór. Wobec tego, całkowity zakaz produkcji i sprzedaży substytutów mleka nie jest konieczny dla zapewnienia ochrony konsumenta.

18. Wyrok z 14.7.1988 r., sprawa C-298/87 *Postępowanie naprawcze w sprawie Smanor S.A.* [1988] ECR 4489.

Smanor była francuską spółką specjalizującą się w produkcji i sprzedaży hurtowej głęboko zamrożonych produktów, np. głęboko zamrożonego jogurtu, na podstawie opatentowanego przez siebie wynalazku. Od 1977 r. władze francuskie kilkakrotnie usiłowały zakazać działalności polegającej na sprzedaży zamrożonych produktów pod nazwą „jogurt” i nakazać używanie nazwy „głęboko zamrożone sfermentowane mleko”.

Prawo francuskie pod pojęciem „jogurt” rozumiało jedynie produkty otrzymane ze świeżego sfermentowanego mleka, charakteryzujące się odpowiednią zawartością bakterii. Po koagulacji mleka, jogurtu nie można było poddawać żadnym procesom z wyjątkiem chłodzenia i mieszania.

Sąd, przed którym toczyło się postępowanie naprawcze uznał, że kłopoty finansowe Smanor biorą się z francuskich przepisów dotyczących jogurtu ponieważ zmuszają one Smanor albo do rezygnacji ze swoich stoisk we Francji albo do nielegalnej sprzedaży głęboko zamrożonego jogurtu.

Wprawdzie sprawa dotyczyła francuskich produktów sprzedawanych na rynku francuskim i w żaden sposób nie wpływała na eksport tych produktów, to Trybunał wziął pod uwagę informacje przedstawione przez Komisję, iż głęboko zamrożony jogurt jest legalnie produkowany i sprzedawany pod taką właśnie nazwą w innych państwach członkowskich. Nie można zatem było wykluczyć, że będzie importowany do Francji i wówczas prawo francuskie będzie się do niego odnosiło.

Pomimo, że przedmiotowy zakaz, który nakazywał sprzedawać produkt pod inną nazwą nie wyłączał importu do danego państwa członkowskiego ani swobodnego obrotu tym towarem w danym państwie, mimo to mógł uczynić sprzedaż trudniejszą i w ten sposób wpłynąć przynajmniej pośrednio na handel wewnątrzspółnotowy.

Trybunał zauważył, że proponowana przez władze francuskie nazwa „głęboko zamrożone sfermentowane mleko” jest znacznie mniej

znana konsumentom niż „głęboko zamrożony jogurt”. Kryterium decydujące o zakazie używania słowa „jogurt”, czy „głębokie zamrożenie”, odnosi się do metody przechowywania, która jest szczególnie istotna przy imporcie tego typu produktów. W związku z tym krajowe przepisy zakazujące sprzedaży na terytorium danego państwa pod nazwą „głęboko zamrożony jogurt” jogurtów, które zostały poddane głębokiemu zamrożeniu, stanowi środek o podobnym skutku w rozumieniu art. 28 TWE.

Trybunał przypominał, że względy ochrony konsumenta mogą uzasadniać odstępstwo od art. 28 TWE. Zazaczył jednak, że środki muszą być proporcjonalne do celu. Jeżeli państwo członkowskie ma wybór pomiędzy różnymi środkami dla osiągnięcia danego celu, powinno wybrać te środki, które w najmniejszym stopniu ograniczają wolny handel. TS przyznał, że państwa członkowskie są uprawnione do zagwarantowania konsumentowi odpowiedniej informacji o produkcie, co daje mu możliwość wyboru w oparciu o tę informację. Dostarczenie takiej informacji może być efektywne bez konieczności zakazywania stosowania nazwy „jogurt”, np. poprzez wymóg odpowiedniego etykietowania, z obowiązkowym oznaczeniem „głęboko zamrożony”, dla jasnego wskazania konkretnego procesu, któremu produkt został poddany. Takie rozwiązanie jest tym bardziej właściwe, iż art. 5 ust. 3 dyrektywy 79/112 stanowi, iż nazwa pod którą produkt jest sprzedawany powinna być uzupełniona szczegółami dotyczącymi stanu fizycznego, szczególnie procesu, jakiemu produkt został poddany i wprost wymienia przykładowo stan „głębokiego zamrożenia”. Sytuacja byłaby odmienna jedynie wówczas, gdyby jogurt na skutek głębokiego zamrożenia tracił swoje cechy charakterystyczne, których oczekuje konsument kupując produkt pod nazwą „jogurt”.

W związku z tym, TS zauważył, że m.in. z przepisów kilku państw członkowskich wynika, że charakterystyczną cechą produktu sprzedawanego jako „jogurt” jest obecność znacznych ilości żywych bakterii mlecznych. W tej sytuacji krajowy zakaz używania nazwy „jogurt” w odniesieniu do sprzedaży głęboko zamrożonych produktów wydaje się być nieproporcjonalny w odniesieniu do celu jakim jest ochrona konsumenta, gdyż charakterystyka głęboko zamrożonych produktów nie jest znacząco inna, zwłaszcza gdy chodzi o ilość bakterii, od świeżych produktów. Odpowiednia etykieta wraz ze wskazaniem daty do której produkt powinien być sprzedawany bądź spożywany powinna wystarczyć by dać konsumentowi odpowiednie informacje. Dlatego też zakaz używania przez towary importowane, legalnie wyprodukowane i sprzedawane w innym państwie członkowskim, nazwy „jogurt” w stosunku do głęboko zamrożonych jogurtów, w sytuacji gdy charaktery-

styka zamrożonego produktu nie zmienia się znacząco w stosunku do świeżego, a ponadto stosowane są odpowiednie etykiety, jest sprzeczny z art. 28 TWE.

19. Wyrok z 22.9.1988 r., sprawa C-286/86 *Ministere public v. Gerard Desarbais* [1988] ECR 4907.

Prawo francuskie zastrzegало nazwę sera „Edam” dla sera zawierającego przynajmniej 40% tłuszczu. Rozwiązanie to zostało przyjęte w związku z przystąpieniem Francji do Międzynarodowej konwencji dotyczącej korzystania z nazw określających pochodzenie i nazw serów podpisanej w miejscowości Stresa 1.6.1951 r. Tymczasem pan Desarbais importował z Niemiec do Francji tamtejszy ser Edam zawierający jedynie 34,3% tłuszczu.

Trybunał zauważył, że określenie „Edam” nie jest związane z pochodzeniem sera; nie jest wskazaniem pochodzenia, czyli terminem, który stosownie do orzecznictwa Trybunału<sup>23</sup> opisuje produkt pochodzący z określonego obszaru geograficznego. Nazwa „Edam” jest jedynie nazwą pod którą sprzedawany jest ser. Ponadto, w konwencji ze Stresy słowo „Edam” nie jest wymieniane jako nazwa związana z pochodzeniem, a jedynie jako zwykła nazwa sera.

Następnie Trybunał zauważył, że nie było wspólnotowych przepisów dotyczących nazw różnych typów serów. Zatem, co do zasady, państwo członkowskie mogło ograniczyć używanie przez producentów krajowych określonej nazwy sera od tradycyjnej, minimalnej zawartości tłuszczu.

Niemniej, byłoby niezgodne z art. 28 TWE i celami wspólnego rynku stosowanie takich przepisów do serów importowanych tego samego typu, jeżeli sery te zostały legalnie wyprodukowane w innym państwie członkowskim, pod tą samą nazwą rodzajową, ale z mniejszą zawartością tłuszczu.

Powstaje pytanie, czy ta sama zasada miałaby zastosowanie, gdyby produkt występujący pod daną nazwą był tak znacząco odmienny w składzie od produktów ogólnie znanych pod tą nazwą na terenie Wspólnoty, że nie można by uznać, że należą do tej samej kategorii produktów. Jednak w niniejszym przypadku taka sytuacja nie zachodzi.

Zatem przepis art. 28 TWE wyłącza możliwość wprowadzenia przez państwo członkowskie przepisów, które uzależniałyby zgodę na używanie nazwy danego typu sera od zawartości tłuszczu, w odniesie-

---

<sup>23</sup> Zob. wyrok z 20.2.1975 r., *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1975] ECR 181.

niu do produktów tego samego typu, jeżeli był w tym kraju legalnie wyprodukowany i wprowadzony do obrotu, a konsumenci są odpowiednio poinformowani.

20. Wyrok z 2.2.1989 r., sprawa C-274/87 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1989] ECR 229.

Prawo niemieckie zabraniało sprzedaży wyrobów mięsnych, które zawierały składniki inne niż mięso (z pewnymi wyjątkami, na które nakładano dodatkowy wymóg zamieszczenia stosownej informacji na opakowaniu lub w formie znaków graficznych). Zakaz odnosił się także do towarów importowanych.

Niemcy utrzymywały, że kwestionowany zakaz importu jest konieczny ze względu na skuteczną ochronę niemieckich konsumentów, którzy z uwagi na swoje – liczone w dziesięcioleciach – zwyczaje kulinarne mają jasno sprecyzowane oczekiwania w stosunku do produktów mięsnych. Powinny one składać się wyłącznie lub w głównej mierze z mięsa i spełniać wymagania jakościowe, określone w prawie niemieckim.

Trybunał przypomniał, iż wielokrotnie podkreślał, że nie widzi nic złego w próbach umożliwienia konsumentom, którzy łączą pewną jakość z określonymi produktami, dokonywania wyboru w świetle tego kryterium. Jednak można im to umożliwić przy użyciu środków, które nie zapobiegają importowi produktów legalnie wyprodukowanych i sprzedawanych w innych państwach członkowskich. W szczególności można wykorzystać w tym celu obowiązek stosowania odpowiednich etykiet informujących o naturze sprzedawanego produktu.

Istotnie, w przypadku mięsa, wskazanie wszystkich składników może sprawiać trudności, gdy wyroby są sprzedawane luzem (ang. *in bulk*) lub wymienione w menu w restauracjach. Niemniej, dyrektywa 79/112/EWG<sup>24</sup> w art. 12 upoważnia państwa członkowskie do ustanowienia szczegółowych zasad znakowania produktów spożywczych oferowanych ostatecznemu konsumentowi w formie nieopakowanej. Ma to umożliwić dostarczenie konsumentowi informacji, która jest niezbędna dla dokonania wyboru i uniknięcia zarzucenia go zbyt szczegółową informacją. Ponadto problem etykietowania w takich sytuacjach już został w prawie niemieckim rozwiązany, w tym samym akcie prawnym, który zabrania sprzedaży wyrobów mięsnych zawierających inne składniki niż mięso. Określa on specjalne zasady etykietowania dla produktów wyłączonych spod zakazu sprzedaży, gdy są sprzedawane luzem (*in bulk*), zwłaszcza w restauracjach lub w punktach masowego żywienia.

---

<sup>24</sup> Dyrektywa Rady 79/112.

Wobec tego kwestionowany zakaz importu nie może być usprawiedliwiony względami „wymogów koniecznych” dotyczących ochrony konsumenta.

21. Wyrok z 11.5.1989 r., sprawa C-52/88 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Królestwo Belgii* [1989] ECR 1137.

Trybunał Sprawiedliwości orzekł, że wprowadzony przez jedno z państw członkowskich zakaz sprzedaży na jego terytorium wyrobów mięsnych zawierających więcej żelatyny niż określona w prawie belgijskim ilość, a pochodzących z innego państwa członkowskiego, gdzie zostały legalnie wyprodukowane i wprowadzone do obrotu nie może być usprawiedliwiony ochroną konsumentów, chyba że cele te nie mogą zostać osiągnięte przy pomocy środków w mniejszym stopniu ograniczających swobodny przepływ towarów.

22. Wyrok z 11.5.1989 r., sprawa C-76/86 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1989] ECR 1021.

Prawo niemieckie zabraniało wykorzystywania w charakterze środków spożywczych produktów imitujących mleko lub produkty mleczne. Nie wolno także było ich oferować, wystawiać na sprzedaż, sprzedawać albo w inny sposób wprowadzać do obrotu. Zakaz ten nie odnosił się jednak do margaryny i do niskotłuszczowej margaryny.

Rząd niemiecki podnosił, że przedmiotowy zakaz odnosi się wyłącznie do produktów, które ze względu na swoją fizyczną charakterystykę (wygląd) stanowią imitację mleka albo wyrobów mlecznych. Z drugiej strony nie ma zakazu sprzedaży na terytorium Niemiec substytutów mleka, które mają inną charakterystykę. Władze niemieckie podnosiły, że kwestionowany zakaz jest niezbędny dla realizacji wymogów koniecznych odnoszących się do ochrony konsumenta.

Trybunał przyznał, iż fakt, że zakaz odnosi się wyłącznie do produktów, które można pomylić z mlekiem, potwierdza, iż jego celem jest ochrona konsumenta. Zakaz pozostaje także w zgodzie z zasadą proporcjonalności, ponieważ żaden inny, mniej radykalny środek nie byłby wystarczający dla ochrony konsumentów przed ryzykiem wprowadzenia w błąd przez sprzedaż wiernych imitacji (mleka i produktów mlecznych).

TS odwołał się do swojego wyroku z 23.2.1988 r.<sup>25</sup>, w którym orzekł w sprawie podobnego zakazu obowiązującego w prawie francuskim. Uznał, że informacja może być dostarczana konsumentowi w szczególno-

---

<sup>25</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 17.

ści za pośrednictwem odpowiednich etykiet i może być także przekazywana gdy produkty są sprzedawane z automatów, a także w miejscach gdzie żywność jest dowożona. Choć w tym ostatnim przypadku mogą wystąpić pewne trudności w przekazaniu konsumentowi pełnej i szczególnej informacji, problem dotyczy wszystkich produktów podawanych w takich miejscach. Nie było żadnego powodu dla wprowadzania ostrzejszych reguł odnośnie informacji konsumenckiej w przypadku substytutów mleka.

Wydaje się, iż przepisy krajowe wydane w celu zapewnienia właściwego opisu produktów, co ma zapobiec pomyłkom wśród konsumentów i zagwarantować uczciwość obrotu nie naruszają zasady swobodnego przepływu towarów, wyrażonej w art. 28 TWE. Prawo wspólnotowe nie wyklucza stosowania przepisów krajowych zapewniających odpowiednią informację konsumencką i zapobiegającym pomyłkom. Jednak w danym przypadku prawo krajowe idzie dalej. W związku z tym należy uznać, że całkowity zakaz sprzedaży substytutów mleka nie jest niezbędny dla zapewnienia uczciwości obrotu i ochrony konsumenta.

23. Wyrok z 11.5.1989 r., sprawa C-25/88 *Postępowanie karne v. Esther Renée Bouchara, née Wurmser i Norlaine SA* [1989] ECR 1105.

Prawo francuskie nakazywało importerom weryfikację zgodności importowanego produktu z przepisami obowiązującego prawa. Nieprzestrzeżenie tego nakazu było zagrożone sankcjami karnymi.

Postępowanie przed sądem francuskim toczyło się przeciwko zarządowi Norlaine S.A., oskarżonemu o podstępne oferowanie sprzedaży bądź dopuszczenie do takiego oferowania towarów tekstylnych fałszywie oznaczonych co ich składu.

Norlaine kupowała dla sklepów działających pod nazwą „Bouchara” importowane tekstylia, dostarczane przez włoskich i niemieckich producentów. Wraz z towarami otrzymywała faktury wskazujące na skład produktu. Gdy spółka sprzedawała owe tekstylia swoim klientom, powielala na fakturach informacje otrzymane od zagranicznych dostawców, które następnie były umieszczane na towarach sprzedawanych konsumentom w sklepach Bouchara.

Trybunał zauważył, że wymaganie weryfikacji zgodności produktu z obowiązującym prawem od osoby, która wprowadza jako pierwsza produkt na rynek krajowy może powodować, iż handlowcy, którzy dystrybuują podobne towary krajowe i zagraniczne będą preferować produkty krajowe, w przypadku których obowiązek weryfikacji spoczywa na producencie.

Trybunał przypomniiał, że pomiędzy wymogami koniecznymi usprawiedliwiającymi środki ograniczające handel wewnątrzspółnotowy – o ile środki te stosowane są bez dyskryminacji ze względu na pochodzenie towaru – jest ochrona konsumentów. Środek, który nakłada na osobę, która jako pierwsza wprowadza produkt (niezależnie od jego pochodzenia) na rynek krajowy, obowiązek weryfikacji, odnosi się co do zasady do produktów krajowych i importowanych w jednakowy sposób. Aby prawo krajowe ograniczające import mogło zostać uznane za zgodne z art. 28 TWE musi być niezbędne dla efektywnej ochrony określonego interesu publicznego i nie może być możliwości zastosowania środka mniej restrykcyjnego (zasada proporcjonalności).

Jako przykład środka mniej restrykcyjnego, oskarżeni w głównym postępowaniu i Komisja podali możliwość prowadzenia postępowania karnego przeciwko zagranicznemu producentowi. Trybunał zauważył jednak, że gdyby nawet prawo krajowe przewidywało taką możliwość, zakłada to, że eksport prowadzony jest bezpośrednio przez producenta, a nie przez niezależnego od niego handlowca. Ponadto, w ówczesnym stanie prawa wspólnotowego nie było obowiązku wykonania zagranicznego wyroku karnego. Zatem możliwość nałożenia sankcji karnych na zagranicznego producenta, który nie przeprowadził weryfikacji wymaganej od krajowych producentów nie jest wystarczająca do osiągnięcia celu, któremu służą kwestionowane przepisy.

Nawet gdyby – co do zasady – nałożenie obowiązku weryfikacji zgodności produktu z prawem na osobę, która wprowadza po raz pierwszy do obrotu na rynku krajowym dany produkt, było uzasadnione np. względami ochrony konsumenta, stosowanie takiego obowiązku w odniesieniu do produktów pochodzących z innego państwa członkowskiego musi, zgodnie z zasadą proporcjonalności, uwzględniać z jednej strony wagę interesu publicznego, a z drugiej strony możliwości dowodowe normalnie dostępne dla importera.

Jeżeli chodzi o możliwość weryfikacji informacji prezentowanej konsumentowi co do składu produktu, gdy produkt jest wystawiany na sprzedaż, importer nie może, co do zasady, zostać zobowiązany do sprawdzania czy produkt jest zgodny z prawem. Taki obowiązek nakładałby na importera znacznie większy ciężar niż jest nałożony na krajowego producenta, który sprawuje kontrolę nad składem produktu, i często byłby nieproporcjonalny do celu jakiemu ma służyć, mając na względzie inne formy weryfikacji równie wiarygodne i mniej obciążające importera.

Państwa członkowskie mogą wymagać uprzedniego zatwierdzenia pewnych produktów, nawet jeżeli produkty były już zatwierdzone w innym państwie członkowskim, nie są jednak uprawnione do niepo-

trzebnego domagania się technicznych lub chemicznych analiz, kiedy te same analizy lub testy zostały już przeprowadzone w innym państwie członkowskim i ich rezultaty są władzom państwa importującego dostępne. Jest to przykład ogólnej zasady wzajemnego zaufania pomiędzy władzami państw członkowskich i musi znaleźć zastosowanie także wówczas gdy weryfikacja należy do obowiązków importera. Ten ostatni musi zatem mieć możliwość zwolnienia się z tego obowiązku poprzez przedstawienie certyfikatu dotyczącego składu produktu wystawionego przez władze państwa pochodzenia albo przez laboratorium autoryzowane do wystawiania takich certyfikatów przez te władze.

Jeżeli prawo państwa pochodzenia produktu nie wymaga oficjalnych certyfikatów dotyczących składu produktu, importer musi mieć także możliwość posługiwania się innymi atestami dającymi podobny stopień pewności. Sąd krajowy powinien ocenić, czy w danej sprawie atesty przedstawione przez importera są wystarczające dla uznania, że spełnił obowiązek weryfikacji.

Zatem przepisy wymagające od osoby wprowadzającej produkt po raz pierwszy na dany rynek krajowy przeprowadzania weryfikacji zgodności produktu z obowiązującym na tym rynku prawem dotyczącym zdrowia i bezpieczeństwa ludzi, uczciwego obrotu handlowego i ochrony konsumenta są zgodne z art. 28 i 30 TWE pod warunkiem, że ich stosowanie do produktów pochodzących z innego państwa członkowskiego nie wykracza poza to co niezbędne dla osiągnięcia danego celu, mając na względzie interes publiczny z jednej strony, a środki dowodowe normalnie dostępne dla importera, z drugiej strony. W odniesieniu do weryfikacji informacji o składzie produktu dostarczanego konsumentowi importer musi mieć możliwość posługiwania się certyfikatami wystawionymi przez władze państwa członkowskiego produkcji, albo przez laboratorium uprawnione przez te władze do wystawiania takich certyfikatów, a jeżeli prawo państwa pochodzenia nie wymaga takich certyfikatów, importer musi mieć możliwość posługiwania się innymi atestami o podobnym stopniu wiarygodności.

24. Wyrok z 16.5.1989 r., sprawa C-382/87 R. *Buet i Educational Business Services (EBS) v. Ministere Public* [1989] ECR 1235.

Prawo francuskie zabraniało sprzedaży materiałów edukacyjnych na zasadach handlu obnośnego w prywatnych mieszkaniach – w tym przypadku chodziło o domowe kursy dokształcające.

Pan Buet podnosił m.in., że taki zakaz jest sprzeczny z art. 28 TWE, gdyż zmusza go do zaniechania szczególnie efektywnej techniki sprzedaży i w ten sposób ogranicza sprzedaż we Francji produktów pochodzących z innego państwa członkowskiego.



Trybunał powołał się na swoje orzeczenie w sprawie Oosthoek<sup>26</sup>, w którym uznał, że nie można wykluczyć, iż zmuszanie przedsiębiorcy do przyjęcia metod sprzedaży lub reklamy innych niż w pozostałych państwach członkowskich albo do zaprzestania sposobu, który uważa za szczególnie efektywny, może stanowić przeszkodę w imporcie, nawet jeżeli jest stosowane bez dyskryminacji zarówno do produktów krajowych jak i importowanych. To stwierdzenie ma szczególnie zastosowanie, gdy kwestionowane przepisy pozbawiają przedsiębiorcę nie tyle środków reklamowania, ale metody sprzedaży, dzięki której realizuje większość swojej sprzedaży. Wobec tego zakaz sprzedaży materiałów do nauki języka obcego na zasadach handlu obnośnego od drzwi do drzwi stanowi przeszkodę w imporcie.

Następnie TS zauważył, że Francja przyjęła kwestionowane prawo w celu ochrony konsumentów przed ryzykiem dokonywania zakupu w sytuacji gdy są źle poinformowani. Niemniej, jak to już wcześniej Trybunał podkreślał<sup>27</sup> takie przepisy muszą być proporcjonalne do celów jakim mają służyć. Jeżeli państwo członkowskie może zastosować mniej restrykcyjne środki – powinno jej zastosować.

Domokrężna sprzedaż w prywatnych mieszkaniach wystawia potencjalnego klienta na ryzyko dokonania nierozważnego zakupu. Zazwyczaj wystarczającą ochroną przed takim ryzykiem jest danie nabywcy prawa odstąpienia od umowy zawartej u niego w mieszkaniu. Ryzyko nieprzemysłanego kupna jest jednak większe w przypadku akwizycji zapisów na kursy dokształcające lub akwizycji materiałów edukacyjnych. Potencjalni nabywcy często należą do kategorii osób, które z tej czy innej przyczyny mają zaległości w edukacji i poszukują możliwości ich nadrobienia. Czyni ich to szczególnie wrażliwymi w przypadku zetknięcia się twarzą w twarz ze sprzedawcą materiałów edukacyjnych, który usiłuje przekonać ich, że jeżeli skorzystają z proponowanych materiałów, będą mieli większe możliwości zatrudnienia. Ponadto, jak wynika z dokumentów, przedmiotowe przepisy są wynikiem licznych skarg spowodowanych nadużyciami jak np. sprzedaż miejsc na kursach, które już się odbyły.

Trybunał podkreślił, że nauczanie nie jest produktem konsumencym codziennego użytku. Nierozważny nabytek może wyrządzić nabywcy długotrwałą szkodę, większą niż zwykła strata finansowa. Kupno nieodpowiednich lub niskiej jakości materiałów może zmniejszyć szanse na dalsze szkolenie, a przez to utrwalić złą pozycję nabywcy na rynku

---

<sup>26</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 8.

<sup>27</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 16.

pracy. W tej sytuacji dopuszczalne jest uznanie przez krajowego ustawodawcę, że prawo odstąpienia od umowy nie jest środkiem wystarczającym dla ochrony konsumenta i że konieczny jest zakaz obnośnego handlu w prywatnych mieszkaniach.

TS zauważył także, że dyrektywa Rady 85/577/EWG w sprawie ochrony konsumentów w związku z umowami zawieranymi poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>28</sup> przyznaje konsumentom prawo do odstąpienia od tak zawartej umowy, ale z drugiej strony pozwala państwom członkowskim (art. 8) przyjąć lub utrzymywać w mocy postanowienia bardziej korzystne dla konsumenta. Ostatni myślNIK preambuły do dyrektywy wprost odwołuje się do możliwości wprowadzenia przez państwa członkowskie lub utrzymywania całkowitego lub częściowego zakazu zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa.

25. Wyrok z 7.3.1990 r., sprawa C-362/88 *GB-INNO-BM v. Confédération du commerce luxembourgeois (CCL)* [1990] ECR I-667.

GB-INNO-BM prowadziło supermarkety w Belgii, m.in. przy belgijsko-luksemburskiej granicy. Belgijska spółka dystrybuowała ulotki reklamowe w Belgii i w Luksemburgu. CCL było stowarzyszeniem typu non-profit, które twierdziło, że reprezentuje przedsiębiorców z Luksemburga. CCL wystąpiła do sądu w Luksemburgu o nakazanie zaprzestania dystrybucji ulotek. Według CCL taka dystrybucja była niezgodna z prawem luksemburskim o nieuczciwej konkurencji, stosownie do którego oferty sprzedaży wiążące się z czasową obniżką cen nie mogły podawać czasu trwania oferty, ani odnosić się do poprzedniej ceny (w Belgii taka forma reklamy była dozwolona).

Na wstępie TS odrzucił argument jakoby przepisy odnoszące się do reklamy nie miały związku ze swobodnym przepływem towarów. Przywołał orzeczenie w sprawie *Oosthoek*<sup>29</sup>, w którym orzekł że prawo, które ogranicza lub zabrania niektórych form reklamy i niektórych form promocji sprzedaży może – pomimo, że nie wpływa bezpośrednio na handel – ograniczać wolumen handlu, ponieważ wpływa na szanse sprzedaży.

Z zasady swobodnego przepływu towarów korzystają nie tylko przedsiębiorcy, ale i osoby fizyczne – konsumenci. Zwłaszcza w rejonach przygranicznych konsumenci mieszkający w jednym państwie członkowskim powinni mieć możliwość swobodnego podróżowania do drugiego państwa i móc robić tam zakupy na tych samych warunkach co miejscowa ludność. Ta swoboda jest ograniczona, jeżeli pozbawia się

---

<sup>28</sup> O.J. 1985, L 372, s. 31.

<sup>29</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 8.

konsumentów dostępu do reklamy dostępnej w państwie, w którym dokonywane są zakupy. Wobec tego zakaz dystrybucji reklamy wymaga rozważenia w świetle art. 28 TWE.

Według CCL i rządu luksemburskiego oba zakazy: podawania czasu trwania specjalnej oferty i odnoszenia się do poprzedniej ceny były usprawiedliwione względami ochrony konsumenta. Celem zakazu dotyczącego trwania oferty było uniknięcie zamieszania wśród konsumentów i mylenia specjalnych ofert sprzedaży z przeprowadzanymi co pół roku wyprzedażami, których daty i czas trwania były regulowane przez prawo luksemburskie. Zakaz odwoływania się do poprzedniej ceny miał być usprawiedliwiony faktem, że konsument nie ma zazwyczaj możliwości sprawdzenia, czy podawana poprzednia cena jest prawdziwa. Ponadto, podawanie poprzedniej ceny może wywierać na konsumenta silną presję psychologiczną.

GB-INNO-BM i Komisja były innego zdania. Według nich przeciętnie świadomy konsument zdaje sobie sprawę, że doroczne wyprzedaże mają miejsce dwa razy do roku. Jeżeli chodzi o porównywanie cen, to z wyjątkiem Niemiec i Luksemburga, pozostałe państwa członkowskie dopuszczały takie praktyki (o ile podawana poprzednia cena była prawdziwa).

Trybunał zauważył, że wspólnotowa polityka opiera się na silnym związku między chronieniem konsumenta a zapewnieniem mu odpowiedniej informacji<sup>30</sup>. Przypomniał, że stosownie do jego orzecnictwa, zakaz importu danego produktu do państwa członkowskiego jest sprzeczny z art. 28 TWE jeżeli cel takiego zakazu może być osiągnięty poprzez stosowanie odpowiednich etykiet na opakowaniu produktu, które dostarczą konsumentowi informacji niezbędnej do świadomego dokonania wyboru. Wynika stąd, iż prawo wspólnotowe dotyczące ochrony konsumentów traktuje dostarczanie niezbędnej konsumentowi informacji jako podstawowy środek. Nie można zatem interpretować przepisu art. 28 TWE jako zezwalającego na to, by prawo krajowe odmawiało konsumentowi dostępu do informacji uzasadniając to względami ochrony konsumenta.

26. Wyrok z 11.10.1990 r., sprawa C-196/89<sup>31</sup> *Postępowanie karne przeciwko Enzo Nespoli i Giuseppe Crippa* [1990] ECR I-3647.

Prawo włoskie zakazywało produkcji, importu i sprzedaży serów, których zawartość tłuszczu była niższa od określonego limitu.

---

<sup>30</sup> Trybunał odwołał się do kilku wspólnotowych programów dotyczących ochrony konsumenta.

<sup>31</sup> Zob. także wyrok z 11.10.1990 r., sprawa C-210/89 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Włoska* [1990] ECR 3697. Sprawa dotyczyła tych samych przepisów prawa włoskiego.

Minimalna zawartość tłuszczu różniła się w zależności od typu sera, a w przypadku serów typu szwajcarskiego – jak Emmenthal – wynosiła 45%.

Pan Nespoli został oskarżony o import i sprzedaż we Włoszech francuskiego sera znanego jako „Predor Light”, a pan Crippa został oskarżony o oferowanie sprzedaży tego sera w supermarkecie. Predor Light jest serem typu Emmenthal o zawartości tłuszczu 30% w suchej masie. Był sprzedawany w oryginalnym opakowaniu z francuskimi słowami „fromage demi-gras” (ser półtłusty), do którego dołączona była etykieta z włoskim napisem „prodotto caseario” (produkt serowy).

Trybunał zauważył, że nie było wspólnotowych zasad dotyczących wyrobu i sprzedaży sera. Zatem do poszczególnych państw członkowskich należy regulowanie na własnym terytorium warunków produkcji i sprzedaży tego produktu. Z drugiej strony państwa członkowskie mogą wykonywać swoje uprawnienia o tyle, o ile nie naruszają zasady swobodnego przepływu towarów określonej w TWE.

Należy zatem pamiętać, że ze względu na różnice, przepisy krajowe dotyczące sprzedaży danego produktu mogą tworzyć przeszkodę dla handlu wewnątrzspółnotowego, jeżeli są stosowane do produktów importowanych z innego państwa członkowskiego, w którym zostały legalnie wyprodukowane i sprzedawane. Wobec tego, takie przepisy będą zgodne z przepisami Traktatu tylko wówczas, gdy w granicach art. 28 TWE dotyczą bez rozróżniania produktów krajowych oraz importowanych i mają na celu osiągnięcie jednego z wymogów koniecznych, np. ochrony konsumenta, albo są uzasadnione jednym z interesów publicznych wymienionych w art. 30 TWE, jak np. ochrona zdrowia. Ponadto przepisy te muszą być niezbędne dla osiągnięcia danego celu, a cel nie może zostać osiągnięty środkami mniej restrykcyjnymi dla handlu wewnątrzspółnotowego.

W tym kontekście TS uznał, że przedmiotowe przepisy prawa włoskiego stanowią barierę w handlu ponieważ zabraniają importu serów o zawartości tłuszczu niższej niż wyznaczona, z państwa członkowskiego, w którym są legalnie produkowane i sprzedawane. Takie przepisy nie mogą być uznane – na potrzeby art. 28 TWE – za uzasadnione wymogami koniecznymi odnoszącymi się do ochrony konsumenta.

Rząd włoski podnosił, że uzasadnione oczekiwania konsumentów nie zostałyby spełnione, gdyby towary zaofiarowane im jako sery miały zupełnie inną charakterystykę. Trybunał odrzucił ten argument i wskazał po raz kolejny, że wystarczającym rozwiązaniem jest stosowanie odpowiednich etykiet, które dostarczą konsumentowi właściwej informacji o rzeczywistej zawartości tłuszczu w serze i umożliwią konsumentom podjęcie świadomego wyboru.

27. Wyrok z 13.11.1990 r., sprawa C-269/89 *Postępowanie karne przeciwko Bonfait BV* [1990] ECR I-4169.

Prawo holenderskie regulowało kwestie składu oraz opisu mięsa i gotowych produktów mięsnych. Jeden z przepisów dotyczył liczby zwanej „Federgetal”, która wyrażała stosunek zawartości wody do zawartości beztłuszczowych substancji organicznych. Liczba ta nie mogła być większa niż 4 w przypadku gotowych produktów mięsnych. Bonfait BV została oskarżona o to, że importowała z Niemiec produkty, nazywane „Mosaikpastete” i „Kaiserjagdwurst”, które sprzedawała jako gotowe produkty mięsne, choć w ich przypadku liczba *Federgetal* wynosiła odpowiednio: 4,7 i 4,5. Należy zaznaczyć, że produkty te były legalnie sprzedawane w Niemczech jako „Fleischwaren” (towary mięsne).

TS nie miał wątpliwości, że stosowanie własnych przepisów prawnych do towarów importowanych, które są legalnie sprzedawane w kraju pochodzenia jako gotowe produkty mięsne, lecz nie spełniają wymogów dotyczących stosunku zawartości wody do zawartości beztłuszczowych substancji organicznych obowiązujących w innym państwie członkowskim, może ograniczyć import tych towarów. Na stwierdzenie to nie ma wpływu fakt, że jak podnosił rząd holenderski, przedmiotowe przepisy nie zastrzegają nazwy rodzajowej dla produktów krajowych.

TS uznał także, że ochrona konsumenta może zostać zagwarantowana przy użyciu środków, które w mniejszym stopniu wpływają na import produktów, które zostały legalnie wyprodukowane i sprzedane w innym państwie członkowskim. Można stosować odpowiednie etykiety informujące o naturze sprzedawanego produktu. Etykiety, które zawierają wyczerpującą informację na temat składu produktu i wskazują wzajemne proporcje składników pozwolą konsumentowi wybrać – jeżeli będzie chciał – produkt spełniający krajowe standardy dotyczące proporcji wody do organicznych składników nietłuszczowych.

28. Wyrok z 12.12.1990 r., sprawa C-241/89 *SARPP – Société d’application et de recherches en pharmacologie et phytothérapie SARL v. Chambre syndicale des raffineurs et conditionneurs de sucre de France i innym* [1990] ECR I-4695.

Sprawa dotyczyła francuskich przepisów o oznakowaniu, prezentacji i reklamowaniu sztucznych substancji słodzących. Nie wolno było czynić jakichkolwiek aluzji do fizycznych, chemicznych lub odżywczych właściwości cukru lub do słowa „cukier” przy oznaczaniu słodzików słodszych niż cukier, ale nie posiadających tych samych wartości odżywczych, w znakowaniu żywności zawierającej takie substancje, jak również przy okazji sprzedaży i prezentacji takich substancji i takiej żywności oraz w związku z przekazywaną konsumentom informacją o tych produktach.

Trybunał zajął stanowisko, że choć celem tych przepisów jest ochrona konsumentów przed wprowadzeniem w błąd co do charakterystyki, efektów lub właściwości danej żywności, to są one nieproporcjonalne w stosunku do tego celu. Wystarczający byłby zakaz stosowania tylko tych stwierdzeń, które wskazują, sugerują lub prowadzą do przekonania, że sztuczne słodziki posiadają właściwości podobne do cukru, podczas gdy w rzeczywistości ich nie mają. Troska o dobro konsumentów nie może usprawiedliwiać ogólnego zakazu używania jakichkolwiek stwierdzeń odnoszących się do słowa „cukier” lub do właściwości cukru, które sztuczne słodziki również posiadają, jak choćby właściwość słodzącą.

29. Wyrok z 13.12.1990 r., sprawa C-238/89 *Pall Corp. v. P. J. Dahlhausen & Co.* [1990] ECR I-4827.

Firma Dahlhausen sprzedawała w Niemczech filtry krwi, które importowała z Włoch. Włoski producent filtrów umieszczał na filtrach i na ich opakowaniu znak towarowy „Miropore” wraz ze znaczkiem „®”. Pall wystąpiła do sądu o zakazanie Dahlhausen stosowania w Republice Federalnej Niemiec znaku „®” po znaku towarowym „Miropore” na filtrach krwi, ponieważ ten znak towarowy nie był zarejestrowany w Niemczech. Pall twierdziła, że w tej sytuacji mamy do czynienia z reklamą wprowadzającą w błąd, co stosownie do prawa niemieckiego stanowi czyn nieuczciwej konkurencji.

Trybunał zauważył, że stosowanie obok znaku towarowego symbolu „®”, pochodzącego od angielskiego słowa „registered”, jako oznaczenia, że znak jest zarejestrowany i chroniony prawnie, jest praktyką wywodzącą się z USA, gdzie jest prawnie uregulowane. Praktyka ta jest powszechna w części państw członkowskich Wspólnoty Europejskiej. Prawo niemieckie nie reguluje jednak kwestii używania symbolu „®”.

Dalej Trybunał przystąpił do analizy pytania sądu niemieckiego, czy zakazanie Dahlhausen stosowania przedmiotowego symbolu na terytorium Niemiec z uwagi na brak rejestracji znaku w Niemczech byłoby naruszeniem art. 28 TWE. TS stwierdził, że przedmiotowy zakaz może negatywnie wpłynąć na handel wewnątrz wspólnotowy ponieważ może zmusić uprawnionego ze znaku towarowego, zarejestrowanego tylko w jednym państwie członkowskim, do zmiany prezentacji swojego produktu w zależności od miejsca zamierzonej sprzedaży. Może go także zmusić do stworzenia odrębnych kanałów dystrybucyjnych, by zapewnić, że towary oznaczone symbolem „®” nie znajdą się w obiegu w państwie, które taki zakaz wprowadziło.

Zakaz odnosił się bez różnicy do towarów krajowych i importowanych. Jego celem było zapobieżenie ryzyku błędu co do miejsca, w któ-

rym znak jest zarejestrowany i chroniony. Kwestia czy produkt jest krajowego czy zagranicznego pochodzenia nie miała znaczenia.

Trybunał odrzucił argument jakoby zakaz był uzasadniony ochroną konsumenta ponieważ stosowanie symbolu „®”, który wskazuje, że znak jest zarejestrowany wprowadza ich w błąd, jeżeli znak nie jest zarejestrowany w państwie, w którym produkt jest sprzedawany. TS uznał, że nie wykazano, by w powszechnej opinii symbol „®” był postrzegany jako oznaka, że znak jest zarejestrowany w państwie, w którym produkt jest sprzedawany. Ponadto, nawet gdyby niektórzy konsumenci mogli co do tego faktu zostać wprowadzeni w błąd, takie ryzyko nie może uzasadniać tak znaczącej przeszkody w swobodnym przepływie towarów, gdyż konsumenci są bardziej zainteresowani jakością produktu niż miejscem rejestracji znaku.

30. Wyrok z 21.3.1991 r., sprawa C-369/88<sup>32</sup> *Postępowanie karne przeciwko Jean-Marie Delattre* [1991] ECR I-1487.

Prawo francuskie rezerwowało dla farmaceutów prawo sprzedawania produktów medycznych. Ponadto stanowiło, że przedsiębiorstwo trudniące się przygotowaniem, sprzedażą hurtową lub hurtową dystrybucją produktów medycznych i innych produktów, których sprzedaż jest zarezerwowana dla farmaceutów musi być własnością farmaceutów, albo spółki, w której zarządzie lub władzach administracyjnych znajduje się farmaceuta. Ponadto, przed przystąpieniem do sprzedaży opatentowanych produktów medycznych należało uzyskać zgodę Ministra Spraw Socjalnych.

Firma Svensson importowała i sprzedawała we Francji na zamówienie pocztowe różne produkty wyprodukowane w Belgii, gdzie były sprzedawane jako środki spożywcze albo jako kosmetyki. Postępowanie karne wszczęto przeciwko dyrektorowi firmy Svensson, panu Delattre, pod zarzutem, że niektóre ze sprzedawanych produktów były produktami medycznymi, zatem należało uzyskać zezwolenie na ich sprzedaż, a ponadto mogły być sprzedawane wyłącznie przez farmaceutów.

Sprzedawane produkty miały mieć działanie odchudzające, regenerujące, usuwające zmęczenie itp. Miały postać tabletek, kremów, żeli

---

<sup>32</sup> Podobnego stanu faktycznego dotyczył wyrok z 21.3.1991 r., sprawa C-60/89 *Postępowanie karne przeciwko Jean Monteil i Daniel Samanni* [1991] ECR I-1547. Choć stan faktyczny był trochę inny, pytania zadane Trybunałowi przez sąd krajowy dotyczyły tego samego stanu prawnego (prawa francuskiego), a wywody i konkluzje Trybunału w zakresie swobodnego przepływu towarów i monopolu farmaceutów były identyczne.

i wszystkie, z wyjątkiem jednego, były zaopatrzone w adnotację, że nie są produktami medycznymi.

Odpowiadając na pytanie dotyczące monopolu farmaceutów na sprzedaż produktów medycznych, Trybunał przypomniał, że wyłącznym celem obowiązującej w tym zakresie dyrektywy 65/65<sup>33</sup> jest stworzenie wspólnotowej definicji produktu medycznego i opatentowanego produktu medycznego (z pewnymi wyjątkami) w celu określenia zakresu zharmonizowanej procedury uzyskiwania zezwoleń na sprzedaż i ułatwienia swobodnego przepływu tych produktów. Znajduje to swoje potwierdzenie w preambule do dyrektywy 85/432/EWG<sup>34</sup>, która stanowi, że „geograficzna dystrybucja farmaceutyków i monopol na dostawę produktów medycznych ciągle należą do państw członkowskich”. Wynika stąd, że prawo wspólnotowe nie harmonizuje kwestii związanych ze sprzedażą produktów medycznych w państwach członkowskich. Mają one kompetencje do regulowania dystrybucji produktów farmaceutycznych, w zgodzie z przepisami TWE dotyczącymi w szczególności swobodnego przepływu towarów. Dalej TS przywołał orzeczenie w sprawie Oosthoek<sup>35</sup>, w którym orzekł, że prawo, które ogranicza lub zabrania niektórych form reklamy i niektórych form promocji sprzedaży, może – pomimo, że nie wpływa bezpośrednio na handel – ograniczać wolumen handlu, ponieważ wpływa na szanse sprzedaży importowanych produktów. Nie można wykluczyć, że zmuszenie producenta do przyjęcia innych metod sprzedaży lub reklamy w różnych państwach członkowskich, albo do porzucenia metody, która jest według niego wyjątkowo skuteczna może stanowić przeszkodę w imporcie, nawet jeżeli prawo odnosi się jednakowo do produktów krajowych i importowanych. Te uwagi odnoszą się tym bardziej do sytuacji, w której przedsiębiorca pozbawiony zostaje możliwości korzystania nie tyle ze środków reklamy, ale metody sprzedaży, przez którą dokonuje prawie wszystkich swoich transakcji (np. zamówienie pocztowe).

Zatem monopol przyznany aptekarzom, dotyczący sprzedaży produktów medycznych może – na tyle na ile ogranicza sprzedaż do pewnych kanałów – wpływać na możliwości sprzedaży importowanych produktów i w konsekwencji może stanowić środek o podobnym skutku do ograniczeń ilościowych w rozumieniu art. 28 TWE.

---

<sup>33</sup> Dyrektywa Rady 65/65/EWG z 26.1.1965 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i działań administracyjnych dotyczących opatentowanych produktów medycznych, O.J. 1965, P 022/369.

<sup>34</sup> Dyrektywa Rady 85/432/EWG z 16.9.1985 r. dotycząca koordynacji przepisów ustawowych, wykonawczych i działań administracyjnych odnoszących się do niektórych działalności w zakresie farmacji, O.J. 1985, L 253/34.

<sup>35</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 8.



Z drugiej strony, monopol przyznany farmaceutom może być usprawiedliwiony jednym z interesów ogólnych wymienionych w art. 30 TWE, a konkretnie ochroną zdrowia i życia ludzi. Ponadto, skoro dotyczy produktów krajowych i importowanych bez różnicowania, monopol ten może być także uzasadniony ochroną konsumenta.

Jednak analiza, czy przedmiotowy monopol nie jest środkiem zbyt restrykcyjnym, a także czy jest środkiem odpowiednim w przypadku para-farmaceutyków, należy do sądu krajowego.

31. Wyrok z 30.4.1991 r., sprawa C-239/90 *SCP Boscher, Studer and Fromentin v. SA British Motors Wright i inni* [1991] ECR I-2023.

Sprawa dotyczyła francuskiego ustawodawstwa z 1841 (!) r., stosownie do którego sprzedaż na publicznej aukcji używanych przedmiotów była dozwolona pod warunkiem uprzedniego uzyskania przez przedsiębiorstwo oferujące towary na sprzedaż wpisu do rejestru handlowego właściwego ze względu na miejsce przeprowadzania aukcji (w danym przypadku chodziło o sprzedaż samochodów).

Trybunał odwołał się do orzeczeń w sprawach *Oosthoek*<sup>36</sup> i *GB-INNO*<sup>37</sup>, w których orzekł, że zmuszanie przedsiębiorcy do zmiany sposobów sprzedaży, które uważa za szczególnie efektywne, w zależności od państwa, może być barierą dla importu, nawet jeżeli przepis nie dyskryminuje towarów zagranicznych. Ma to zastosowanie przede wszystkim do sytuacji, w której przepis pozbawia przedsiębiorcę możliwości korzystania z danej metody sprzedaży. Ponadto, przepisy, które zmuszają przedsiębiorcę z siedzibą w jednym państwie członkowskim do poniesienia dodatkowych wydatków w związku z koniecznością spełnienia wymogu posiadania przedstawiciela w drugim państwie członkowskim muszą być uznane za środki o skutku podobnym do ograniczeń ilościowych w imporcie w rozumieniu art. 28 TWE.

Prawo krajowe, które nakłada na sprzedawcę obowiązek uprzedniego uzyskania wpisu do miejscowego rejestru handlowego ogranicza swobodny przepływ towarów, ponieważ skutkuje koniecznością – po stronie sprzedawcy – skorzystania z usług przedsiębiorcy prowadzącego działalność na miejscu aukcji lub do rezygnacji z takiej metody sprzedaży.

Argument za słusnością rozwiązań francuskich opierał się na założeniu, iż w przeciwnym razie system publicznych aukcji może nie zapewnić konsumentowi odpowiedniej ochrony co do pochodzenia i sta-

---

<sup>36</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 8.

<sup>37</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 25.

nu artykułu nabywanego bez możliwości przemyślenia transakcji przed jej dokonaniem.

TS przypomniał, że stosowanie wymogów koniecznych powinno być proporcjonalne do celu, któremu ma służyć. Państwo, jeżeli ma wybór, powinno stosować najmniej restrykcyjne środki. Według Trybunału, system publicznych aukcji zazwyczaj gromadzi kupców, którzy są dobrze poinformowani. Ponadto, istnieje odpowiednia ochrona dla konsumenta, mniej ograniczająca przepływ towarów niż nakaz uzyskania wpisu do miejscowego rejestru handlowego. Cel, jakim jest ochrona konsumentów przed nabywaniem kradzionych samochodów, może być osiągnięty przez odpowiednią kontrolę, np. sprawdzanie numerów podwozia. W związku z tym nie można w danym przypadku powoływać się na wymogi konieczne dotyczące ochrony konsumenta.

32. Wyrok z 20.6.1991 r., sprawa C-39/90 *Denkavit Futtermittel GmbH v. Land Baden Württemberg* [1991] ECR I-3069.

Władze Badenii Wirtembergii odmówiły firmie Denkavit zgody na sprzedaż na terytorium RFN pasz legalnie wyprodukowanych w Holandii. Powodem odmowy był fakt nie spełnienia przez Denkavit wprowadzonego przez prawo niemieckie obowiązku wskazywania składników mieszanych pasz – w malejącym porządku w stosunku do proporcji.

Trybunał nie miał wątpliwości, że obowiązek stosowania tego typu deklaracji, odnoszący się bez dyskryminacji do towarów krajowych i importowanych, utrudni import mieszanych pasz z innych państw członkowskich, które nie wymagają takiej deklaracji. Jest zatem objęty zakresem art. 28 TWE. Może być jednak usprawiedliwiony względami wymogów koniecznych dotyczących np. ochrony konsumenta.

Trybunał wziął pod uwagę, że omawiany nakaz został w Niemczech wprowadzony m.in. w celu informowania rolników o typie i ilości surowców (składników) wchodzących w skład mieszanych pasz i zgodził się, że ochrona konsumenta może uzasadniać stosowanie takiego rozwiązania. Nie miał także wątpliwości dotyczących proporcjonalności takich środków. Zazaczył, że stosowanie odpowiednich etykiet jest uznawane za jeden z środków w najmniejszym stopniu ograniczających swobodny przepływ towarów.

33. Wyrok z 18.5.1993 r., sprawa C-126/91 *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e.V. v. Yves Rocher GmbH* [1993] ECR I-2361.

W 1986 r. Niemcy wprowadziły zakaz stosowania reklamy polegającej na indywidualnym porównywaniu cen. Zakaz ten miał służyć ochronie konsumentów i konkurencji. Zakaz nie był jednak absolutny.

Wyjątki dotyczyły reklamy, która nie „przyciągała wzroku” (ang. „eye-catching” i niem. „Blickfangmaessig”) oraz reklamy w katalogach.

Yves Rocher sprzedawała w Niemczech, za pośrednictwem wysyłki pocztowej, kosmetyki dostarczane przez spółkę matkę, z których większość była produkowana we Francji. Reklama była wyprodukowana przez spółkę matkę, według standardowego wzoru, dla różnych państw członkowskich i była rozpowszechniana w katalogach i broszurach reklamowych. W ramach swojej działalności, Yves Rocher rozpowszechniała broszurę reklamową z nagłówkiem: „Zaoszczędź do 50% i więcej przy zakupie 99 Twoich ulubionych produktów Yves Rocher”. Schutzverband wniosła o zakazanie stosowania tej reklamy.

Rząd niemiecki podnosił, że zakaz ma chronić konsumentów przed przynętami reklamowymi zawierającymi porównywanie cen, które często wprowadzają w błąd. Po pierwsze łatwo jest oszukać konsumenta, który na ogół nie ma możliwości zweryfikowania, czy porównanie ceny nowej do starej jest prawdziwe. Po drugie, reklama wykorzystująca porównanie cen może sugerować atrakcyjny poziom cen dla wszystkich produktów, co nie konieczne jest prawdą w przypadku określonego typu produktów.

Trybunał odpowiadając na zapytanie sądu krajowego przywołał najpierw formułę *Dassonville*, a następnie wyrok w sprawie *Oosthoek's*, w którym orzekł, że zmuszanie do zmiany sposobu reklamy lub sposobu sprzedaży w zależności od państwa członkowskiego stanowi środek o podobnym skutku w rozumieniu art. 28 TWE. Zatem przedmiotowy przepis prawa niemieckiego jest środkiem o podobnym skutku do ograniczeń ilościowych w imporcie, może być jednak usprawiedliwiony wymogami koniecznymi odnoszącymi się np. do ochrony konsumenta, jeżeli ponadto jest proporcjonalny do celu.

Trybunał nie miał wątpliwości, że ochrona konsumenta przed reklamą wprowadzającą w błąd jest uzasadnionym celem z punktu widzenia prawa wspólnotowego. Pozostała jednak ocena czy dane rozwiązanie jest proporcjonalne. Zwrócił uwagę, że zakaz ma zastosowanie do reklamy, która przyciąga wzrok, niezależnie od tego czy jest prawdziwa. W danym przypadku zakazano reklamy właśnie dlatego, że przyciągała wzrok, a nie dlatego, że była nieprawdziwa. Zakaz idzie – zdaniem Trybunału – dalej niż tego wymaga jego cel. Zakazuje reklamy, która nie wprowadza w błąd lecz zwiera porównanie cen, rzeczywiście stosowanych, co może znacznie ułatwić konsumentowi dokonanie wyboru, przy pełnej znajomości faktów.

Należy ponadto zauważyć, że inne państwa członkowskie osiągnęły ten sam cel przy pomocy środków znacznie mniej restrykcyjnych<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> Zob. par. 52 opinii rzecznika generalnego, [1993] ECR I-02361.

Wobec tego TS uznał przedmiotowy zakaz za wprawdzie uzasadniony ochroną konsumenta, jednak nieproporcjonalny w stosunku do celu i przez to niezgodny z art. 28 TWE.

34. Wyrok z 2.2.1994 r., sprawa C-315/92 *Verband Sozialer Wettbewerbet e.V. v. Clinique Laboratoires SNC i Estée Lauder Cosmetics GmbH* [1994] ECR I-0317.

Obie firmy pozwane w głównym postępowaniu, były spółkami zależnymi od amerykańskiej spółki Estée Lauder i sprzedawały kosmetyki produkowane przez tę spółkę. Produkty te były przez wiele lat sprzedawane pod nazwą „Clinique”, z wyjątkiem Niemiec, gdzie sprzedawano je pod nazwą „Linique”. Z uwagi na chęć obniżenia kosztów opakowań i kosztów reklamy spowodowanych różnicami w nazwie, spółka postanowiła także na rynku niemieckim używać nazwy „Clinique”. W tej sytuacji Verband Sozialer Wettbewerb eV wniosło o zakazanie sprzedawania kosmetyków pod tą nazwą, gdyż może ona wprowadzać konsumentów w błąd, sugerując im, że produkty mają medyczne właściwości.

Trybunał przywołał orzeczenie w sprawie *Keck i Mithouard*<sup>39</sup>, w którym orzekł, że art. 28 TWE zakazuje stosowania ograniczeń w swobodnym przepływie towarów wynikających z przepisów, które nakładają na te towary obowiązek sprostania pewnym wymogom (jak opis, forma, rozmiar, waga, skład, prezentacja, etykiety, opakowanie), nawet jeżeli przepisy te odnoszą się do produktów krajowych i importowanych bez dyskryminacji, chyba że ich stosowanie może być uzasadnione interesem publicznym przeważającym nad zasadą swobodnego przepływu towarów. Niemniej, przepisy te muszą być proporcjonalne w stosunku do celu.

Zakaz dystrybuowania w Niemczech kosmetyków pod tą samą nazwą, pod jaką są sprzedawane w innych państwach członkowskich stanowi, co do zasady, przeszkodę w handlu wewnątrzspółnotowym. Na skutek tego zakazu zainteresowane przedsiębiorstwo musi w tym państwie członkowskim sprzedawać swoje produkty pod inną nazwą i ponosić z tego tytułu dodatkowe koszty opakowania i reklamy.

Poza sporem był fakt, że kosmetyki produkowane przez Estée Lauder były w Niemczech sprzedawane wyłącznie w perfumeriach i działach kosmetycznych dużych sklepów. Żaden produkt nie był dostępny w aptekach. Nie ulegało wątpliwości, że produkty były prezentowane

---

<sup>39</sup> Wyrok z 24.11.1993 r., połączone sprawy C-267/91 i 268/91 *Postępowanie karne przeciwko Bernardowi Keck i Danielowi Mithouard* [1993] ECR I-06097.

jako kosmetyki, a nie jako produkty medyczne. Nadto, produkty te były normalnie sprzedawane w innych państwach pod nazwą „Clinique” i nazwa ta ewidentnie nie wprowadzała tamtejszych konsumentów w błąd. Wobec tego zakaz stosowania nazwy „Clinique” w Niemczech nie jest konieczny dla zapewnienia ochrony konsumenta. Kliniczne czy medyczne konotacje słowa „Clinique” nie są wystarczające, by słowo to wprowadzało w błąd i by usprawiedliwić zakaz.

35. Wyrok z 9.8.1994 r., sprawa C-51/93 *Meyhui NV v. Schott Glaswerke AG* [1994] ECR I-3879.

Schott była niemiecką spółką zajmującą się produkcją szkła krystalicznego, natomiast Meyhui była spółką belgijską zajmująca się m.in. importem szkła produkowanego przez Schott.

Spór pomiędzy spółkami powstał na tle dyrektywy Rady 69/493 dotyczącej szkła krystalicznego<sup>40</sup>. Dyrektywa ustalała zasady składu, produkcji oznakowania produktów ze szkła krystalicznego. Dzieliła szkło na cztery kategorie (w zależności od składników) i w przypadku dwóch gorszych kategorii wprowadzała obowiązek podawania opisu produktu wyłącznie w języku państwa, w którym produkty są sprzedawane. Ponieważ spółka Schott odmówiła opisywania swoich produktów importowanych przez Meyhui do Belgii w językach urzędowych Belgii, została pozwana przez Meyhui. Sąd krajowy powziął wątpliwości, czy przedmiotowa dyrektywa, nie narusza art. 28 TWE.

TS przypomniał, że art. 28 zakazuje stosowania przeszkód w swobodnym przepływie towarów wynikających ze stosowania przepisów, które wprowadzają obowiązki dotyczące opisu, formy, kształtu, wagi, składu, prezentacji, etykiety lub opakowania, którym te towary mają sprostać. Nawet jeżeli przepisy te odnoszą się do produktów krajowych i importowanych bez dyskryminacji, chyba że ich stosowanie może być uzasadnione interesem publicznym przeważającym nad zasadą swobodnego przepływu towarów. Niemniej, przepisy te muszą być proporcjonalne w stosunku do celu. Następnie zaznaczył, że zakaz stosowania ograniczeń ilościowych i środków o podobnym skutku dotyczy także środków przyjmowanych przez instytucje wspólnotowe.

W danym przypadku, obowiązek stosowania opisu szkła krystalicznego (dwóch kategorii) wyłącznie w języku państwa, w którym produkty są sprzedawane stanowił barierę w handlu wewnątrzspółnotowym, ponieważ produkt importowany z innego państwa członkowskie-

---

<sup>40</sup> Dyrektywa Rady 69/493/EWG z 15.12.1969 r w sprawie zbliżenia przepisów państw członkowskich dotyczących szkła krystalicznego, O.J. 1969, L 326/36.

go musiał mieć inną etykietę, co zwiększało koszty. Trybunał zauważył jednak, że w przypadku dwóch lepszych kategorii szkła krystalicznego (do których nie odnosił się przedmiotowy nakaz), w nazwie szkła słowo *crystal* pojawia się w każdym języku używanym we Wspólnocie, jest zatem łatwo rozpoznawalne i za każdym razem towarzyszy mu wskazanie zawartości ołowiu.

Natomiast w przypadku dwóch gorszych kategorii szkła, nazewnictwo w poszczególnych językach używanych we Wspólnocie nie jest tak jednoznaczne. Wobec tego jakość użytego szkła nie jest łatwo rozpoznawalna dla przeciętnego konsumenta, dla którego zakup kryształowego szkła nie należy do codziennych czynności. Niezbędne jest dostarczenie konsumentowi jak najbardziej precyzyjnej i jasnej informacji na temat kupowanego towaru, tak by nie pomylił produktów z gorszych kategorii z produktami należącymi do lepszych kategorii i nie przepłacał. Należy uznać, że obowiązek informowania konsumenta wyłącznie w jego języku jest odpowiednim środkiem ochrony i nie jest nieproporcjonalny do celu, gdyż nie wskazano żadnych innych środków, które zapewniłyby osiągnięcie celu, a były mniej restrykcyjne dla producentów.

36. Wyrok z 15.9.1994 r., sprawa C-293/93 *Postępowanie karne przeciwko Ludomire Neeltje Houtwiper* [1994] ECR I-4249.

Pani Houtwiper została oskarżona o posiadanie i handlowanie złotymi i srebrnymi pierścionkami bez wymaganych przez prawo holenderskie cech probierczych. Cechy informowały o ilości czystego metalu zawartej w wyrobie. Prawo cechowania należało w Holandii do niezależnej instytucji powołanej specjalnie w tym celu. Obowiązek posiadania holenderskiej cechy probierczej nie dotyczył wyrobów z metali szlachetnych importowanych z Belgii lub Luksemburga i posiadających tamtejsze oficjalne cechy.

Trybunał zauważył, że rynek wyrobów z metali szlachetnych regulują różne krajowe przepisy, dotyczące akceptowanych standardów jakości, typu i liczby cech probierczych, maksymalnej tolerancji co do zawartości szlachetnego metalu w stopie i metod nadzoru nad znakami probierczymi.

Prawo takie jak holenderskie, które wymaga by artykuły z metali szlachetnych importowane z innych państw członkowskich, gdzie są legalnie sprzedawane i cechowane zgodnie z przepisami tych państw, posiadały dodatkową cechę probierczą nadaną zgodnie z przepisami państwa importującego, utrudnia i podraża import. Wymaga by importer poniósł koszty działania organu nadzorczego, opóźnia wprowadzenie towaru na rynek i zwiększa koszt produktu.

Z drugiej strony, wymóg by importer zadbał o to by na wyrobie z metali szlachetnych znalazła się cecha probiercza wskazująca jego jakość, czyli ilość wykorzystanego czystego metalu, co do zasady ma zapewnić ochronę konsumenta. Konsument nie jest w stanie określić – przez dotyk lub przez obejrzenie przedmiotu – dokładnego stopnia czystości, wobec tego w razie braku cechy probierczej łatwo może zostać wprowadzony w błąd.

Dlatego Trybunał w swoim orzeczeniu w sprawie *Robertson*<sup>41</sup> orzekł, że państwo członkowskie nie może żądać nowej cechy probierczej dla towarów importowanych z innego państwa członkowskiego, w którym są leganie sprzedawane i cechowane zgodnie z wymogami tamtego państwa, jeżeli informacja wyrażona przez cechę – niezależnie od jej formy – odpowiada informacji wymaganej przez państwo importujące i jest zrozumiała dla konsumentów w tym państwie. Do sądu krajowego należy ocena, czy informacje te są ekwiwalentne.

37. Wyrok z 6.7.1995 r., sprawa C-470/93 *Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V. v. Mars GmbH* [1995] ECR I-1923.

Sprawa dotyczyła sposobu prezentacji w celach marketingowych lodowych batonów Mars, Snickers, Bounty i Milky Way. Spółka Mars importowała batony z Francji do Niemiec. We Francji były legalnie wyprodukowane i otrzymywały opakowanie na użytek jednolitej kampanii reklamowej w całej Europie. Batoniki nosiły na opakowaniu oznaczenie „+ 10%”. Opakowanie było używane podczas krótkiej kampanii reklamowej, która objęła całą Europę, a podczas której objętość (masa) każdego produktu została zwiększona o 10%.

Powód domagał się zakazania takiego oznakowania batonów w Niemczech. Swoje żądania opierał na dwóch argumentach.

Po pierwsze, dlatego że konsumentowi sugeruje się, że zwiększona masa batonika wskazana przez oznaczenie „+10%” jest oferowana bez podnoszenia ceny. Produkt, którego skład tylko trochę został zmieniony, a który sprzedawany jest po wyższej cenie nie jest żadną okazją. Aby zatem nie wprowadzać konsumenta w błąd, sprzedawcy powinni utrzymać dotychczasową cenę. A ponieważ przedmiotowe oznakowanie wiązało sprzedawców detalicznych co do wysokości ceny, naruszało niemieckie prawo, stosownie do którego porozumienia ograniczające prawo strony do ustalania cen w umowach ze stronami trzecimi były nieważne.

Po drugie, powód twierdził, że sposób umieszczenia na opakowaniu oznakowania „+10%” sugerował konsumentowi, że produkt został

---

<sup>41</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 6.

zwiększony o wielkość odpowiadającą pokolorowanej części nowego opakowania. Tymczasem pokolorowana część nowego opakowania zajmowała zdecydowanie więcej niż 10% miejsca całego opakowania, co zdaniem powoda stanowiło reklamę wprowadzającą w błąd (zakazaną przez prawo niemieckie).

Trybunał nie miał wątpliwości, że zakaz sprzedaży w jednym państwie członkowskim produktów oznakowanych w taki sam sposób jak w innym państwie członkowskim, gdzie jest to legalne, stanowiłby zakaz o podobnym skutku w rozumieniu art. 28 TWE. Następnie przeszedł do analizy, czy zakaz taki byłby usprawiedliwiony względami ochrony konsumenta.

Odnosnie oczekiwań konsumenta co do stałości ceny, TS zauważył, że Mars nie odniósł korzyści z kampanii mającej na celu zwiększenie cen sprzedaży. Nie ma też dowodów, że sprzedawcy detaliczni sami podnosili ceny. Tak czy inaczej, sama możliwość, że importerzy i sprzedawcy detaliczni mogli podnieść ceny towarów, i że konsumenci mogliby zostać wprowadzeni w błąd nie jest wystarczająca do wprowadzenia ogólnego zakazu, który mógłby zaszkodzić handlowi wewnątrzspółnotowemu. Nie stoi to jednak na przeszkodzie podejmowaniu przez państwa odpowiednich środków przeciwko takim działaniom, które rzeczywiście wprowadzają konsumenta w błąd. Z drugiej strony TS zauważył, że nałożony na sprzedawcę detalicznego zakaz podnoszenia cen byłby korzystny dla konsumenta.

Odnosnie wizualnego odbioru oznaczenia „+10%” Trybunał zauważył, że oznaczenie jako takie nie było przez nikogo kwestionowane. Jednakże powód domagał się zakazania jego stosowania, gdyż znaczna liczba konsumentów mogłaby uwierzyć, sugerując się powierzchnią oznakowania „+10%”, która zajmuje znacznie więcej niż 10% powierzchni opakowania, że baton został powiększony bardziej niż sugeruje to liczba. Trybunał odrzucił taką argumentację. Uznał, że racjonalny konsument zdaje sobie sprawę, że niekoniecznie musi zachodzić ścisły związek pomiędzy rozmiarem oznaczeń reklamowych odnoszących się do zwiększenia objętości (masy) produktu i rzeczywistym rozmiarem tego zwiększenia.

Zatem TS uznał, że ochrona konsumenta nie jest wystarczającym usprawiedliwieniem dla wprowadzenia zakazu, którego domagał się powód.

38. Wyrok z 26.10.1995 r., sprawa C-51/94 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Federalna Niemiec* [1995] ECR I-3599.

Prawo niemieckie przewidywało, iż środek spożywczy, który nie został sporządzony zgodnie z tradycyjną niemiecką recepturą, musi –



w celu dopuszczenia do sprzedaży na terytorium Niemiec – być zaopatrzonej w opis (handlowy) z dodatkowym oświadczeniem wskazującym na użycie substancji, która odbiega od tradycyjnych niemieckich receptur, nawet wówczas, gdy substancja ta była już umieszczona w wykazie składników.

W danym przypadku chodziło o sos „holenderski” i sos „berneński” oraz o ciastka i wyroby cukiernicze zawierające substancję dodatkową nazywaną „E 160 F”. Władze niemieckie zabroniły sprzedaży obu sosów przyrządzonych na bazie tłuszczu roślinnych motywując to stwierdzeniem, że konsumenci będą przekonani, że zostały one przyrządzone z wykorzystaniem masła i jajek, zgodnie z tradycyjną niemiecką recepturą (w trakcie postępowania dopuszczono oba sosy do sprzedaży pod warunkiem umieszczenia na opakowaniach dodatkowej informacji o wykorzystaniu tłuszczu roślinnych).

Podobnie w przypadku ciastek i wyrobów cukierniczych zawierających E 160 F, który to składnik nadaje produktowi intensywny kolor, władze niemieckie żądały dodatkowej informacji na opakowaniu o wykorzystaniu tegoż składnika, tak by konsument nie odniósł wrażenia, że produkt zawiera jajka lub zawiera ich więcej niż w rzeczywistości.

Rząd niemiecki powołując się na względy ochrony konsumenta podnosił, że konsumenci często kupują żywność bez dokładnego badania jej składu i opierają się zazwyczaj na oznaczeniu handlowym lub dodatkowych informacjach dołączonych do produktu. W konsekwencji, w danym przypadku, gdyby nie było dodatkowych informacji, konsumenci kupowaliby sosy i wyroby cukiernicze w przekonaniu, że sporządzono je według tradycyjnych receptur, odpowiednio: z użyciem tłuszczu zwierzęcych i jajek. Przedmiotowy wymóg nie miał na celu szkodzić tym produktom, a jedynie zwrócić uwagę niemieckiego konsumenta na obecność konkretnego składnika, którego się nie spodziewał.

Trybunał odrzucił te argumenty. Zgodził się, że przy braku harmonizacji na poziomie wspólnotowym – jak w niniejszym przypadku – przepisy krajowe niezbędne dla właściwego oznaczenia produktu są zgodne z art. 28 TWE, o ile nie prowadzą do zamieszania po stronie konsumentów i zapewniają uczciwy obrót. Trybunał nie wykluczył, że w pewnych przypadkach wymóg zamieszczania dodatkowych informacji jest konieczny dla uniknięcia zamieszania wśród konsumentów. W tym przypadku jest to jednak nieusprawiedliwione. Trybunał podzielił pogląd rzecznika generalnego, iż konsumenci, którzy podejmują decyzje o kupnie na podstawie składu produktu najpierw przeczytają listę składników, która i tak jest wymagana przez przepis art. 6 dyrektywy

Rady 79/112. Pomimo, że czasem konsumenci mogą zostać wprowadzeni w błąd, ryzyko to jest minimalne i nie może usprawiedliwiać ograniczeń w swobodnym przepływie towarów spowodowanych przedmiotowymi wymogami.

39. Wyrok z 26.11.1996 r., sprawa C-313/94 *Fratelli Graffione SNC v. Ditta Fransa* [1996] ECR I-6039.

Do października 1993 r. Scott (międzynarodowa grupa spółek) sprzedawała we Włoszech papier toaletowy i chusteczki higieniczne posługując się znakiem towarowym „Cotonelle”. Sąd Apelacyjny w Mediolanie wyrokiem z 1.10.1993 r. zakazał Scott posługiwania się znakiem towarowym „Cotonelle”. Sąd uznał znak towarowy za nieważny, gdyż naruszał włoskie prawo o znakach towarowych w ten sposób, że mógł wprowadzać konsumentów w błąd sugerując, że przedmiotowe towary zawierają bawełnę.

Podobne postępowania toczyły się przeciwko Scott we Francji i w Hiszpanii, jednak w tych państwach nie zakazano posługiwania się znakiem towarowym „Cotonelle”.

Stosownie do wyroku Scott zaprzestała dystrybucji produktów pod tym znakiem towarowym we Włoszech. Firma Graffione, która do tego czasu dostarczała swoim klientom te produkty poinformowała ich, że nie może tego dłużej czynić.

Na wiadomość, że firma Fransa sprzedaje we Włoszech wyroby przy użyciu znaku towarowego „Cotonelle” Graffione wszczęła przeciwko niej postępowanie sądowe domagając się zakazania Fransie posługiwania się znakiem towarowym „Cotonelle”.

Trybunał orzekł, że jeżeli wyrok sądu apelacyjnego w Mediolanie zakazujący sprzedaży we Włoszech przedmiotowych produktów pod znakiem towarowym „Cotonella” był skuteczny *erga omnes*, wówczas należy rozważyć, czy taka bariera w swobodnym przepływie towarów może być usprawiedliwiona względami ochrony konsumentów przed mylącą naturą znaku towarowego „Cotonelle”, w zakresie w jakim znak ten może sugerować błędne przekonanie, że dane produkty zawierają bawełnę.

Nie można wykluczyć zakazu sprzedaży ze względu na wprowadzającą w błąd naturę znaku towarowego tylko dlatego, że ten sam znak towarowy nie jest uważany za wprowadzający w błąd w innym państwie członkowskim. TS powołał się na opinię rzecznika generalnego, który stwierdził, że taka sytuacja jest możliwa ze względu na lingwistyczne, kulturalne i społeczne różnice pomiędzy państwami członkowskimi. Znak towarowy, który w jednym państwie członkowskim wprowadza konsumentów w błąd nie musi tego czynić w innym pań-

stwie członkowskim. TS zaznaczył, że środek przedsięwzięty w celu ochrony konsumentów musi być rzeczywiście niezbędny do tego celu i proporcjonalny w stosunku do zamierzonych celów, które nie mogą być osiągnięte przy użyciu mniej restrykcyjnych dla handlu wewnątrz-wspólnotowego środków. Odwołując się do swojego wcześniejszego orzecznictwa przypomniał, że ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd nie może przeważać nad zasadą swobodnego przepływu towarów, chyba że ryzyko to jest bardzo poważne (por. orzeczenia w sprawach *Clinique*<sup>42</sup> i *Mars*<sup>43</sup>).

Ocena proporcjonalności i konieczności należy w tym przypadku do sądu krajowego. Powinien on wziąć pod uwagę wszystkie istotne czynniki, w tym okoliczności w jakich produkt jest sprzedawany, informację na opakowaniu i jej przejrzystość, prezentację i zawartość materiałów reklamowych, a także ryzyko błędu w odniesieniu do zainteresowanych grup konsumentów.

40. Wyrok z 27.6.1996 r., sprawa C-240/95 *Postępowanie karne v. Rémy Schmit* [1996] ECR I-3179.

Pan Schmit zajmował się we Francji importem i eksportem samochodów osobowych oraz sprzedażą samochodów używanych.

Prawo francuskie przewidywało inny niż w większości państw system oznaczania roku (pochodzenia) samochodu. Wszyscy producenci i importerzy samochodów mieli obowiązek zgłosić ministrowi transportu opis samochodów, które zamierzali wprowadzać na rynek francuski, wraz z początkowym numerem seryjnym. Każdy samochód odpowiadający temu opisowi (ustalonemu na dany rok) otrzymywał oznaczenie „roku modelu” odpowiadającemu temu rokowi, pod warunkiem, że został sprzedany użytkownikowi po 30 czerwca poprzedniego roku. W konsekwencji samochody sprzedawane we Francji pomiędzy 1 lipca a 31 grudnia roku „n” były oznaczone jako model roku „n+1”. W większości innych państw samochody oznaczane są według roku sprzedaży bądź pierwszej rejestracji.

Jakakolwiek wzmianka, reklama itp., która mogłaby wywołać zamieszanie wśród konsumentów co do roku pochodzenia samochodu była zabroniona.

Pan Schmit został oskarżony o sprzedaż i wystawianie na sprzedaż samochodów pod innymi oznaczeniami modelu roku niż rok, w którym były one zarejestrowane za granicą. Miejsce produkcji samochodu

---

<sup>42</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 34.

<sup>43</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 37.

było bez znaczenia, gdyż samochód wyprodukowany w jednym państwie członkowskim i wyeksportowany, a następnie sprowadzony w drodze importu równoległego jest traktowany tak jak produkt importowany. Zatem spośród dwóch identycznych samochodów sprzedanych we Francji po 30 czerwca danego roku tylko samochód sprowadzony przy użyciu importu równoległego nie mógłby być oznaczany jako model roku następnego.

Trybunał uznał, że taki system stanowi środek o podobnym skutku w rozumieniu art. 28 TWE i nie może być usprawiedliwiony względami ochrony konsumenta (rząd francuski podnosił, że przepisy francuskie mają na celu umożliwienie konsumentowi identyfikację samochodu na podstawie opisu złożonego do ministra transportu).

41. Wyrok z 9.7.1997 r., połączone sprawy C-34—36/95 *Konsumentombudsmannen v. De Agostini (Svenska) Förlag AB i TV-Shop i Svenska Rige AB* [1997] ECR I-3843.

Sprawa dotyczyła reklam telewizyjnych pokazywanych w Szwecji. Jedna dotyczyła czasopisma dla dzieci, druga środków do pielęgnacji skóry, a trzecia detergentów.

Z punktu widzenia swobodnego przepływu towarów i ochrony konsumentów najistotniejsza była reklama czasopisma dla dzieci. Rzecznik praw konsumentów twierdził, że jest ona sprzeczna z prawem szwedzkim, gdyż jest skierowana do dzieci poniżej dwunastego roku życia, czego prawo szwedzkie zabraniało. Ponadto, rzecznik miał również uwagi co do treści reklamy. Natomiast De Agostini twierdziła, że reklama telewizyjna była jedyną efektywną formą promocji umożliwiającą obecność na rynku szwedzkim, gdyż firma nie miała żadnych innych metod reklamy pozwalających na dotarcie do dzieci i ich rodziców.

Trybunał uznał, że art. 28 TWE nie zabrania państwu członkowskiemu podjęcia na podstawie prawa krajowego, środków przeciwko podmiotowi reklamującemu się przy pomocy reklamy telewizyjnej, o ile środki te odnoszą się w taki sam sposób – prawnie i faktycznie – do sprzedaży produktów krajowych i importowanych z innych państw członkowskich, są niezbędne dla zaspokojenia interesu publicznej wagi, w szczególności ochrony konsumentów. Przy czym ocena, czy całkowity zakaz reklamy jest konieczny pozostawiona została do oceny sądowi krajowemu.

42. Wyrok z 22.10.1998 r., sprawa C-184/96 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Francuska* [1998] ECR I-6197.

Prawo francuskie zastrzegало wykorzystanie szeregu oznaczeń handlowych dla produktów na bazie *foie gras* do tych produktów, które spełniały wymogi określone w prawie francuskim co do składu i jakości każdego z tych produktów. Dla każdego określona była minimalna zawartość *foie gras* i pozostałe składniki, które mogły być użyte. Posiadanie z zamiarem sprzedaży lub bezpłatnej dystrybucji produktów na bazie *foie gras* pod zastrzeżonymi nazwami, które nie odpowiadały szczegółowym warunkom, było zabronione. Wobec tego produkt wytworzony na bazie *foie gras* w innym państwie członkowskim mógł być sprzedawany pod zastrzeżoną nazwą jedynie gdy odpowiadał francuskim wymogom co do zawartości *foie gras* i co do procesu produkcji.

Rząd francuski twierdził, że poza wszystkim, przepisy francuskie znajdują uzasadnienie w wymogach koniecznych dotyczących ochrony konsumenta i są proporcjonalne do tych celów. Zdaniem władz francuskich używanie poszczególnych oznaczeń handlowych musi być regulowane, by konsumenci wiedzieli jaka jest rzeczywista natura produktu i w ten sposób byli odpowiednio chronieni.

Trybunał przyznał, że umożliwienie konsumentom, którzy kojarzą określoną jakość z produktami wytworzonymi z konkretnych surowców lub które posiadają określoną zawartość charakterystycznego składnika, wyboru w oparciu o to kryterium jest uzasadnione. Jednak cel ten może zostać osiągnięty środkami innymi niż zastrzeganie nazw handlowych dla produktów posiadających określoną jakość, które byłyby mniej restrykcyjne dla sprzedaży produktów pochodzących z innych państw członkowskich spełniających wymogi tych państw. Odpowiednim środkiem byłoby np. stosowanie odpowiednich etykiet wskazujących naturę i charakterystykę sprzedawanego produktu.

43. Wyrok z 28.1.1999 r., sprawa C-77/97 *Osterreichische Unilever GmbH v. Smithkline Beecham Markenartikel GmbH* [1999] ECR I-431.

Sprawa dotyczyła stwierdzenia, które pojawiało się na tubkach pasty do zębów Odol-Med 3 (Samtweiß) sprzedawanych przez Smithkline w Austrii, jak również w reklamach telewizyjnych emitowanych w Austrii. Reklamy twierdziły, że Odol-Med 3 pomaga zapobiegać paradentozie, zapewnia potrójną profilaktykę, zapewnia potrójną ochronę przed próchnicą, a także usuwa lub zapobiega powstawaniu kamienia nazębnego.

Unilever domagała się zakazania reklamy ze względu na jej niezgodność z prawem austriackim (rozporządzeniem w sprawie dopuszczania substancji farmakologicznie aktywnych do użycia w produkcji kosmetyków). Chodziło o to, że rzeczona pasta zawierała jedynie jedną farmakologicznie aktywną substancję powstrzymującą psucie się zę-

bów wymienioną w prawie austriackim oraz żadnej z substancji wyczerpująco wyliczonych w prawie austriackim, które zapobiegają powstawaniu kamienia lub paradentoz. Zatem hasło reklamowe było nieprawidłowe i wprowadzające w błąd.

Ponieważ omawiane zagadnienia były również regulowane dyrektywą 76/768<sup>44</sup>, Trybunał zauważył, że dyrektywa wprowadziła pełną harmonizację przepisów krajowych w dziedzinie pakowania i etykietowania kosmetyków. Przepis art. 6 ust. 3 dyrektywy wymaga by państwa członkowskie podjęły wszelkie konieczne kroki w celu zapewnienia, że etykietowanie, wystawianie na sprzedaż i reklamowanie kosmetyków, tekst, nazwy, znaki towarowe, obrazki, znaki graficzne lub inne nie przypisywały produktom cech, których te nie mają. Postanowienia dyrektywy mają na celu zapewnienie swobodnego handlu kosmetykami, ale także ochronę konsumentów.

Środki, które państwa członkowskie podejmują w celu implementacji dyrektywy muszą przestrzegać zasady proporcjonalności. Trybunał zauważył, że w trakcie postępowania ustalono, że załącznik do rozporządzenia nie wymienia wszystkich aktywnych substancji, które zapobiegają powstawaniu kamienia nazębnego (dotyczy to nawet substancji istniejących w chwili orzekania). Wobec tego prawo austriackie zakłada, że można zabronić określonej reklamy pasty do zębów pomimo, że nie wprowadza ona w błąd konsumentów. Prawdą jest, że można uzyskać zezwolenie (w przypadku substancji nie wymienionej w załączniku do rozporządzenia), jednak potrzeba uzyskania takiego zezwolenia, które pozostaje ważne tylko przez czas określony stanowi zupełnie nieuzasadnioną przeszkodę w swobodnym przepływie przedmiotowego towaru. Ochrona konsumenta może zostać zapewniona przy pomocy środków mniej restrykcyjnych w stosunku do swobodnego przepływu towarów niż automatyczny zakaz reklamy w przypadku użycia substancji nie wymienionych wprost w załączniku. Kontrole przeprowadzane przez władze państwa członkowskiego mogą np. w razie jakichkolwiek wątpliwości, zobowiązać producenta lub dystrybutora do udowodnienia prawdziwości konkretnej reklamy.

44. Wyrok z 9.2.1999 r., sprawa C-383/97 *Postępowanie karne v. Arnoldusowi van der Laan* [1999] ECR I-731.

Niemiecka spółka Bentheimer Fleischwarenvertriebs GmbH rozprowadzała w Niemczech produkty mięsne: „Lupack”, „Bristol”, „Ben-

---

<sup>44</sup> Dyrektywa Rady 76/768/EWG z 27.7.1976 r. w sprawie zbliżenia przepisów państw członkowskich dotyczących wyrobów kosmetycznych, O.J. 1976, L 262/169.

ti”. Wszystkie były wyprodukowane w Holandii, przez spółkę holenderską Van der Laan. Każdy z nich miał odpowiednią etykietę, która informowała o naturze produktu i o jego składzie.

Władze niemieckie stawiały tym produktom szereg zarzutów: ponieważ jeden z nich jest produktem konserwowym powinien być inaczej opisany; że zawierają po ok. 70% mięsa, podczas gdy normalnie mięso konserwowe składa się w 100% z mięsa; że produkty mają zbyt wysoką zawartość wody; że zawartość protein wynosiła między 87 a 88%, podczas gdy prawo niemieckie wymagało 90%, a w beztłuszczowej części zawartość protein wynosiła od 15 do 18 %, podczas gdy prawo niemieckie wymagało 19 %.

TS zauważył, że ochrona konsumenta może być zagwarantowana metodami znacznie mniej restrykcyjnymi, niż zakaz sprzedaży, w szczególności przez odpowiednie etykietowanie, które odda rzeczywistą naturę produktu.

Trybunał powołał się na art. 15 dyrektywy 79/112, stosownie do którego państwa członkowskie nie mogą zakazać handlu żywnością, która spełnia wymogi określone tą dyrektywą (zwłaszcza co do opisu i listy składników) poprzez stosowanie niezharmonizowanych przepisów krajowych dotyczących etykietowania i prezentacji niektórych towarów żywnościowych i żywności w ogóle.

Jeżeli chodzi o składniki, zwłaszcza mięso wieprzowe i wodę, etykiety podawały dokładną zawartość, czyniły zatem zadość wymogom dyrektywy, choć w przypadku jednego z produktów nie wymieniono wody, przy czym w postępowaniu nie ustalono, czy zawartość wody przekroczyła poziom, od którego dyrektywa wymagała ujawniania jej obecności. TS uznał, że państwo członkowskie nie może zarzucać, że lista składników, która odpowiada wymogom dyrektywy, stanowi równocześnie naruszenie niezharmonizowanych przepisów krajowych.

Co do zawartości protein, TS zauważył, że dyrektywa nie nakazuje podawania ich zawartości. Informacja ta bardziej dotyczy jakości produktu niż samego składnika. Należy rozważyć, na ile przedmiotowe etykiety mogą zmylić konsumenta. TS podzielił opinię rzecznika generalnego, iż nawet gdyby konsumenci niemieccy oczekiwali konkretnej zawartości protein, to różnica w tym przypadku była tak niewielka, że nie mogło to wprowadzić konsumentów w błąd. Zatem zakaz sprzedaży ze względu na zbyt małą zawartość protein nie może być usprawiedliwiony względami ochrony konsumenta.

45. Wyrok z 3.6.1999 r., sprawa C-33/97 *Colim NV v. Bigg's Continent Noord NV* [1999] ECR I-3175.

Prawo belgijskie przewidywało, że informacje które zgodnie z tym prawem obowiązkowo muszą być umieszczane na etykietach produk-

tów, w instrukcjach obsługi i dokumentach gwarancyjnych powinny być zamieszczane przynajmniej w języku lub językach obszaru na którym produkt jest wprowadzany na rynek. Jeżeli umieszczenie danej informacji jest obowiązkowe, musi ona być zamieszczona w formie i treści przewidzianej przez prawo. Informacje podawane na etykietach musiały być czytelne, widoczne i łatwo odróżniające się od reklamy. Nie mogły być ponadto prezentowane w taki sposób, który mógłby powodować mylenie ich z certyfikatami jakości. Sprzedawcy mieli obowiązek, nie później niż w momencie zawarcia umowy sprzedaży, w dobrej wierze dostarczyć konsumentowi odpowiednie i użyteczne informacje dotyczące charakterystyki produktu, serwisu, warunków sprzedaży mając na względzie wyrażone przez konsumenta zapotrzebowanie na informacje i zamierzony użytek przedstawiony przez konsumenta lub taki, który można rozsądnie przewidzieć.

Trybunał zauważył, że dla pewnych kategorii produktów dyrektywy wspólnotowe wymagają stosowania języka lub języków krajowych w celu ochrony konsumentów lub ochrony zdrowia publicznego. W sytuacji gdy dyrektywy w pełni harmonizują wymogi językowe właściwe dla danego produktu, państwa członkowskie nie mogą wprowadzać dodatkowych wymogów językowych. Dla odmiany, w sytuacji gdy istnieje jedynie częściowa harmonizacja na poziomie wspólnotowym lub nie ma jej wcale, państwa członkowskie, co do zasady, zachowują prawo do wprowadzania dodatkowych wymogów językowych.

Informacja adresowana do nabywcy lub użytkownika końcowego, która może być wyrażona jedynie słowami, jest bezużyteczna jeżeli nie jest wyrażona w zrozumiałym dla niego języku. Należy jednak pamiętać, że prawo krajowe, które nakłada takie wymogi dotyczące języka, musi być w każdym przypadku proporcjonalne do celu, któremu służy.

Stąd wniosek, że po pierwsze, wymóg stosowania języka łatwo zrozumiałego dla konsumentów nie może wykluczać możliwości stosowania innych środków informowania konsumentów, jak wzory, symbole lub piktogramy. Ocena, czy to co pojawia się na etykiecie zapewnia konsumentowi pełną informację, należy w każdym przypadku da sądu krajowego.

Po drugie, środki tego typu muszą być ograniczone do informacji, których przedstawianie jest w danym państwie członkowskim obowiązkowe. Decyzja co do dostępności w języku konsumenta informacji, która zdaniem danego państwa nie jest obowiązkowa, musi być pozostawiona przedsiębiorcy odpowiedzialnemu za sprzedaż produktu, który ją przetłumaczy, jeżeli będzie chciał.

Ponieważ wymogi dotyczące języka, tego typu co w przedmiotowej sprawie, mogą być uzasadnione względami interesu publicznego



polegającego na ochronie konsumenta tylko wtedy, gdy są stosowane bez dyskryminacji (produktów importowanych w stosunku do produktów krajowych), nie mogą być stosowane wyłącznie do produktów importowanych. Produkty z innych części językowych danego państwa członkowskiego nie mogą być uprzywilejowane w stosunku do produktów pochodzących z innych państw członkowskich.

46. Wyrok z 13.1.2000 r., sprawa C-220/98 *Estée Lauder Cosmetics GmbH Co. OHG v. Lancaster Group GmbH* [2000] ECR I-117.

Sprawa dotyczyła sprzedaży przez Lancaster kosmetyku pod nazwą „Monteil Firming Action Lifting Extreme Creme”; sprzeciw Estée Lauder dotyczył użycia słowa „lifting”.

Stosownie do dyrektywy 76/768 państwa członkowskie były zobowiązane podjąć właściwe kroki, by zapewnić, że etykiety, wystawianie na sprzedaż, reklamy produktów kosmetycznych, tekst, znaki towarowe, obrazki czy inne znaki nie sprawiają wrażenia, że produkty te posiadają inną charakterystykę niż w rzeczywistości.

Ponadto, stosownie do dyrektywy 84/450<sup>45</sup>, której celem była m.in. ochrona konsumentów przed reklamą wprowadzającą w błąd, reklama wprowadzająca w błąd to każda reklama, która w jakikolwiek sposób, włącznie z jej prezentacją, zwodzi lub może zwieść osobę do której jest adresowana lub osobę do której dociera, ze względu na jej zwodniczą naturę, może wpłynąć na jej zachowanie gospodarcze lub z powyższych powodów szkodzi lub może zaszkodzić konkurentowi. Państwa członkowskie zostały zobowiązane do przyjęcia odpowiednich i efektywnych środków m.in. w celu ochrony konsumentów przed taką reklamą, włącznie z tym, że sądy mogą zakazać jej stosowania. Ponadto dyrektywa zezwala na stosowanie środków dalej idących.

Stosownie do prawa niemieckiego, nie wolno było sprzedawać kosmetyków pod wprowadzającą w błąd nazwą, na podstawie informacji lub sposobu wystawienia na sprzedaż, który jest wprowadzający w błąd ani reklamować konkretnego kosmetyku lub kosmetyków w ogóle przy wykorzystaniu wprowadzających w błąd opisów lub innych materiałów. Informacja była uznana za wprowadzającą w błąd w szczególności, gdy sugerowała, że kosmetyk posiada właściwości, których w rzeczywistości nie posiada (stosownie do aktualnego stanu wiedzy naukowej), nazwa, sugerowany sposób użycia, sposób wystawienia na sprze-

---

<sup>45</sup> Dyrektywa Rady 84/450/EWG z 10.9.1984 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i postanowień administracyjnych państw członkowskich dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd, O.J. 1984, L 250/17.

daż, opis lub jakakolwiek inna informacja wywołują wrażenie, że rezultat jest absolutnie pewny.

Estée Lauder zarzuciła, że słowo „lifting” jest wprowadzające w błąd, gdyż sugeruje, że stosowanie produktu doprowadzi do rezultatów, które przede wszystkim, w odniesieniu do czasu działania, są identyczne lub porównywalne z chirurgicznym liftingiem, co w przypadku przedmiotowego kremu nie jest prawdą (w rzeczywistości efekt zastosowania kremu trwał od 2 do 24 godzin).

Trybunał ustalił, że kwestia wprowadzenia konsumentów w błąd sprowadzała się nie do ich błędnej wiary w to, że krem da rezultaty takie jak chirurgiczny lifting lub doń podobne, ale oczekiwań co do czasu działania kremu.

Trybunał zauważył, że przepisy dyrektywy 76/768 wyczerpująco harmonizują kwestie pakowania i oznakowania kosmetyków. Dyrektywa, której celem jest zapewnienie swobodnego handlu kosmetykami, powołuje się na środki ochrony konsumentów, które Trybunał dopuszcza jako jeden z interesów publicznych, które mogą ograniczać swobodny przepływ towarów. Niemniej środki jakie państwa podejmują w celu implementacji dyrektywy muszą być zgodne z zasadą proporcjonalności.

Zatem na jednej szali mamy ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd, a na drugiej – swobodny przepływ towarów. Aby ocenić, czy konkretny opis, znak towarowy, opis promocyjny lub stwierdzenie jest wprowadzające w błąd trzeba wziąć pod uwagę oczekiwania przeciętnego konsumenta, odpowiednio dobrze poinformowanego, odpowiednio rozważnego i spostrzegawczego (zob. orzeczenie *Gut Springenheide i Tusky*<sup>46</sup>).

W przedmiotowej sprawie należy wziąć pod uwagę kilka czynników. Po pierwsze należy określić, czy społeczne, kulturowe lub językowe czynniki mogą uzasadnić zastosowanie terminu „lifting” w stosunku do kremu, jeżeli oznacza to coś innego dla niemieckich konsumentów niż dla konsumentów w innych państwach członkowskich (w innych państwach nikt nie protestował przeciwko stosowaniu takiej nazwy), lub czy instrukcje zastosowania produktu są wystarczające, by było jasne, że efekty są krótkotrwałe, co neutralizowałoby jakiegokolwiek wnioski przeciwne wyciągane z użycia słowa „lifting”.

Na pierwszy rzut oka, przeciętny konsument odpowiednio dobrze poinformowany, odpowiednio rozważny i spostrzegawczy nie powinien

---

<sup>46</sup> Wyrok z 16.7.1998 r., sprawa C-210/96, *Gut Springenheide GmbH i Rudolf Tusky v. Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt Amt für Lebensmittelüberwachung*, [1998] ECR I-4657.

oczekiwać, że krem zawierający w nazwie słowo „lifting” będzie wywierał trwale efekty, niemniej sąd krajowy na podstawie całokształtu sprawy powinien określić czy tak właśnie jest. Może się w tym celu wspomóc opinią eksperta lub przeprowadzić badanie opinii publicznej w celu ustalenia czy opis lub stwierdzenie jest wprowadzające w błąd, jaki jest procent konsumentów wprowadzonych w błąd, czy ich liczba będzie dostatecznie duża, by uzasadnić zakaz używania takiego opisu.

W konsekwencji należy stwierdzić, że art. 28 TWE (w związku z dyrektywą 76/768) nie zakazują stosowania prawa krajowego, które zakazuje importu i sprzedaży kosmetyków zawierających w nazwie słowo „lifting”, jeżeli przeciętny konsument czuje się wprowadzony w błąd przez taką nazwę, gdyż wierzy, że produkt posiada cechy, których w rzeczywistości nie ma. Czy nazwa wprowadza w błąd powinien ocenić sąd krajowy.

47. Wyrok z 12.9.2000 r., sprawa C-366/98 *Postępowanie karne v. Yannick Geffroy i Casino France SNC* [2000] ECR I-6579.

Sprawa dotyczyła odpowiedzialności za posiadanie w celu odsprzedaży, sprzedaż i oferowanie sprzedaży produktów żywnościowych przy użyciu wprowadzającej w błąd etykiety.

Przepis art. 13a dyrektywy Rady 79/112 stanowił, że produkty żywnościowe powinny być oznaczone na etykiecie w języku łatwo zrozumiałym przez konsumentów. Przepis ten pozwalał państwom członkowskim wymagać, zgodnie z zasadami TWE, by etykieta produktu żywnościowego była opisana przynajmniej w jednym lub większej liczbie oficjalnych języków Wspólnoty.

Prawo francuskie przewidywało, że etykiety muszą być takie, by nie wprowadzać konsumentów lub nabywców w błąd, w szczególności co do charakterystyki produktu żywnościowego, jego natury, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, metody przechowywania, pochodzenia, metody produkcji. Informacje podane na etykiecie powinny być łatwo zrozumiałe, powinny być po francusku, nie mogą być wyrażone przy pomocy skrótów, z wyjątkiem skrótów przewidzianych przez ustawy lub umowy międzynarodowe. Powinny znajdować się w oczywistym miejscu, tak by były widoczne, czytelne i zrozumiałe. Nie mogą być ukryte, niewyraźne, czy oddzielone innymi informacjami lub symbolami.

Inspekcja przeprowadzona w hipermarkecie Géant (należącym do sieci Casino) wykazała:

- etykiety na niektórych napojach (butelkach Coca-Coli, cydru Merry Dow, piwa Red Raw) nie były po francusku – z wyjątkiem oznaczenia objętości – a w przypadku piwa także z wyjątkiem składu;

- reklamy ukazywały butelki napoju marki OD Pirat and Shock jako cydr, choć napój ten nie odpowiadał francuskiej definicji cydru, gdyż nie był wytworzony z jabłek;
- etykiety na półkach mylnie przedstawiały produkty OD Pirat, Snake Bite i Blackadder jako cydry.

Pan Geoffroy wyjaśniał:

- odnośnie braku etykiet po francusku, że butelki Coca Coli zostały kupione w Wielkiej Brytanii, a jest to tak znany produkt, że konsumenci nie będą niedoinformowani pomimo etykiety po angielsku, która może być łatwo zrozumiana przez każdego; na odpowiedniej planszy znajdowało się tłumaczenie etykiet, ale prawdopodobnie została przewrócona przez klienta i była niewidoczna, a ponadto dostawcy cydru Merry Dow i piwa Red Raw popełnili błąd i nie dołączyli dodatkowych nalepek po francusku, choć byli do tego zobowiązani;
- odnośnie oznaczenia cydrów, że choć trzy produkty zostały opisane jako cydry na etykietach półkowych, zostały wystawione na sprzedaż na półce z piwem.

Trybunał zauważył, że prawo francuskie powtarza przepis dyrektywy, który stanowi, iż etykieta nie powinna wprowadzać konsumenta w błąd. TS uznał, że co do zasady nie on lecz sąd krajowy jest właściwy by stwierdzić, czy opis produktu jest potencjalnie mylący i czy może wprowadzać konsumenta w błąd. Kompetencje sądów nie zmieniają się nawet wówczas, gdy przepis krajowy jest tożsamy co do treści z przepisem prawa wspólnotowego. Niemniej TS może dać pewne wskazówki interpretacyjne.

Sam fakt, że skład napoju alkoholowego wytworzonego z jabłek, legalnie wyprodukowanego i sprzedawanego w jednym państwie członkowskim pod nazwą „cydr” nie odpowiada prawu innego państwa członkowskiego regulującemu produkcję cydru, nie jest sam w sobie wystarczający by zakazać sprzedaży tego napoju w tym drugim państwie pod nazwą „cydr”, pod zarzutem, że opis może wprowadzać w błąd konsumentów w tym drugim państwie. Trybunał nie wyklucza jednak, że państwo członkowskie może wymagać od producentów lub sprzedawców zmiany opisu produktu żywnościowego, jeżeli produkt oferowany do sprzedaży pod określoną nazwą jest tak różny – pod względem składu lub produkcji – od produktów ogólnie zaliczanych do tej kategorii we Wspólnocie, że nie może być uważany za produkt należący do tej samej kategorii. Jeżeli różnica jest mniejszej wagi, odpowiednia etykieta powinna wystarczyć dla zapewnienia konsumentowi potrzebnej informacji.

Nawiązując do swojej linii orzeczniczej dotyczącej języka użytego na etykiecie produktu żywnościowego, którego stosowanie państwo

członkowskie może nakazać, Trybunał<sup>47</sup> stwierdził, że art. 28 TWE i art. 14 dyrektywy 79/112 zakazują stosowania przepisów krajowych – takich jak w omawianej sprawie – które nakazywałyby stosowanie określonego języka na etykietach produktów żywnościowych i nie dopuszczały użycia innego języka, łatwo zrozumiałego dla nabywców lub możliwości poinformowania konsumenta przy użyciu innych środków.

48. Wyrok z 12.10.2000 r., sprawa C-3/99 *Cidrerie Ruwet SA v. Cidre Stassen SA i HP Bulmer Ltd.* [2000] ECR I-8749.

Spółka Ruwet domagała się, by spółka Stassen zaprzestała sprzedaży w Belgii cydru w butelkach o pojemności 0,33 litra.

Prawo belgijskie, które implementowało dyrektywę Rady 75/106/EWG<sup>48</sup>, nie przewidywało sprzedaży cydru w butelkach o objętości 0,33 litra; zezwalało natomiast na stosowanie butelek o pojemności 0,25 i 0,375 l. (kwestie interpretacji dyrektywy, które również były przedmiotem rozważań Trybunału są dla niniejszego opracowania drugorzędne). Rząd belgijski m.in. powoływał się na ochronę konsumentów, twierdząc że zbyt małe różnice w objętości butelek mogły wprowadzić konsumenta w błąd.

Trybunał nie udzielił jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy takie postanowienia prawa belgijskiego są sprzeczne z art. 28 TWE. Orzekł, że przepis art. 28 TWE zabrania państwu członkowskiemu wprowadzania zakazu sprzedaży towarów pakowanych, w opakowaniach o pojemności nie uregulowanej na poziomie wspólnotowym, jeżeli zostały legalnie wyprodukowane i sprzedawane w innym państwie członkowskim, chyba że taki zakaz ma na celu np. ochronę konsumentów, odnosi się bez dyskryminacji do towarów krajowych i importowanych, jest proporcjonalny do celu jakiemu służy i pod warunkiem, że cel nie może zostać osiągnięty przy pomocy innych, mniej ograniczających wewnątrzspółnotowy handel środków. Ocenę spełnienia tych kryteriów TS pozostawił sądowi krajowemu. Podał jednak liczne wskazówki, które sąd krajowy powinien wziąć pod uwagę: punktem odniesienia powinien być przeciętny konsument, odpowiednio dobrze poinformowany, odpowiednio rozważny i spostrzegawczy. Sąd krajowy może wziąć pod uwagę obowiązek wskazania na etykiecie zawartości netto napoju znajdującego się w opakowaniu, wyrażonej w jednostkach objętości (wy-

---

<sup>47</sup> Zob. np. wyrok z 18.6.1991 r., sprawa C-369/89 *Piageme i inni v. BVBA Peeters*, [1991] ECR I-2971.

<sup>48</sup> Dyrektywa Rady 75/106/EWG z 19.12.1974 r. w sprawie zbliżenia przepisów państw członkowskich dotyczących wielkości opakowań niektórych napojów, O.J. 1974, L 42/1.

rażonej w litrach, centylitrach, mililitrach itp.), podobne informacje, jeżeli według wzorcowego konsumenta mają zapobiec pomyleniu dwóch różnych objętości przy porównywaniu cen tego samego napoju w dwóch różnych typach butelek. Sąd krajowy może także wziąć pod uwagę, że dyrektywa przewiduje np. dla mleka, wody, soków owocowych butelki o pojemnościach 0,2 i 0,25 l., które różnią się między sobą nieznacznie więcej niż przedmiotowe butelki cydru o pojemnościach 0,33 i 0,375 l.

49. Wyrok z 5.4.2001 r., sprawa C-123/00 *Postępowanie karne v. Christine Bellamy i English Shop Wholesale SA* [2001] ECR I-2795.

Pani Bellamy została oskarżona o naruszenie belgijskiego prawa dotyczącego sprzedaży wyrobów żywnościowych i ich reklamy. Prawo belgijskie dotyczące chleba i innych wyrobów piekarniczych stanowiło, że zawartość soli kuchennej, czyli chlorku sodu w suchej masie nie może przekroczyć 2%. Ponadto reklamy produktów żywnościowych nie mogły sprawiać wrażenia, że dany produkt posiada szczególne cechy, kiedy wszystkie podobne produkty są tej samej jakości. Nadto, każda reklama dotycząca produktów żywnościowych musiała posługiwać się w czytelny i widoczny sposób takim opisem produktu, który jest wymagany przez prawo, jeżeli pominięcie tego opisu mogło wprowadzić konsumentów w błąd co do natury produktu.

English Shop Wholesale S.A., spółka z siedzibą w Belgii sprowadzała towary z Wielkiej Brytanii w celu sprzedaży w Belgii, gdzie jej klientami byli urzędnicy europejscy.

Pani Bellamy (dyrektor English Shop Wholesale SA) została oskarżona o to, że:

- sprzedawała chleb o zawartości soli 2,88%;
- wywoływała wrażenie, że sprzedawany produkt posiada szczególne cechy, podczas, gdy wszystkie podobne produkty mają tę samą jakość (w danym przypadku chodziło o stwierdzenie, że mleko nie zawiera dodatków ani konserwantów);
- reklamując mleko nie posłużyła się czytelnym i widocznym opisem produktu i w ten sposób wprowadziła konsumentów w błąd (chodziło o opisanie produktu jako pełnego świeżego mleka).

Trybunał orzekł, że prawo krajowe zakazujące sprzedaży chleba o większej zawartości soli ogranicza handel wewnątrzspółnotowy i nie może być usprawiedliwione ochroną zdrowia<sup>49</sup>. Zgodził się natomiast z Komisją, która twierdziła, że przepis prawa belgijskiego zakazujący

---

<sup>49</sup> Por. wyrok z 14.7.1994 r., sprawa C-17/93 *Postępowanie karne przeciwko J. J. J. Van der Veldt* [1994] ECR I-3537.

sugerowania, że produkt posiada jakieś cechy, które są powszechne dla całej grupy towarów stanowi prawidłową implementację przepisu art. 2 dyrektywy 79/112, której celem jest ochrona konsumenta.

Prawo krajowe, które prawidłowo transponuje przepis wspólnotowy harmonizujący prawodawstwo krajowe dotyczące ochrony konsumenta przed wprowadzającymi w błąd praktykami, nie stanowi przeszkody w swobodnym przepływie towarów sprzecznej z art. 28 TWE. Zatem przepis art. 28 TWE nie zabrania wprowadzenia przepisu krajowego, który zakazywałby stwarzania wrażenia, że dany produkt posiada szczególne właściwości, podczas gdy w rzeczywistości wszystkie podobne produkty posiadają te same cechy.

50. Wyrok z 14.6.2001 r., sprawa C-84/00 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Francuska* [2001] ECR I-4553.

Sprawa dotyczyła niedopuszczania przez Francję sprzedaży na swoim terytorium wyrobów z metali szlachetnych, pochodzących z innych państw członkowskich, które miały oznaczenie próby „999 części na tysiąc”, pomimo, że oznaczenie takie jest często stosowane w praktyce handlowej.

Ponadto, francuskie oznaczenia próby, odnoszące się również do towarów importowanych z innych państw członkowskich były następujące:

- a) 916 i 750 części na tysiąc dla wyrobów ze złota; 585 i 375 części na tysiąc dla wyrobów zawierających złoto;
- b) 925 i 800 części na tysiąc dla wyrobów ze srebra;
- c) 950, 900 i 850 części na tysiąc dla wyrobów z platyny.

Komisja twierdziła, że takie regulacje utrudniają sprzedaż we Francji wyrobów z metali szlachetnych pochodzących z innych państw członkowskich i naruszają art. 28 TWE. Zdaniem Komisji ochrona konsumenta (której miały służyć francuskie przepisy) możliwa była do zapewnienia przez stosowanie innych środków, które nie ograniczałyby swobodnego przepływu towarów. Komisja uważała ponadto, że Francja powinna uznawać jeśli nie wszystkie, to przynajmniej najpopularniejsze obce oznaczenia próby, które w żadnym wypadku nie osłabiają ochrony konsumenta. W szczególności nie szkodzi ochronie konsumenta uznanie oznaczenia 999 części na tysiąc, gdyż jest ono zbliżone do obowiązujących we Francji. Ponadto, Francja mogłaby zachować prawo wymagania, aby wszystkie informacje dotyczące próby były wyraźnie wskazane, np. za pomocą odpowiedniej etykiety albo udostępnienia informacji w miejscu wystawienia wyrobów.

Trybunał uznał, że zakaz sprzedawania we Francji wyrobów z metali szlachetnych posiadających oznaczenie próby „999 części na tysiąc”, a pochodzących z innych państw członkowskich, gdzie zostały

legalnie wyprodukowane i gdzie znajdują się w legalnej sprzedaży, stanowi przeszkodę w handlu wewnątrzspółnotowym. Francja nie przedstawiła ponadto żadnych argumentów na poparcie tezy, iż jakiś interes publiczny (w szczególności ochrona konsumenta) uzasadnia taką przeszkodę.

51. Wyrok z 21.6.2001 r., sprawa C-30/99 *Komisja Wspólnot Europejskich v. Irlandia* [2001] ECR I-4619.

Prawo irlandzkie określało próby jakimi oznaczane są wyroby z metali szlachetnych. Dla złota wynosiły one: 916,6, 833, 750, 585, 417 i 375 części na tysiąc, co odpowiadało odpowiednio: 22, 20, 18, 14, 10 i 9 karatom. Dla srebra 925 i 958,4, a dla platyny 950 części na tysiąc.

Wyroby z metali szlachetnych musiały być oznaczone zatwierdzoną cechą probierczą. Zatwierdzona cecha probiercza był to stempel wybity przez Urzędnika Probierczego (*Assay Master*), znak wybity w Urzędzie Probierczym (*Assay Office*) w Wielkiej Brytanii przed 21.2.1927 r. lub międzynarodowy znak probierczy czyli taki, który jest uznawany przez rząd lub ministra na podstawie umowy międzynarodowej lub konwencji, których Irlandia jest stroną i który dotyczy metali szlachetnych i jest legalnie wybity w Irlandii przez urzędnika probierczego albo w innym państwie niż Irlandia.

Trybunał zauważył, że już orzekał, iż krajowe regulacje, które wymagają by wyroby z metali szlachetnych importowane z innych państw członkowskich, gdzie zostały legalnie sprzedane i gdzie nadano im cechę probierczą, musiały uzyskać dodatkową cechę probierczą w państwie importu, czynią import trudniejszym i kosztowniejszym. Znajduje to zastosowanie do irlandzkiego prawa dotyczącego standardów jakości wyrobów z metali szlachetnych. Jeżeli wyroby te nie odpowiadają irlandzkim przepisom, mogą zostać importowane do Irlandii i sprzedawane tylko po otrzymaniu nowej cechy probierczej stwierdzającej niższą próbę przewidzianą przez prawo irlandzkie.

Trybunał zgodził się, iż co do zasady nałożenie na importerów obowiązku uzyskania cechy probierczej służy ochronie konsumentów<sup>50</sup>. Niemniej, przytoczył swoje orzeczenie w sprawie *Robertson i inni*<sup>51</sup>, stosownie do którego państwo członkowskie nie może wymagać nowej cechy probierczej, jeżeli produkt pochodzący z innego państwa członkowskiego jest już opatrzony cechą probierczą, która zawiera informację ekwiwalentną do tej wymaganej przez państwo importujące i zrozumiałą przez konsumentów w tym państwie.

---

<sup>50</sup> Por. orzeczenie omówione w punkcie 36.

<sup>51</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 6.



TS zauważył, że prawo irlandzkie przewiduje oznaczanie prób w częściach na tysiąc. Zatem konsument obeznany z irlandzkim systemem oznaczania próby wyrobów z metali szlachetnych otrzymuje ekwiwalentną i zrozumiałą informację za pośrednictwem cechy probierczej wskazującej liczbę części na tysiąc, nawet jeżeli dana próba nie jest przewidziana przez prawo danego państwa członkowskiego.

Irlandia wymagała także, by wyroby z metali szlachetnych importowane z innych państw członkowskich, nosiły tzw. *sponsor's mark*, wskazujący wytwórcę, pracownika lub sprzedawcę. Znak powinien być zarejestrowany w Irlandii. Towary powinny być oznaczone tymi znakami, nawet jeżeli już mają analogiczny znak ze swego kraju pochodzenia.

Trybunał uznał, że takie rozwiązanie narusza art. 28 TWE, gdyż oznacza konieczność ponownego stemplowania produktu lub rejestrowania znaku w Irlandii (dodatkowe formalności). Co do zasady, konieczność oznaczenia produktu z metali szlachetnych stemplem identyfikującym wytwórcę może być usprawiedliwiona ochroną konsumenta. Wymóg zarejestrowania znaku w Irlandii może być usprawiedliwiony ochroną konsumenta tylko wtedy jeżeli wyroby z metali szlachetnych pochodzące z innych państw członkowskich nie są do tej pory opatrzone stemplami służącymi do tych samych celów (w tym wypadku do identyfikacji osoby odpowiedzialnej).

Po pierwsze, ryzyko wprowadzenia w błąd nie wydaje się znaczne i nie wystarcza do wprowadzenia ogólnego, blankietowego obowiązku rejestrowania *sponsor's mark* w Irlandii.

Po drugie, Irlandia akceptuje znaki państw będących stronami tej samej co Irlandia konwencji, czyli przyznaje, że wymóg rejestracji znaku w Irlandii nie jest niezbędny.

Po trzecie, skoro prawo irlandzkie wyklucza możliwość uznania ekwiwalentności znaku pochodzącego z innego państwa członkowskiego, idzie ono dalej niż jest to konieczne dla osiągnięcia celu.

Trybunał uznał, że znaki muszą być ekwiwalentne i przekazywać konsumentowi odpowiednią informację.

## KONKLUZJE

Przede wszystkim należy podkreślić, że Trybunał nigdy nie wycofał się z koncepcji, iż ochrona konsumenta może usprawiedliwiać odstępstwo od zakazu stosowania środków o skutkach równoważnych do ograniczeń ilościowych, a co za tym idzie, że ochrona konsumenten-

tów może usprawiedliwiać wyjątek od zasady swobodnego przepływu towarów.

Aby uzasadniane względami ochrony konsumenta przepisy krajowe stanowiące środek o skutku równoważnym do ograniczeń ilościowych mogły zostać uznane za zgodne z postanowieniami TWE muszą jednak spełniać pewne warunki.

Po pierwsze, nie mogą dyskryminować towarów pochodzących z innych państw członkowskich w stosunku do towarów krajowych<sup>52</sup> (jeżeli przepisy krajowe dyskryminują towary importowane pozostaje powoływanie się na wyjątki z art. 30 TWE).

Po drugie, środki użyte dla ochrony konsumenta muszą być proporcjonalne do celu, któremu służą. Państwo członkowskie ma obowiązek stosowania takich przepisów, które w jak najmniejszym stopniu ograniczają lub zakłócają swobodny przepływ towarów między państwami członkowskimi. Środkiem uznawanym przez Trybunał za zakłócający swobodny przepływ towarów w najmniejszym stopniu jest obowiązek dostarczenia konsumentowi odpowiedniej informacji<sup>53</sup>. Choć nie będzie to prawdą w każdym przypadku, to można pokusić się o stwierdzenie, że w przypadku istotnych różnic pomiędzy produktami krajowymi a importowanymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej dopuszczalny jest nakaz dołączania do produktu wyraźnej informacji zwracającej uwagę na tę różnicę. Musi on jednak dotyczyć zarówno produktów krajowych jak i importowanych. Obowiązek nałożony wyłącznie na towary importowane byłby przejawem ich dyskryminacji w stosunku do towarów krajowych. To zaś wykluczałoby możliwość powoływania się na względy ochrony konsumenta. Innymi słowy, można uwypuklenie pewnej różnicy między towarami, wybór powinien jednak należeć do konsumenta.

Trybunał stworzył także model przeciętnego konsumenta, przez pryzmat którego należy oceniać proporcjonalność użytych środków.

---

<sup>52</sup> Na temat tendencji rozwojowych pojęcia dyskryminacji towarów pochodzących z innych państw członkowskich zob. wyrok z 13.1.2000 r., sprawa C-254/98 *Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb v. TK-Heimdienst Sass GmbH*, [2000] ECR I-151, a także M. Szpunar, op. cit.

<sup>53</sup> Dotyczy to w największej mierze spraw związanych z żywnością. Odrębny nurt orzecznictwa stanowią sprawy związane z wyrobami z metali szlachetnych. Wprawdzie TS także w nich akcentuje kwestie informowania i wzajemnego uznawania ekwiwalentnych cech probierczych, jednak zapewne ze względu na znaczną wartość przedmiotów z metali szlachetnych z większą elastycznością zdaje się podchodzić krajowych regulacji, które ograniczają wewnątrzspółnotowy handel takimi towarami, zob. orzeczenia w sprawach *Robertson*, *Houtwiper*, *Komisja v. Francja*, *Komisja v. Irlandia* omówionych odpowiednio w punktach 6, 36, 50, 51.

Ów modelowy konsument jest odpowiednio dobrze poinformowany, odpowiednio rozważny i spostrzegawczy<sup>54</sup>. Wydaje się, że taki wzorzec konsumenta jest nieco oderwany od rzeczywistości, zwłaszcza gdy ma się na uwadze polskiego konsumenta<sup>55</sup>. Zwykła obserwacja pokazuje, że konsument zwykle nie czyta uważnie informacji o produkcie, o jego składzie, o jego użyciu, czy właściwościach. Nawet osoby pozornie odpowiadające wzorcowi wypracowanemu przez Trybunał dość łatwo mogą zostać wprowadzone w błąd niektórymi sposobami promocji. Nie sposób na przykład zgodzić się, że nawet ów rozważny i spostrzegawczy konsument byłby w pełni świadomy, że wielkość dodatkowego kawałka czekoladowego batonika nie jest równa specjalnie pokolorowanej części jego opakowania<sup>56</sup>.

Z drugiej strony, Trybunał Sprawiedliwości chroni konsumenta odstającego od przeciętnej (por. orzeczenie w sprawie *Buet*<sup>57</sup>), takiego, który raczej nie jest ani spostrzegawczy ani dobrze poinformowany. Dbłość o tę kategorię konsumentów należy jednak do rzadkości w orzecznictwie Trybunału. TS nie zapomina również o językowych, społecznych i kulturowych aspektach ochrony konsumenta<sup>58</sup>.

Przy ocenie stworzonego przez TS modelu świadomego konsumenta trzeba pamiętać, że względy ochrony konsumenta są jedynie wyjątkiem od zasady swobodnego przepływu towarów i zakazu stosowania środków o skutku równoważnym do ograniczeń ilościowych w imporcie. Jak każdy wyjątek, pojęcie ochrony konsumenta powinno być zatem interpretowane zwięźdajaco. Z tego punktu widzenia model „oświeconego”<sup>59</sup> konsumenta wydaje się być uzasadniony. Jednak określanie takiego świadomego konsumenta jako konsumenta przeciętnego wydaje się pewnym nadużyciem ze strony Trybunału. Trafniejszy opis modelowego konsumenta mógłby sprowadzać się do stwierdzenia, że ma on być dobrze poinformowany, rozważny i spostrzegawczy. Należałoby chyba zrezygnować z określenia, że jest to konsument przeciętny.

Trybunał nie ograniczył katalogu sytuacji, w których można powoływać się na ochronę konsumenta. TS raczej zgadza się ze stronami, że dany środek służy bądź może służyć ochronie konsumenta. Na ogół

---

<sup>54</sup> Zob. A. Zawidzka, *op. cit.*

<sup>55</sup> Por. E. Łętowska, *op. cit.*

<sup>56</sup> Por. orzeczenie w sprawie *Mars*, omówione punkcie 37.

<sup>57</sup> Zob. orzeczenie omówione w punkcie 24.

<sup>58</sup> Zob. orzeczenia w sprawach *Meyhui*, *Graffione* i *Lancaster* omówione odpowiednio w punktach 35, 39 i 46 oraz odmienną konkluzję orzeczenia w sprawie *Clinique* omówionej w punkcie 34.

<sup>59</sup> Takiego pojęcia używa E. Łętowska, *op. cit.*

jednak uznaje, że zastosowany środek jest nadmierny, nieproporcjonalny do celu. Często także kwestię proporcjonalności pozostawia do oceny sądu krajowego.

Mając na jednej szali swobodny przepływ towarów i większy wybór towarów dostępnych konsumentowi, a na drugiej ochronę konsumenta Trybunał na ogół opowiada się po stronie swobodnego przepływu towarów uznając, że niewielkie ryzyko wprowadzenia konsumenta w błąd nie uzasadnia ograniczenia jednej z fundamentalnych zasad wspólnego rynku.