

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ  
CLAUS GULMANN

της 29ης Σεπτεμβρίου 1993 \*

Κύριε Πρόεδρε,  
Κύριοι δικαστές,

την ονομασία «Clinique». η απόφαση αυτή ελήφθη «ενόψει της σχετικής με το άρθρο 3 του UWG (απαγόρευση παραπλανήσεως) νομολογίας».

1. Το Landgericht Berlin υπέβαλε στο Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων προδικαστικό ερώτημα ως προς την ερμηνεία του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ. Το ερώτημα ανέκυψε στο πλαίσιο διαφοράς μεταξύ μιας γερμανικής επαγγελματικής ενώσεως, η οποία προβάλλει αξιώσεις όσον αφορά την εφαρμογή του γερμανικού νόμου περί αθεμίτου ανταγωνισμού (στο εξής: UWG), και της γερμανικής και της γαλλικής θυγατρικής εταιρίας της αμερικανικής επιχειρήσεως Estée Lauder.

— Η εναγομένη θυγατρική εταιρία επιθυμεί στο εξής να πωλεί τα προϊόντα στη Γερμανία υπό την ονομασία Clinique, επειδή «λόγω των διαφορετικών ονομασιών (...) υφίστανται δυσχέρειες κατά την παράδοση στη Γερμανία από άλλες χώρες και από τη Γερμανία σε άλλες χώρες» και επειδή «το κόστος συσκευασίας και διαφημίσεως, που δημιουργείται λόγω των διαφορετικών ονομασιών (...), είναι σημαντικό».

2. Από τη Διάταξη περί παραπομπής προκύπτουν τα εξής:

— Η Estée Lauder παρασκευάζει μια μεγάλη σειρά καλλυντικών προϊόντων, τα οποία πωλούνται υπό την ονομασία «Clinique».

— Η ενάγουσα, στηριζόμενη στο άρθρο 3 του UWG και στο άρθρο 27, παράγραφος 1, σημείο 1, του Lebensmittel- und Bedarfsgegenstandesgesetz (στο εξής: LMBG), αξιώνει από την εναγομένη να μην πωλεί τα προϊόντα υπό την ονομασία Clinique.

— Η Estée Lauder αποφάσισε κατά την εισαγωγή των προϊόντων στην Ευρώπη, στις αρχές της δεκαετίας του '70, να πωλεί τα προϊόντα στη Γερμανία υπό

— Η εναγομένη ισχυρίζεται ότι η απαγόρευση θα καθιστούσε αδύνατο σ' αυτή να εισάγει παρασκευασθέντα στην

\* Γλώσσα του πρωτοτύπου: η δανική.

Αγγλία ή το Βέλγιο καλλυντικά υπό την ονομασία Clinique. αυτή η απαγόρευση θα ήταν αντίθετη προς το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ.

- Κατά την άποψη του αιτούντος δικαστηρίου «το αίτημα της αγωγής είναι βάσιμο, επειδή δεν μπορεί να αποκλειστεί ότι ένα όχι ασήμαντο τμήμα των ενδιαφερομένων εμπορικών κύκλων αποδίδει στη σειρά καλλυντικών Clinique φαρμακευτικά αποτελέσματα επί του δέρματος, προληπτικής ή θεραπευτικής φύσεως».

- Το αιτούν δικαστήριο διαπιστώνει ότι ενδεχομένως «το ζήτημα αυτό θα έπρεπε να αποδειχθεί μέσω δημοσκοπήσεως κατ' εντολή του δικαστηρίου» και ότι «αν διαπιστωθεί παραπλάνηση σε ποσοστό 10 % έως 20 % των καταναλωτών (...) θα πρέπει να απαγορευθεί η ονομασία Clinique».

- Το αναφερθέν μέτρο για τη διαπίστωση αν οι καταναλωτές παραπλανώνται είναι περιττό σε περίπτωση που αυτή η απαγόρευση, όπως ισχυρίζεται η εναγομένη, είναι ασυμβίβαστη προς το κοινοτικό δίκαιο.

3. Κατόπιν αυτού, το Landgericht Berlin υπέβαλε το ακόλουθο προδικαστικό ερώτημα:

«Πρέπει τα άρθρα 30 και 36 της Συνθήκης ΕΟΚ να ερμηνευθούν υπό την έννοια ότι

απαγορεύουν την εφαρμογή εθνικής διατάξεως περί αθεμίτου ανταγωνισμού που επιτρέπει την απαγόρευση της εισαγωγής και της εμπορίας προϊόντος που παρασκευάστηκε και/ή διατέθηκε στο εμπόριο νομίμως εντός άλλου ευρωπαϊκού κράτους, με τη δικαιολογία ότι η ονομασία του προϊόντος — Clinique — ενέχει τον κίνδυνο παραπλάνησεως των καταναλωτών — καθόσον αυτοί μπορούν να το εκλάβουν ως προϊόν με θεραπευτικό αποτέλεσμα — όταν το προϊόν αυτό διατίθεται στο εμπόριο υπό την αυτή ονομασία νομίμως και ανεμπόδιστα εντός άλλων κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας;»

4. Το άρθρο 3 του UWG ορίζει: «Όποιος στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών, λόγω ανταγωνισμού, παρέχει παραπλανητικά στοιχεία ως προς (...), μπορεί να υποχρεωθεί στην παράλειψη των στοιχείων.»

Το άρθρο 27 του LMBG ορίζει: «Απαγορεύεται να διατίθενται κατ' επάγγελμα στο εμπόριο (...) καλλυντικά προϊόντα με παραπλανητική ονομασία, στοιχεία (...) Η παραπλάνηση υφίσταται, ιδίως, όταν 1. αποδίδονται στα καλλυντικά προϊόντα αποτελέσματα, τα οποία (...) δεν είναι επαρκώς σίγουρα από επιστημονικής απόψεως (...).»

5. Η ενάγουσα της κύριας δίκης ισχυρίζεται ότι η διάθεση των προϊόντων υπό την ονομασία «Clinique» προσκρούει και στις δύο αυτές διατάξεις, δεδομένου ότι η ονομασία «Clinique» μπορεί να οδηγήσει τους καταναλωτές στην πλανημένη εντύπωση ότι τα προϊόντα έχουν φαρ-

μακευτικά αποτελέσματα. Επισημαίνει ότι οι λέξεις «Clinique» και «Klinik» ηχούν παρόμοια και ότι η λέξη «Klinik» σημαίνει στη γερμανική γλώσσα το νοσηλευτικό ίδρυμα<sup>1</sup>.

6. Επισημαίνεται ότι οι διατάξεις, στις οποίες στηρίζεται η ενάγουσα της κύριας δίκης, αποτελούν γενικές ρήτρες, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι το συγκεκριμένο περιεχόμενό τους μπορεί να καθοριστεί από τη νομολογία. Στη Γερμανία, δημιουργήθηκε ως προς τον UWG, ο οποίος θεσπίστηκε το έτος 1919, «στο πλαίσιο των γενικών ρητρών των άρθρων 1 και 3, με αμοιβαία συμφωνία της νομολογίας και της επιστήμης, ένα λεπτό πλέγμα επικαλυπτομένων κατά περίπτωση πραγματικών περιστάσεων, που παρέχουν υπέρ των καταναλωτών, των επιχειρήσεων και του κοινωνικού συνόλου του, εν πάση περιπτώσει έως ορισμένο βαθμό, ασφάλεια δικαίου και επιτρέπουν τη δυνατότητα σταθμίσεως μιας ανταγωνιστικής συμπεριφοράς»<sup>2</sup>.

7. Αναμφίβολα ευσταθεί ότι στη Γερμανία — εν αντιθέσει προς τη νομική κατάσταση στα περισσότερα υπόλοιπα κράτη μέλη — καθορίστηκε νομολογιακά ένα σχετικά αυστηρό κριτήριο για το τι αποτελεί παραπλάνηση και ότι, επομένως, επιτεύχθηκε ένα σχετικά υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και των άλλων ενδιαφερομένων, οι οποίοι πρέπει να προστατεύονται από τον νόμο. Αυτό ισχύει εν τέλει και σε σχέση με στοιχεία, τα οποία μπορούν να εκληφθούν υπό την έννοια ότι αποδίδονται στα προϊόντα θεραπευτικά αποτελέ-

σματα τα οποία αυτά στην πραγματικότητα δεν έχουν<sup>3</sup>.

8. Το προδικαστικό ερώτημα αφορά την ερμηνεία του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ — δηλαδή την απαγόρευση των περιορισμών του εμπορίου μεταξύ κρατών μελών — και τη σημασία της διατάξεως αυτής για την εφαρμογή της απαγορεύσεως παραπλάνησεως, σύμφωνα με το γερμανικό δίκαιο, σε μια συγκεκριμένη ένδικη διαφορά.

9. Το Δικαστήριο δεν μπορεί, στο πλαίσιο διαδικασίας εκδόσεως προδικαστικής αποφάσεως, να λάβει θέση ως προς το πώς πρέπει να κριθεί κατά το εθνικό δίκαιο η εκκρεμούσα υπόθεση, αλλά μπορεί να παράσχει στο εθνικό δικαστήριο όλες τις σκόπιμες ενδείξεις για την ερμηνεία του κοινοτικού δικαίου, ώστε το εν λόγω εθνικό δικαστήριο να μπορεί να κρίνει εκδίδοντας την απόφαση επί της διαφοράς αυτής, αν οι εθνικές διατάξεις συμβιβάζονται προς το κοινοτικό δίκαιο.

Το Δικαστήριο μπορεί, στο πλαίσιο αυτό, προκειμένου να δώσει στο εθνικό δικαστήριο μια όσο το δυνατόν πρόσφορη απάντηση, να συνδέσει στενά την ερμηνεία του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ με τα συγκεκριμένα περιστατικά της εκκρεμούσας υποθέσεως.

1 — Η ενάγουσα της κύριας δίκης παραπέμπει με το δικόγραφο της στον ορισμό της λέξεως «Klinik», στην *Brockhaus Enzyklopädie*, δεκάτη εβδόμη έκδοση, και ισχυρίζεται ότι «στη γερμανική γλώσσα ως «Klinik» νοείται ένα δημόσιο ή ιδιωτικό νοσηλευτικό ίδρυμα, όπου κατά κανόνα χρησιμοποιείται η λέξη «νοσοκομείο» για τα απλούστερα νοσηλευτικά ιδρύματα, ενώ ως «Klinik» νοείται εν γένει η πανεπιστημιακή κλινική, δηλαδή ένα νοσηλευτικό ίδρυμα ιδιαίτερα υψηλού επιπέδου».

2 — Δρ H. Piper, Πρόεδρος του Bundesgerichtshof, «Zu den Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf das deutsche Recht gegen den unlauteren Wettbewerb», *Wettbewerb in Recht und Praxis*, 11/92, σ. 685.

3 — Η Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση ανέφερε τη νομολογία αυτή στο δικόγραφο της, βλ. δικόγραφο, αριθ. III.

Εντούτοις, επισημαίνεται ότι στην παρούσα υπόθεση δεν πρόκειται για ερώτημα του εν γένει συμβιβαστού εθνικών νομοθετικών διατάξεων προς το άρθρο 30, αλλά για την εφαρμογή εθνικών διατάξεων σε συγκεκριμένη νομική υπόθεση, κατά την οποία η εφαρμογή απαιτεί συγκεκριμένη κρίση επί του ερωτήματος αν οι καταναλωτές παραπλανώνται υπό τις δεδομένες περιστάσεις. Κατά την άποψή μου, θα ήταν λάθος το Δικαστήριο να συνδέει, σε υποθέσεις όπως η προκειμένη, την ερμηνεία του άρθρου 30 υπερβολικά στενά με τα συγκεκριμένα πραγματικά περιστατικά. Το Δικαστήριο θα μπορούσε στην περίπτωση αυτή να διατρέξει τον κίνδυνο να ερμηνεύσει το άρθρο 30 αναφορικά προς την υπόθεση ως προς την οποία αυτό είναι ανεπαρκώς κατατοπισμένο, ή να λάβει θέση ως προς τα πραγματικά περιστατικά, πράγμα που δεν είναι δική του αρμοδιότητα, αλλά αρμοδιότητα του εθνικού δικαστηρίου. Επιπλέον, και από την άποψη της ικανότητας, αποκλείεται το Δικαστήριο, κατά την ερμηνεία του άρθρου 30, να αναλάβει να διασφαλίσει την ενιαία εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου σε σχέση με τη συγκεκριμένη εφαρμογή γενικών ρητρών, όπως οι προκειμένες. Το καθήκον αυτό εναπόκειται, σύμφωνα με το σύστημα της Συνθήκης, στο εθνικό δικαστήριο, το οποίο έχει την υποχρέωση να διασφαλίζει τη συγκεκριμένη εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου.

10. Για την απόφαση στην παρούσα υπόθεση έχει σημασία ότι το Συμβούλιο εξέδωσε οδηγίες, σύμφωνα με τις οποίες τα κράτη μέλη πρέπει να θεσπίσουν διατάξεις οι οποίες να απαγορεύουν την παραπλανητική διαφήμιση.

Πρόκειται για την οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την

παραπλανητική διαφήμιση<sup>4</sup>. Το άρθρο 2 της οδηγίας καθορίζει τι πρέπει να νοείται ως παραπλανητική διαφήμιση. σ' αυτό προστίθεται το άρθρο 3, κατά το οποίο, κατά την εξέταση του ερωτήματος, αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της. Το άρθρο 4 επιβάλλει στα κράτη μέλη «να μερμινούν ώστε να υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για τον έλεγχο της παραπλανητικής διαφήμισης προς το συμφέρον τόσο των καταναλωτών όσο και των ανταγωνιστών και γενικότερα του κοινού». Το άρθρο 7 ορίζει τέλος ότι η οδηγία «δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίσουν διατάξεις προκειμένου να εξασφαλίσουν μεγαλύτερη προστασία στους καταναλωτές (...)».

Στη συνέχεια πρόκειται για την οδηγία 76/768/ΕΟΚ του Συμβουλίου, περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών των αναφερομένων στα καλλυντικά προϊόντα<sup>5</sup>, η οποία ιδίως ενόψει της διασφαλίσεως της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων όσον αφορά τα εν λόγω προϊόντα περιέχει διατάξεις ως προς τη σύνθεση, την επισήμανση και τη συσκευασία των προϊόντων, τα δε άρθρα της 6, παράγραφος 2, και 7, παράγραφος 1, έχουν σημασία για την προκειμένη υπόθεση και ορίζουν τα εξής:

— «Τα κράτη μέλη λαμβάνουν κάθε πρόσφορο μέτρο ώστε στην επισήμανση, στην προσφορά προς πώληση και στη διαφήμιση των καλλυντικών προϊόντων το κείμενο, οι ονομασίες, τα σήματα, οι εικόνες ή τα άλλα σύμβολα παραστατικά ή μη, να μη χρησιμοποιούνται για να

4 — ΕΕ L 250, σ. 17.

5 — ΕΕ ειδ. έκδ. 13/004, σ. 145.

αποδώσουν σε αυτά τα προϊόντα χαρακτηριστικά τα οποία δεν έχουν.»

— «Τα κράτη μέλη δεν δύνανται, για λόγους που αφορούν τις απαιτήσεις τις προβλεπόμενες από την οδηγία αυτή και τα παραρτήματά της, να αρνηθούν, να απαγορεύσουν ή να περιορίσουν τη διάθεση στην αγορά των καλλυντικών προϊόντων, τα οποία δεν ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές της παρούσας οδηγίας και των παραρτημάτων της.»

11. Η Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση επισήμανε ότι οι διατάξεις και των δύο αυτών οδηγιών εκπληρώθηκαν με το γερμανικό δίκαιο — μεταξύ άλλων με τις προαναφερθείσες διατάξεις περί της παραπλανήσεως — και ότι ενδεχομένη απαγόρευση βάσει των γερμανικών νομοθετικών διατάξεων συμβιβάζεται προς την οδηγία. Ενόψει αυτών, ισχυρίζεται ότι στο προδικαστικό ερώτημα πρέπει βάσει των οδηγιών να δοθεί ως απάντηση ότι τα μέτρα τα οποία συμβιβάζονται προς τις οδηγίες δεν μπορούν κατά μείζονα λόγο να αντίκεινται στο άρθρο 30, διότι τότε οι συναφείς κοινοτικές διατάξεις θα αντίκεινται οι ίδιες στο άρθρο 30.

12. Κατά τη γνώμη μου, η άποψη αυτή δεν είναι ορθή. Απλοποιεί υπερβολικά το πρόβλημα. Δεν λαμβάνει επαρκώς υπόψη τη φύση των κοινοτικών υποχρεώσεων, που οι δύο οδηγίες επιβάλλουν στα κράτη μέλη. Πρόκειται για πολύ γενικά διατυπούμενες υποχρεώσεις, κατά τις οποίες οι εθνικές έννομες τάξεις σε πιο συγκεκριμένους τομείς πρέπει να προστατεύουν τους καταναλωτές από την παραπλάνηση. Η οδηγία περί παραπλανητικής διαφημίσεως καθορίζει, επομένως, αρκετά αόριστα κριτήρια όσον αφορά τι πρέπει να νοείται ως παρα-

πλανητική διαφήμιση. Επιπλέον, η οδηγία δεν εμποδίζει κατά τα λοιπά τα κράτη μέλη να εκδίδουν αυστηρότερες διατάξεις. Ουσιώδες είναι επίσης ότι οι υποχρεώσεις των οδηγιών πρέπει να ερμηνεύονται σε συμφωνία με τις απαιτήσεις που απορρέουν από τις διατάξεις της Συνθήκης περί της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων.

13. Κατά τη γνώμη μου, το αιτούν δικαστήριο ορθώς ζήτησε από το Δικαστήριο ερμηνεία του άρθρου 30 της Συνθήκης ΕΟΚ <sup>6</sup>.

14. Επομένως, η απάντηση στο προδικαστικό ερώτημα πρέπει να δοθεί βάσει της πάγιας νομολογίας του Δικαστηρίου

6 — Εξάλλου, το Δικαστήριο απέρριψε με την απόφαση της 13ης Δεκεμβρίου 1990 στην υπόθεση C-238/89, Pall Corp. (Συλλογή 1990, σ. I-4827), μια τουλάχιστον μερικώς σύμφωνη επιχειρηματολογία της Ομοσπονδιακής Κυβερνήσεως, η οποία αφορούσε τη νομιμότητα απαγορεύσεως της εμπορίας προϊόντων, στο σήμα των οποίων έχει προστεθεί το στοιχείο (R), βάσει του άρθρου 3, στοιχείο ι, του UWG. Το Δικαστήριο απέρριψε τη στηριζόμενη στην οδηγία περί παραπλανητικής διαφημίσεως γερμανική επιχειρηματολογία με την αιτιολογία ότι «άπαξ και έχει διαπιστωθεί ότι η εν λόγω απαγόρευση δεν δικαιολογείται από επιτακτικές ανάγκες σχετικές με την προστασία των καταναλωτών ή την εντιμότητα των εμπορικών συναλλαγών, η απαγόρευση αυτή δεν μπορεί, πολλώ μάλλον, να βρει έρεισμα στην προαναφερθείσα οδηγία. Η εν λόγω οδηγία περιορίζεται στη μερική εναρμόνιση των εθνικών νομοθετικών ρυθμίσεων περί παραπλανητικής διαφημίσεως, καθορίζοντας απενός μεν τα ελάχιστα κριτήρια και στόχους βάσει των οποίων μπορεί να κριθεί ότι μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, αφετέρου δε τα ελάχιστα προαπαιτούμενα όσον αφορά τις λεπτομέρειες της προστασίας από την παραπλανητική διαφήμιση.» Η απόφαση του Δικαστηρίου της 16ης Ιανουαρίου 1992 στην υπόθεση C-373/90, Fondersøgelse κατά X (Συλλογή 1992, σ. I-131), η οποία αφορά τη νομιμότητα της διαφημίσεως όσον αφορά παραλλήλως εισαχθέντα σχήματα στη Γαλλία, δεν μπορεί να αναφερθεί προς στήριξη της απόψεως της Ομοσπονδιακής Κυβερνήσεως, ακόμη και αν το Δικαστήριο περιορίζει την απάντησή του επί του προδικαστικού ερωτήματος σε μια ερμηνεία της οδηγίας περί παραπλανητικής διαφημίσεως. Πράγματι, το Δικαστήριο έλαβε ως βάση ότι το ερώτημα αν η επίδικη πρακτική πωλήσεως συμβιβάζεται με τις εφαρμοστέες κοινοτικές διατάξεις πρέπει να γίνει αντιληπτό ως ερώτημα για την ερμηνεία της οδηγίας περί παραπλανητικής διαφημίσεως.

ως προς τις διατάξεις αυτές, κατά την οποία

— πρώτον, ισχύει η απαγόρευση για «κάθε εμπορικού χαρακτήρα κανονιστική ρύθμιση των κρατών μελών, ικανή να εμποδίσει αμέσως ή εμμέσως, πράγματι ή δυνάμει, το ενδοκοινοτικό εμπόριο», και

— δεύτερον, «τα εμπόδια που δημιουργούνται για το ενδοκοινοτικό εμπόριο λόγω των υφισταμένων διαφορών μεταξύ των εθνικών διατάξεων πρέπει να θεωρούνται επιτρεπτά, εφόσον τέτοιου είδους διατάξεις, εφαρμοζόμενες αδιακρίτως επί εθνικών και εισαγομένων προϊόντων, δικαιολογούνται ως απαραίτητες προς ικανοποίηση επιτακτικών αναγκών, όπως είναι, μεταξύ άλλων, η προστασία των καταναλωτών ή η εντιμότητα των εμπορικών συναλλαγών. Για να μπορούν, όμως, να επιτραπούν, πρέπει οι διατάξεις αυτές να περιέχουν ρυθμίσεις ανάλογες προς τον επιδιωκόμενο σκοπό, ο σκοπός δε αυτός να μη μπορεί να επιτευχθεί με μέτρα που να περιορίζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο»<sup>7</sup>.

15. Στη Διάταξη περί παραπομπής λαμβάνεται ως βάση — χωρίς εξάλλου να

7 — Απόφαση του Δικαστηρίου της 13ης Δεκεμβρίου 1990 στην υπόθεση 238/89, *Pall Corp.* (Συλλογή 1990, σ. 1-4827, σκέψεις 11 και 12).

αμφισβητείται — το ότι ενδεχομένη απαγόρευση της διαθέσεως των οικείων καλλυντικών προϊόντων στη Γερμανία με την ονομασία *Clinique* θα ενείχε γνήσιους περιορισμούς του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών.

16. Επιπλέον, πρέπει να ληφθεί ως βάση το ότι, σε περίπτωση διατηρήσεως της απαγορεύσεως, θα υφίστατο εμπόδιο του ενδοκοινοτικού εμπορίου, το οποίο θα προέκυπτε από την εφαρμογή εθνικών νομοθετικών διατάξεων που εφαρμόζονται αδιακρίτως επί εθνικών και εισαγομένων προϊόντων.

17. Ως γνωστόν, από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει επίσης ότι η δυνατότητα να δικαιολογηθούν αυτά τα εμπόδια του εμπορίου, για τους αναφερομένους στο άρθρο 36 της Συνθήκης ΕΟΚ λόγους ή για τους λόγους που αναγνωρίζει η νομολογία του Δικαστηρίου, υφίσταται μόνο αν δεν έχει πραγματοποιηθεί σε κοινοτικό επίπεδο καμία κοινοτική κανονιστική ρύθμιση στον αντίστοιχο τομέα<sup>8</sup>.

Όπως ήδη ελέχθη, υφίστανται κοινοτικές νομοθετικές διατάξεις οι οποίες έχουν σημασία για το εν προκειμένω υποβληθέν ερώτημα, αλλά, κατά τη γνώμη μου, αυτές δεν αποτελούν διατάξεις, οι οποίες θα άφηναν να διαφύγει η δυνατότητα, βάσει του καλουμένου «*rule of reason*», να δικαιολογηθεί το προκειμένο μέτρο που εμποδίζει το εμπόριο.

8 — Βλ. απόφαση του Δικαστηρίου της 20ής Φεβρουαρίου 1979 στην υπόθεση 120/78, *Rewe* (SmI. 1979, σ. 649) και, προσφάτως, την απόφαση της 18ης Μαΐου 1993 στην υπόθεση C-126/91, *Yves Rocher* (Συλλογή 1993, σ. 1-2361, σκέψη 12), η οποία αφορά τις διατάξεις του UWG περί συγκριτικής διαφήμισης.

18. Ασφαλώς, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η οδηγία περί καλλυντικών προϊόντων, η οποία στο άρθρο 6, παράγραφος 2, υποχρεώνει όλα τα κράτη μέλη να εμποδίζουν την παραπλάνηση των καταναλωτών, στο δε άρθρο της 7, παράγραφος 1, απαγορεύει στα κράτη μέλη να απαγορεύσουν ή να περιορίσουν τη διάθεση στην αγορά των προϊόντων, αν αυτά ανταποκρίνονται στις διατάξεις της οδηγίας αυτής, αποσκοπεί ακριβώς στην εναρμόνιση των εθνικών απαιτήσεων από τα καλλυντικά προϊόντα και, επομένως, περιέχει αυτές τις κοινοτικές νομοθετικές διατάξεις οι οποίες, κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου, απαγορεύουν να θεωρούνται τα εμποδίζοντα το εμπόριο μέτρα ως δικαιολογημένα. Εντούτοις, η επιχειρηματολογία αυτή δεν περιλαμβάνεται σε κανένα από τα ενώπιον του Δικαστηρίου κατατεθέντα δικόγραφα. Κατά την άποψή μου, δεν μπορεί, επομένως, ορθώς να υποστηριχθεί ότι το γεγονός ότι τα προϊόντα διατίθενται εντός άλλων κρατών μελών νομίμως υπό την ονομασία Clinique σημαίνει ότι και στη Γερμανία θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι αυτά ανταποκρίνονται στην απαίτηση του άρθρου 6, παράγραφος 2, της οδηγίας, δηλαδή να μην αποδίδονται στα προϊόντα χαρακτηριστικά τα οποία αυτά δεν έχουν. Αυτό προκύπτει ήδη από το γεγονός ότι στον προκείμενο τομέα είναι δυνατόν να υπάρχουν γλωσσικές, πολιτισμικές και κοινωνικές διαφορές μεταξύ των κρατών μελών, οι οποίες συνεπάγονται ότι μια ονομασία, η οποία εντός ενός κράτους μέλους δεν είναι παραπλανητική, μπορεί κάλλιστα να είναι παραπλανητική εντός ενός άλλου κράτους.

19. Κατά τη γνώμη μου, οι αναφερθείσες κοινοτικές διατάξεις δεν έχουν, επομένως, ως αποτέλεσμα ότι δεν υφίσταται δυνατότητα δικαιολογίας. Έχουν μάλλον την έννοια — και αυτός είναι ο πραγματικός πυρήνας της ανωτέρω αναφερθείσας

επιχειρηματολογίας της Ομοσπονδιακής Κυβερνήσεως — ότι δείχνουν ότι αποδίδεται μεγάλη σημασία στη μέριμνα, μεταξύ άλλων, να προστατεύονται οι καταναλωτές από την παραπλάνηση κατά τη διάθεση εμπορευμάτων και παροχών, και ότι αυτό ισχύει όταν στα προϊόντα αποδίδονται φαρμακευτικές ιδιότητες τις οποίες αυτά δεν έχουν<sup>9</sup>.

20. Στο πλαίσιο της νομολογίας του Δικαστηρίου δεν υφίστατο ποτέ αμφιβολία ως προς το ότι η μέριμνα για την προστασία των καταναλωτών και των επαγγελματιών από την αθέμιτη ή παραπλανητική προβολή επιχειρήσεων, οι οποίες πωλούν προϊόντα, αποτελεί έναν από τους επιτακτικούς λόγους που μπορούν να δικαιολογούν τα εμπόδια στο εμπόριο<sup>10</sup>.

Αναμφίβολα, η εν λόγω άποψη προστασίας έχει ιδιαίτερη βαρύτητα όταν εμφανίζεται, σε σχέση με την εφαρμογή της απαγορεύσεως της παραπλάνησης, η ανάγκη, η οποία παρουσιάζει επίσης μια πλευρά προστασίας της υγείας, δηλαδή, να εμποδιστεί το να αποδίδουν οι καταναλωτές στα προϊόντα θεραπευτικά αποτελέσματα τα οποία αυτά δεν έχουν.

9 — Ενδέκνται, στο πλαίσιο αυτό, να επισημανθεί το άρθρο 2, της οδηγίας 79/112/ΕΟΚ του Συμβουλίου, περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση και την παρουσίαση των τροφίμων που προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή καθώς επίσης και τη διαφήμισή τους (ΕΕ ειδ. έκδ. 03/024, σ. 33), κατά το οποίο, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, τα προϊόντα τα οποία δεν αποτελούν θεραπευτικά μέσα δεν επιτρέπεται να αφήνουν να δημιουργείται η εντύπωση ότι αυτά αποτελούν τοιαύτα μέσα. Σύμφωνα με το άρθρο 2, παράγραφος 1, στοιχείο β', της οδηγίας, η επισήμανση και οι τρόποι σύμφωνα με τους οποίους αυτή πραγματοποιείται δεν πρέπει να αποδίδουν στα τρόφιμα ιδιότητες προλήψεως, αγωγής ή θεραπείας οιασδήποτε ανθρώπινης ασθένειας ή να επικαλούνται τις ιδιότητες αυτές. Σύμφωνα με την άποψη της Ομοσπονδιακής Κυβερνήσεως ότι διά της ερμηνευτικής οδού πρέπει να συναχθεί ανάλογος κανόνας από το άρθρο 6, παράγραφος 2, της οδηγίας περί καλλυντικών προϊόντων.

10 — Βλ., τελευταίως, την προαναφερθείσα στην υποσημείωση 8 απόφαση στην υπόθεση C-196/91, Yves Rocher, σκέψη 12.

21. Σύμφωνα με πάγια νομολογία του Δικαστηρίου, απαιτείται επίσης εν τω μεταξύ να είναι απαραίτητη η εφαρμογή των αντίστοιχων εθνικών διατάξεων υπό το πρίσμα της προστασίας του καταναλωτή, η εν λόγω εφαρμογή να έχει την προσήκουσα σχέση προς τον επιδιωκόμενο σκοπό και ο σκοπός να μη μπορεί να επιτευχθεί με μέτρα που να περιορίζουν λιγότερο το εμπόριο.

22. Η Επιτροπή ισχυρίζεται ότι η απαγόρευση της χρησιμοποίησης της ονομασίας Clinique δεν είναι απαραίτητη προκειμένου να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις της προστασίας του καταναλωτή και της ευθύτητας των εμπορικών συναλλαγών. Υπέρ αυτού συνηγορούν οι ακόλουθες σκέψεις:

— Τα οικεία προϊόντα διατίθενται αποκλειστικά από αρωματοπωλεία και τμήματα καλλυντικών εντός πολυκαταστημάτων, δεδομένου δε ότι δεν πωλούνται εντός φαρμακείων, η συσχέτιση προς τα φάρμακα πόρρω απέχει.

— Η ονομασία «Clinique» αποτελεί το όνομα πώλησής του προϊόντος. Δεδομένου ότι πωλούνται καλλυντικά προϊόντα όπως είναι το κραγιόν για τα χείλη, η μάσκαρα, η κρέμα προσώπου κ.λπ., στον καταναλωτή καθίσταται σαφές με την επισήμανση ότι πρόκειται για ένα καλλυντικό προϊόν.

— Η εμφάνιση και το περιεχόμενο προορίζονται κατ' εξοχή για τα καλλυντικά προϊόντα, περιλαμβανομένης

της ενδείξεως ότι τα προϊόντα έχουν δοκιμαστεί από αλλεργική και δερματολογική άποψη.

23. Κατά τη γνώμη μου, η επιχειρηματολογία της Επιτροπής έχει βαρύτητα, καταλήγει δε βασικά στο ότι, κατά μία συγκεκριμένη συνολική εκτίμηση, δεν υφίσταται κανένας πραγματικός κίνδυνος παραπλανήσεως και ότι, επομένως, δεν είναι και απαραίτητο να απαγορευθεί η διάθεση των προϊόντων υπό την ονομασία Clinique.

24. Εντούτοις, κατά την άποψή μου θα ήταν λάθος να δοθεί απάντηση στο προδικαστικό ερώτημα κατά την έννοια της Επιτροπής, ότι δηλαδή το άρθρο 30 πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι αντιτίθεται στην εφαρμογή της απαγορεύσεως της προτιθέμενης πώλησής τους σύμφωνα με το άρθρο 3 του UWG.

25. Πρώτον, κατά τη γνώμη μου, η απάντηση στο προδικαστικό ερώτημα θα δινόταν, επομένως, κατά τρόπο που θα ενείχε υπέρβαση των ορίων μεταξύ αυτού που αποτελεί σε μια υπόθεση όπως η προκειμένη καθήκον του Δικαστηρίου και του καθήκοντος που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο σε σχέση με τη συγκεκριμένη εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου — βλ. το σημείο 9 στις παρούσες προτάσεις.

Δεύτερον, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η Επιτροπή δεν λαμβάνει επαρκώς υπόψη το γεγονός ότι το σημείο εκκινήσεως κατά τη νομολογία του Δικαστηρίου έγκειται στο ότι τα επιμέρους κράτη μέλη είναι αυτά που καθορίζουν το επίπεδο προστασίας, το οποίο αυτά θεωρούν ως εύλογο για την



προστασία ενός συμφέροντος, το οποίο επιτρέπεται να ληφθεί υπόψη από τα κράτη μέλη σύμφωνα με το άρθρο 36 της Συνθήκης ΕΟΚ και τη νομολογία του Δικαστηρίου — ακόμη και αν οι θεσπιζόμενες διατάξεις μπορούν να έχουν ως αποτέλεσμα να περιορίζεται το εμπόριο <sup>11</sup>.

Στο πλαίσιο αυτό ας αναφερθεί μια άποψη, την οποία η εναγομένη της κύριας δίκης προέβαλε κατά την ενώπιον του Δικαστηρίου διαδικασία. Αυτή επισημαίνει ότι δεν δικαιολογείται ο ισχυρισμός ότι ο Γερμανός καταναλωτής χρειάζεται μια δήθεν μεγαλύτερη προστασία απ' ό,τι ο καταναλωτής εντός άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας <sup>12</sup>. Παρατηρείται συναφώς ότι, όπως μόλις ελέχθη, ο καθορισμός του επιδιωκόμενου στο επιμέρους κράτος επιπέδου προστασίας σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο εναπόκειται καταρχάς στον εθνικό νομοθέτη. Επιπλέον μπορούν, όπως ήδη ελέχθη, να υφίστανται συγκεκριμένες διαφορές από γλωσσική, κοινωνική και πολιτισμική άποψη, οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα, ένα γεγονός, το οποίο δεν παραπλανεί εντός μιας χώρας τους καταναλωτές, να μπορεί κάλλιστα να παραπλανεί τους καταναλωτές εντός μιας άλλης χώρας.

26. Κατά τη γνώμη μου, δεν είναι επομένως δυνατόν να λεχθεί εκ των προτέρων ότι η απαγόρευση της προτιμώμενης πωλήσεως των προϊόντων κατά την έννοια του άρθρου 30 θα ήταν περιττή προκειμένου να επιτευχθεί το επιδιωκόμενο από το γερμανικό δίκαιο επίπεδο προστασίας, αν από την προβλεπόμενη από το αιτούν δικαστήριο δημοσκόπηση προκύπτει ότι το αναφερθέν ποσοστό των Γερμανών καταναλωτών

παραπλανάται ως προς τις ιδιότητες των προϊόντων.

27. Κατά τη γνώμη μου, μια συγκεκριμένη απαγόρευση δεν θα προσέκρουε στην οδηγία περί παραπλανητικής διαφημίσεως. Αυτό μπορεί ήδη να στηριχθεί στο γεγονός ότι η οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να θέτουν ως βάση ένα υψηλότερο επίπεδο προστασίας από αυτό που προβλέπει η οδηγία. Επιπλέον, κατά τη γνώμη μου, το αποτέλεσμα όμως αυτό δεν θα ήταν αντίθετο καταρχήν προς ορισμένες από τις ειδικές ελάχιστες προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν σύμφωνα με την οδηγία οι νομοθεσίες των κρατών μελών <sup>13</sup>.

28. Εντούτοις, αυτό δεν αποκλείει ότι από τις κοινοτικές διατάξεις μπορεί να συναχθεί η απαίτηση το γερμανικό δικαστήριο να εφαρμόζει τις απαγορεύσεις και των δύο εθνικών διατάξεων περί παραπλανήσεως στο πλαίσιο των εμπορικών συναλλαγών.

Είναι σημαντικό ότι τα εθνικά δικαστήρια, κατά τη συγκεκριμένη εφαρμογή του δικαίου, λαμβάνουν υπόψη τη βασική σημασία την οποία έχει η ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων στο κοινοτικό δίκαιο και ότι αυτά έχουν συνείδηση — όπως και σε υποθέσεις οι οποίες αφορούν γενικές ρήτρες, όπως αυτές για τις οποίες πρόκειται στην παρούσα υπόθεση — του ότι τα μέτρα, τα οποία συνεπάγονται περιορισμούς στο εμπόριο, είναι νόμιμα αν είναι απαραίτητως αναγκαία, αν έχουν την προσήκουσα σχέση προς τον επιδιωκόμενο

11 — Βλ. απόφαση του Δικαστηρίου της 28ης Ιανουαρίου 1986 στην υπόθεση 188/84, Επιτροπή κατά Γαλλίας, «Μηχανήματα κατεργασίας ξύλου» (Σύλλογή 1986, σ. 419, σκέψη 15).

12 — Βλ. δικόγραφο της εναγομένης, σ. 9, τμήμα II, 3 b.

13 — Το Δικαστήριο ερμήνευσε, όπως αναφέρεται στην υποσημείωση 6, την οδηγία με την απόφαση στην υπόθεση C-373/90, Vorundersøgelse κατά X. Η επιδιωκόμενη με την απόφαση αυτή ερμηνεία, καθώςον μπορώ να αντιληφθώ, έχει περιορισμένη μόνο σημασία για την προκειμένη υπόθεση.

σκοπό και αν ο σκοπός αυτός δεν μπορεί να επιτευχθεί με μέτρα τα οποία περιορίζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

Εξάλλου, θα πρέπει να τονιστεί ως σημαντικό για την προκειμένη υπόθεση ότι απαιτείται πιστή εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου — επομένως και της οδηγίας περί παραπλανητικής διαφημίσεως —, ότι κατά την εξέταση αποδίδεται αξία σε μία συνολική εκτίμηση, η οποία περιλαμβάνει όλες τις σχετικές απόψεις, μεταξύ αυτών δε τις περιστάσεις υπό τις οποίες τα προϊόντα

πωλούνται, και τον κίνδυνο παραπλανήσεως ενόψει του σημαντικού κύκλου καταναλωτών.

Κατά τη γνώμη μου, αυτό σημαίνει μεταξύ άλλων ότι το αιτούν δικαστήριο, κατά την οριστική απόφασή του σχετικά με το αν υφίσταται καν λόγος να διεξάγει δημοσκόπηση και, αν σ' αυτό δοθεί καταφατική απάντηση, κατά τη διεξαγωγή της, πρέπει να συμπεριλάβει το γεγονός το οποίο, όπως ήδη αναφέρθηκε, επισήμανε η Επιτροπή.

## Πρόταση

29. Κατόπιν αυτού, προτείνω στο Δικαστήριο να δώσει στο προδικαστικό ερώτημα την εξής απάντηση:

Το άρθρο 30 της Συνθήκης ΕΟΚ πρέπει να ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι, καταρχήν, δεν απαγορεύει την εφαρμογή εθνικής διατάξεως περί του αθεμίτου ανταγωνισμού, με την οποία απαγορεύεται η πώληση καλλυντικού προϊόντος με την αιτιολογία ότι οι καταναλωτές παραπλανώνται λόγω του ονόματος του προϊόντος αποδίδοντας στο προϊόν θεραπευτικές ιδιότητες, ακόμη και αν το προϊόν πωλείται εντός των άλλων κρατών μελών νομίμως υπό την ονομασία αυτή.

Εντούτοις, στο εθνικό δικαστήριο εναπόκειται, κατά την εφαρμογή των εθνικών διατάξεων, να διασφαλίζει ότι η εφαρμογή τους δεν έχει ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση του ενδοκοινοτικού εμπορίου, εκτός αν η εφαρμογή είναι απαραίτητη προκειμένου να προστατευθούν οι καταναλωτές και η ευθύτητα των εμπορικών συναλλαγών, και καθόσον τα ληφθέντα μέτρα είναι ανάλογα προς τον επιδιωκόμενο σκοπό, ο σκοπός δε αυτός δεν μπορεί να επιτευχθεί με μέτρα τα οποία περιορίζουν λιγότερο το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

Κατά το κοινοτικό δίκαιο, στο εθνικό δικαστήριο εναπόκειται ταυτόχρονα, κατά την εξέταση του εφαρμοστέου ή μη των εθνικών διατάξεων, να λάβει ως βάση μια γενική εκτίμηση, στην οποία περιλαμβάνονται όλες οι σχετικές απόψεις, μεταξύ των οποίων οι περιστάσεις υπό τις οποίες τα προϊόντα πωλούνται, καθώς και ο κίνδυνος παραπλανήσεως όσον αφορά τον σημαντικό κύκλο καταναλωτών.