

Υπόθεση C-470/93

Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln eV κατά Mars GmbH

(αίτηση του Landgericht Köln
για την έκδοση προδικαστικής αποφάσεως)

«Ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων — Μέτρα ισοδύναμου αποτελέσματος με ποσοτικούς περιορισμούς — Παρουσίαση προϊόντος ενέχουσα τον κίνδυνο περιορισμού της ελευθερίας καθορισμού των τιμών μεταπωλήσεως και περιαγωγής του καταναλωτή σε πλάνη»

Προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Léger της 28ης Μαρτίου 1995 I - 1925
Απόφαση του Δικαστηρίου (πέμπτο τμήμα) της 6ης Ιουλίου 1995 I - 1936

Περίληψη της αποφάσεως

*Ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων — Ποσοτικοί περιορισμοί — Μέτρα ισοδύναμου αποτελέσματος — Απαγόρευση εισαγωγής και διαθέσεως στο εμπόριο προϊόντος του οποίου η ποσότητα έχει αυξηθεί επ' ευκαιρία διαφημιστικής εκστρατείας και του οποίου η συσκευασία φέρει την ένδειξη της αυξήσεως — Δεν επιτρέπεται — Δικαιολόγηση — Προστασία των καταναλωτών — Δεν τίθεται τέτοιο ζήτημα
(Συνθήκη ΕΚ, άρθρο 30)*

Το άρθρο 30 της Συνθήκης πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι αντιτίθεται στο να απαγορεύει κρατικό μέτρο την εισαγωγή και την εμπορία νομίμως παραγομένου εντός άλλου κράτους μέλους προϊόντος, του οποίου η ποσότητα έχει αυξηθεί επ' ευκαιρία διαφημιστικής εκστρατείας βραχείας διάρκειας και του οποίου η συσκευασία φέρει την ένδειξη «+ 10 %»,

— επειδή η παρουσίαση αυτή θα ήταν ικανή να οδηγήσει τον καταναλωτή να νομίσει ότι η τιμή του προσφερομένου προς πώληση προϊόντος είναι η ίδια με αυτή στην οποία το ως άνω προϊόν πωλείτο προηγουμένως υπό την παλαιά του παρουσίαση, γεγονός που θα είχε ως συνέπεια είτε, στην περίπτωση που ο έμπορος αύξανε την τιμή, να καταστεί ο καταναλωτής θύμα παραπλανήσεως υπό την έννοια του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου είτε, στην περίπτωση που δεν αυξανόταν η τιμή, να μην ανταποκρίνεται η προσφορά στην προσδοκία του καταναλωτή, αλλά να συνεπάγεται τότε ενδεχομένως παράβαση της απαγορεύσεως που θεσπίζεται με το εθνικό αυτό δίκαιο, περί επιβολής των τιμών στους μεταπωλητές,

— επειδή η νέα παρουσίαση θα δημιουργούσε στον καταναλωτή την εντύπωση, λόγω του ότι η ταινία με την ένδειξη «+ 10 %» καταλαμβάνει επί της συσκευασίας επιφάνεια μεγαλύτερη του 10 % της συνολικής επιφάνειας, ότι η αύξηση του όγκου ή του βάρους του προϊόντος είναι σημαντικότερη απ' ό,τι προβάλλεται.

Πράγματι, παρόλον ότι εφαρμόζεται αδιακρίτως εφ' όλων των προϊόντων, η απαγόρευση αυτή είναι ικανή να εμποδίσει το ενδοκοινοτικό εμπόριο, δεδομένου ότι μπορεί να αναγκάσει τον εισαγωγέα να διαμορφώνει διαφορετικά την παρουσίαση των προϊόντων του αναλόγως του τόπου εμπορίας, και δεν μπορεί να δικαιολογηθεί ως αναγκαία για την ικανοποίηση επιτακτικών αναγκών αναγομένων στην προστασία των καταναλωτών, δεδομένου ότι οι τιμές των εν λόγω προϊόντων δεν αυξήθηκαν, αλλά ότι, αντιστρόφως, η υποχρέωση που επιβάλλεται στους μεταπωλητές να μην αυξάνουν τις τιμές τους, η οποία εξάλλου είναι ευνοϊκή για τους καταναλωτές, δεν απορρέει από καμία συμβατική δέσμευση και έχει εφαρμογή μόνο κατά τη βραχεία διάρκεια της επίμαχης διαφημιστικής εκστρατείας και, τέλος, ότι η ένδειξη «+ 10 %» δεν είναι ικανή να παραπλανήσει έναν έχοντα συνηθισμένη ενημέρωση καταναλωτή.