Raccolta della giurisprudenza

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE
EVGENI TANCHEV
presentate il 15 luglio 2021 [1]

Causa C-370/20

Pro Rauchfrei e.V.
contro
JS e.K.

[domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania)]

«Direttiva 2014/40/UE – Avvertenze relative alla salute da apporre su ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco e sull'eventuale imballaggio esterno – Distributore automatico di prodotti del tabacco – Articolo 2, punto 40 – Nozione di "immissione sul mercato" – Articolo 8, paragrafo 3 – Divieto di "dissimulare tramite altri elementi" le avvertenze relative alla salute – Articolo 8, paragrafo 8 – Nozione di "illustrazioni" sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno destinato ai consumatori dell'Unione europea»

1. La controversia nel procedimento principale riguarda l'etichettatura e l'imballaggio dei prodotti del tabacco venduti tramite un distributore automatico. La direttiva 2014/40/UE del Parlamento europeo e del Consiglio [2] prescrive che ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco rechi le avvertenze relative alla salute che essa prevede. L'articolo 8, paragrafo 3, della suddetta direttiva precisa che tali avvertenze devono essere pienamente visibili, nonché non essere dissimulate da determinati elementi. La questione sottoposta al Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania) è se la situazione in cui le avvertenze relative alla salute sui pacchetti di sigarette non sono visibili mentre i pacchetti sono stoccati in un distributore automatico costituisca violazione del divieto di dissimulare le avvertenze. Perché sia così, il distributore automatico dovrebbe essere considerato un elemento che dissimula le avvertenze, come avviene, ad esempio, per gli incarti e le custodie, cui l'articolo 8, paragrafo 3, di tale direttiva fa espresso riferimento, il che è discutibile.

2. Il giudice del rinvio desidera altresì sapere se sussista una violazione della norma di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40, secondo cui anche le *illustrazioni* sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno devono recare avvertenze relative alla salute. Infatti, i pulsanti di selezione dei prodotti del distributore automatico di cui trattasi nel procedimento principale presentano illustrazioni di varie marche di sigarette. Si tratta di sapere

[1] Lingua originale: l'inglese.

[2] Direttiva del 3 aprile 2014, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita del tabacco e dei prodotti correlati e che abroga la direttiva 2001/37/CE (GU 2014, L 127, pag. 1, e relativa rettifica, GU 2015, L 150, pag. 24).

se tali illustrazioni possano essere considerate come illustrazioni ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8, di tale direttiva, nel qual caso esse sarebbero tenute a recare avvertenze relative alla salute, cosa che non si verifica.

3. Pertanto, la presente causa offre alla Corte l'opportunità di pronunciarsi, in relazione a un distributore automatico di tabacchi, sulla portata del requisito secondo cui non solo ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco, ma anche le immagini su tale confezione, debbano recare le avvertenze relative alla salute previste dalla direttiva 2014/40.

I. Contesto normativo

A. Diritto dell'Unione europea

4. L'articolo 2 della direttiva 2014/40 prevede quanto segue:

«Ai fini della presente direttiva si applicano le seguenti definizioni:

(...)

40) «immissione sul mercato»: il fatto di mettere prodotti, indipendentemente dal loro luogo di fabbricazione, a disposizione dei consumatori dell'Unione, dietro pagamento o a titolo gratuito, anche mediante vendita a distanza; nel caso di vendite a distanza transfrontaliere il prodotto è considerato immesso sul mercato nello Stato membro in cui si trova il consumatore;

(…)».

5. L'articolo 8 della direttiva 2014/40 così recita:

«1. Ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco e l'eventuale imballaggio esterno recano le avvertenze relative alla salute di cui al presente capo nella lingua ufficiale o nelle lingue ufficiali dello Stato membro in cui il prodotto è immesso sul mercato.

(...)

3. Gli Stati membri vigilano affinché le avvertenze relative alla salute su una confezione unitaria e l'eventuale imballaggio esterno siano stampate in modo inamovibile, indelebili e pienamente visibili, non essendo parzialmente o completamente dissimulate o troncate da bolli fiscali, etichette del prezzo, elementi di sicurezza, incarti, custodie, scatole o altri elementi al momento dell'immissione sul mercato dei prodotti del tabacco. Sulle confezioni unitarie dei prodotti del tabacco diversi dalle sigarette e dal tabacco da arrotolare in buste, le avvertenze relative alla salute possono essere apposte mediante adesivi, a condizione che questi siano inamovibili. Le avvertenze relative alla salute rimangono intatte all'apertura della confezione unitaria eccetto per le confezioni con chiusura di tipo flip-top, ove le avvertenze possano essere separate all'apertura della confezione, ma solo in modo da garantire l'integrità grafica e la visibilità del testo, delle fotografie e delle informazioni sulla disassuefazione dal fumo.

(...)

8. Le illustrazioni sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno destinato ai consumatori dell'Unione rispettano le disposizioni del presente capo».

B. Normativa tedesca

6. L'articolo 11 della Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (regolamento relativo ai prodotti del tabacco e ai prodotti correlati; in prosieguo: la «TabakerzV»), rubricato «Disposizioni generali per l'etichettatura dei prodotti del tabacco», così recita:

«1) I seguenti requisiti generali si applicano alla grafica e all'apposizione delle avvertenze relative alla salute di cui agli articoli da 12 a 17 sulle confezioni e sull'imballaggio esterno dei prodotti del tabacco: Le avvertenze relative alla salute

(...)

4. non possono essere parzialmente o totalmente dissimulate o separate al momento dell'immissione sul mercato, compresa l'offerta in vendita; nel caso di confezioni con chiusura di tipo flip-top in cui le avvertenze vengono separate al momento dell'apertura della confezione; ciò può essere fatto solo in modo da garantire l'integrità grafica e la leggibilità,

(...)

2) Le illustrazioni sulle confezioni e sull'imballaggio esterno destinate ad attività promozionali rivolte ai consumatori nell'Unione europea devono essere conformi ai requisiti della presente sottosezione» [3].

II. Fatti della controversia di cui al procedimento principale e questioni pregiudiziali

7. La società JS (in prosieguo: la «JS») gestisce due supermercati a Monaco di Baviera (Germania). A partire dal 20 maggio 2017, essa offriva in vendita sigarette attraverso il distributore automatico di seguito raffigurato (in prosieguo: il «distributore in questione»):

[3] La «sottosezione» cui fa riferimento l'articolo 11, paragrafo 2, della TabakerzV è la sottosezione 3, che riguarda le confezioni e le avvertenze.



8. I pacchetti di sigarette stoccati nel distributore automatico in questione non erano visibili al cliente. I pulsanti di selezione del prodotto posti sul distributore consentivano invero di riconoscere le diverse marche di sigarette, ma non recavano le avvertenze relative alla salute prescritte dalla legge.

9. La vendita si svolgeva nel seguente modo: il cliente, dopo aver chiesto al personale addetto alla cassa di attivare il distributore, premeva il pulsante di selezione corrispondente alla marca di sigarette desiderata. Il pacchetto di sigarette veniva quindi trasferito dal dispositivo di erogazione del distributore automatico sul nastro trasportatore della cassa. Il pagamento del pacchetto di sigarette aveva luogo successivamente alla cassa, purché il cliente confermasse la propria intenzione di acquisto. Tale organizzazione dell'operazione di vendita tramite distributore automatico mirava alla prevenzione dei furti e a impedire la vendita ai minori.

10. La Pro Rauchfrei e.V., un'associazione senza scopo di lucro, ha adito il Landgericht München I (Tribunale del Land, Monaco di Baviera I, Germania) al fine, in via principale, di vietare alla JS, a pena di sanzione, di mettere in vendita prodotti del tabacco, in particolare sigarette, in modo tale che siano dissimulate le avvertenze relative alla salute apposte sulle confezioni unitarie o sul loro imballaggio esterno, come descritto ai precedenti paragrafi 8 e 9. In subordine, la Pro Rauchfrei ha chiesto di vietare alla JS, a pena di sanzione, la messa in vendita di prodotti del tabacco, in particolare sigarette, in un modo tale che le immagini sulle confezioni unitarie prive di avvertenze relative alla salute siano esposte in luogo delle confezioni unitarie provviste di tali avvertenze, come descritto nei medesimi punti.

11. Con sentenza del 5 luglio 2018, il Landgericht München I (Tribunale del Land, Monaco di Baviera I) ha respinto il ricorso.

12. Con sentenza del 25 luglio 2019, l'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera, Germania) ha respinto l'appello proposto dalla Pro Rauchfrei contro la sentenza del Landgericht München I (Tribunale del Land, Monaco di Baviera I).

13. La Pro Rauchfrei ha presentato un ricorso per cassazione (Revision) contro la sentenza dell'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera) dinanzi al Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia).

14. Il Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia) ritiene che l'esito del ricorso per cassazione (Revision) dipenda dall'interpretazione dell'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, e dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40/UE. Pertanto, ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se la nozione di "immissione sul mercato" di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva [2014/40] includa l'offerta in vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici in modo tale che i pacchetti di sigarette in essi contenuti, pur recando le avvertenze prescritte dalla legge, sono però stoccati nel distributore automatico in modo che non siano inizialmente visibili al consumatore e le avvertenze su di essi apposte diventano visibili non appena il distributore automatico, precedentemente attivato dal personale addetto alla cassa, viene azionato dal cliente e il pacchetto di sigarette viene così collocato sul nastro trasportatore della cassa ancor prima dell'operazione di pagamento.

2) Se il divieto di "dissimulare tramite altri elementi" le avvertenze di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva [2014/40], includa il caso in cui nella presentazione della merce tramite un distributore automatico venga dissimulata l'intera confezione di tabacco.

3) Se la condizione delle "illustrazioni sulle confezioni unitarie" di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva [2014/40] sia soddisfatta anche qualora l'immagine non costituisca una rappresentazione fedele del confezionamento originale, ma il consumatore associ detta illustrazione alla confezione di tabacco a causa della sua grafica quanto ai contorni, alle proporzioni, ai colori e al logotipo.

4) Se i requisiti di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva [2014/40], indipendentemente dall'immagine utilizzata, siano soddisfatti anche nel caso in cui il consumatore abbia l'opportunità di visionare i pacchetti di sigarette con le prescritte avvertenze prima della conclusione del contratto di vendita».

15. La JS e la Commissione europea hanno presentato osservazioni scritte. Non è stata tenuta udienza nella presente causa.

III. Analisi

A. Sulla prima questione pregiudiziale

16. Con la sua prima questione il giudice del rinvio chiede alla Corte di giustizia, in sostanza, se la nozione di «immissione sul mercato» di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 includa la presentazione di pacchetti di sigarette mediante un distributore automatico tale per cui i suddetti pacchetti sono inizialmente stoccati nella macchina senza essere visibili al

consumatore, di modo che le avvertenze relative alla salute che essi recano diventano visibili solo quando il cliente aziona la macchina e il pacchetto viene collocato sul nastro trasportatore della cassa ancor prima dell'operazione di pagamento.

17. Come menzionato al paragrafo 1 supra, ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco e ciascun imballaggio esterno devono recare, conformemente all'articolo 8, paragrafo 1, della direttiva 2014/40, le avvertenze relative alla salute previste dal capo II del titolo II di detta direttiva (in prosieguo: le «avvertenze relative alla salute prescritte»). L'articolo 8, paragrafo 3, di detta direttiva precisa, in particolare, che le suddette avvertenze non possono essere parzialmente o totalmente dissimulate o troncate da determinati elementi.

18. Rilevo che tanto l'obbligo di riportare le avvertenze relative alla salute prescritte quanto il divieto della loro dissimulazione o troncatura si applicano solo «al momento dell'immissione sul mercato dei prodotti del tabacco», conformemente all'articolo 8, paragrafo 3, della direttiva 2014/40[4]. La nozione di «immissione sul mercato» è definita dall'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40 come segue: «il fatto di mettere prodotti, indipendentemente dal loro luogo di fabbricazione, a disposizione dei consumatori dell'Unione, dietro pagamento o a titolo gratuito, anche mediante vendita a distanza (...)».

19. Pertanto, con la sua prima questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se, nel caso di specie, un pacchetto di sigarette debba essere considerato immesso sul mercato: i) quando viene offerto in vendita tramite il distributore automatico di cui trattasi, ossia prima che venga presa la decisione di acquisto; oppure (ii) nel momento in cui il controllo fisico effettivo di detto pacchetto viene trasferito dal venditore al cliente dopo la procedura di pagamento.

20. Devo ricordare che, secondo la decisione di rinvio, l'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera) ha ritenuto che l'offerta in vendita di pacchetti di sigarette mediante un distributore automatico non rientri nell'ambito di applicazione della direttiva 2014/40, dato che tale presentazione costituisce una «modalità di vendita» che, secondo il considerando 48 di tale direttiva, non è armonizzata dalla stessa[5]. Ritengo pertanto necessario esaminare se la direttiva 2014/40 sia applicabile al caso di specie prima di analizzare la prima questione pregiudiziale.

1. Se la direttiva 2014/40 sia applicabile al caso di specie

21. A differenza dell'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera), il giudice del rinvio sembra propendere per l'applicabilità della direttiva 2014/40. Il giudice del rinvio rileva, in particolare, che, sebbene il considerando 48 della direttiva 2014/40 indichi che essa non armonizza le norme in materia di «pubblicità interna», il considerando 43 e l'articolo 20, paragrafo 5, di tale direttiva stabiliscono tuttavia norme riguardanti la pubblicità delle sigarette elettroniche. Il giudice del rinvio rileva inoltre che, secondo il considerando 60 e il titolo della direttiva 2014/40, quest'ultima armonizza le norme relative, in particolare, alla «presentazione» dei prodotti del tabacco, il che può essere inteso come comprendente anche le circostanze della loro presentazione.

[4] L'articolo 8, paragrafo 1, della direttiva 2014/40 precisa: «(...) in cui il prodotto è immesso sul mercato».

[5] Secondo la decisione di rinvio, «[l'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera)] ha ritenuto che lo stoccaggio delle confezioni unitarie di sigarette nel distributore automatico di cui trattasi sia soltanto una modalità di vendita. Secondo detto giudice, dal considerando 48 della direttiva 2014/40 si evincerebbe che l'obiettivo di armonizzazione di tale direttiva non riguarda le modalità di vendita e la pubblicità. Pertanto, le disposizioni pertinenti di tale direttiva non si applicherebbero all'offerta in vendita delle sigarette tramite distributori automatici, di cui trattasi nel caso di specie».

22. Al riguardo, la JS sostiene che i) il considerando 48 della direttiva 2014/40 si applica non solo alle sigarette elettroniche, ma anche ai prodotti del tabacco; ii) la vendita di pacchetti di sigarette tramite un distributore automatico costituisce una modalità di vendita ai sensi di tale considerando; e iii) pertanto, la vendita di pacchetti di sigarette tramite un distributore automatico esula dall'ambito di applicazione di tale direttiva.

23. La Commissione è di parere opposto. Essa sostiene che, sebbene, secondo il considerando 48 della direttiva 2014/40, le modalità di vendita, quali la vendita di prodotti del tabacco tramite un distributore automatico, rientrino nella competenza degli Stati membri, le avvertenze relative alla salute da apporre sui prodotti del tabacco rientrano nell'ambito di applicazione di tale direttiva, che le armonizza pienamente. La Commissione sottolinea, in particolare, che l'Unione europea è competente a ravvicinare le norme nazionali che comportano l'elusione di misure aventi per oggetto il funzionamento del mercato interno, come le disposizioni in materia di etichettatura della direttiva 2014/40 [6].

24. Ritengo che la direttiva 2014/40 sia applicabile al caso di specie.

25. La prima frase del considerando 48 della direttiva 2014/40 precisa che «(...) [detta] direttiva non armonizza le norme relative agli ambienti senza fumo, *alle modalità di vendita interne o alla pubblicità interna* o al brand stretching, né introduce un limite di età per le sigarette elettroniche o i contenitori di liquido di ricarica» [7].

26. A mio avviso, la prima frase del considerando 48 della direttiva 2014/40 si applica solo alle sigarette elettroniche e ai contenitori di ricarica, non ai prodotti del tabacco come le sigarette [8]. Questo perché, in primo luogo, detta frase fa espresso riferimento alle «sigarette elettroniche o ai contenitori di ricarica». In secondo luogo, i considerando precedenti – ossia i considerando da 36 a 47 – fanno tutti riferimento alle sigarette elettroniche o ai liquidi contenenti nicotina [9], senza menzionare i prodotti del tabacco. In terzo luogo, detta interpretazione è confermata dai lavori preparatori della direttiva 2014/40. Un documento redatto dalla presidenza del Consiglio dell'Unione europea [10] indica che i considerando da a) a m) – che corrispondono ai considerando da 36 a 48 della direttiva 2014/40 – sono «considerando collegati all'articolo 18» – divenuto articolo 20 della direttiva 2014/40, rubricato «Sigarette elettroniche». In particolare, il considerando 1 è quasi identico al considerando 48 della direttiva 2014/40.

27. Tuttavia, a prescindere dall'applicabilità o meno ai prodotti del tabacco della prima frase del considerando 48 della direttiva 2014/40, tale direttiva non può, a mio avviso, essere considerata come un'armonizzazione delle norme nazionali sulla vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici, né delle norme nazionali sulla pubblicità di tali prodotti sui distributori automatici di tabacco.

6 La Commissione fa leva sulla sentenza del 5 ottobre 2000, Germania/Parlamento e Consiglio (C-376/98, EU:C:2000:544, punto 100).

7 Il corsivo è mio.

8 Per completezza, va precisato che le sigarette elettroniche non sono prodotti del tabacco. Ai sensi dell'articolo 2, punto 4, della direttiva 2014/40, i prodotti del tabacco devono essere «costituiti, anche parzialmente, da tabacco». Tale non è il caso delle sigarette elettroniche che, come indica l'articolo 2, punto 16, sono utilizzate «per il consumo di vapore contenente nicotina». Le sigarette elettroniche non sono utilizzate per il consumo di tabacco come definito dall'articolo 2, punto 1, ossia «foglie e altre parti naturali, lavorate o non lavorate della pianta di tabacco» (v. altresì sentenza del 4 maggio 2016, Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, punti 37 e 38).

9 Con l'eccezione, tuttavia, dei considerando 42 e 45. Ciò nondimeno, il considerando 42 utilizza l'espressione «tali prodotti», che può essere intesa solo come riferita ai prodotti descritti nel considerando precedente, ossia le sigarette elettroniche. Inoltre, il riferimento, nel considerando 45, ai «presunti effetti nocivi» sulla salute umana fa eco all'articolo 20, paragrafo 9, che si applica solo alle sigarette elettroniche; e il riferimento, nel medesimo considerando, a una «clausola di salvaguardia», corrisponde all'articolo 20, paragrafo 11, anch'esso applicabile solo alle sigarette elettroniche.

10 V. documento del Consiglio n. 17727/13 ALLEGATO, del 17 dicembre 2013 (pag. 15).

28. In primo luogo, la direttiva 2014/40 non armonizza le norme nazionali sulla vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici. Infatti, all'articolo 1 della direttiva 2014/40, che enuncia l'oggetto della direttiva stessa, non vi è alcun riferimento alle vendite tramite distributori automatici, né a qualsiasi modalità di vendita [11]. Inoltre, il divieto, o la limitazione, della vendita tramite distributori automatici è stato prospettato ed escluso dalla valutazione d'impatto della direttiva 2014/40 [12]. Infine, la vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici rientra nel campo di applicazione della raccomandazione 2003/54/CE del Consiglio [13], che, secondo il considerando 16 di tale raccomandazione, tratta di altre forme di pratiche pubblicitarie, commerciali o promozionali «diverse» da quelle disciplinate, tra l'altro, dalla direttiva 2001/37/CE del Parlamento europeo e del Consiglio [14] (ora abrogata e sostituita dalla direttiva 2014/40). A questo proposito, occorre fare riferimento al punto 1, lettera c), della raccomandazione 2003/54, con cui si raccomanda agli Stati membri di «limita[re] l'accesso ai distributori automatici di prodotti del tabacco a luoghi accessibili a persone di età superiore a quella prescritta dalla legge nazionale per l'acquisto dei prodotti del tabacco», oppure, dove tale limite non esista, di «regolamenta[re] in modo altrettanto efficace l'accesso ai prodotti venduti tramite distributori».

29. In secondo luogo, la direttiva 2014/40 non armonizza le norme nazionali in materia di pubblicità dei prodotti del tabacco sui distributori automatici. Infatti, all'articolo 1 della direttiva 2014/40, che enuncia l'oggetto della stessa, non vi è alcun riferimento alla pubblicità sui distributori automatici, né a qualsiasi pubblicità di prodotti del tabacco, indipendentemente dal mezzo. Inoltre, la pubblicità dei prodotti del tabacco sui distributori automatici di tabacco rientra nell'ambito di applicazione della raccomandazione 2003/54 che, come spiegato al precedente paragrafo 28, riguarda forme di pratiche pubblicitarie, commerciali o promozionali non disciplinate dalla direttiva 2014/40. A tal proposito, occorre fare riferimento al punto 2, lettera d), della raccomandazione 2003/54, in cui si raccomanda agli Stati membri di «proibire conformemente alle norme o ai principi costituzionali nazionali», «l'utilizzazione di (...) tecniche pubblicitarie interne o esterne (come la pubblicità sui distributori automatici di prodotti del tabacco)» [15].

[11] Con l'eccezione delle «vendite a distanza transfrontaliere di prodotti del tabacco» di cui all'articolo 1, lettera d) – che, appunto, non sono modalità di vendita «interne» che, ai sensi del primo periodo del considerando 48 della direttiva 2014/40, esulano dall'ambito di applicazione di tale direttiva.

[12] Impact assessment of 19 December 2012 accompanying the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning the manufacture, presentation and sale of tobacco and related products (Valutazione d'impatto, del 19 dicembre 2012, che accompagna la proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita del tabacco e dei prodotti correlati) (SWD(2012)°452 final) (in prosieguo: la «valutazione d'impatto della direttiva 2014/40»). Secondo la sezione 4.1 della parte 1 della valutazione d'impatto della direttiva 2014/40, «il ravvicinamento» delle normative degli Stati membri sui distributori automatici di tabacco (TVM) è stato escluso dalla valutazione d'impatto e dalla consultazione pubblica. Questo settore della politica è stato eliminato per motivi di sussidiarietà e tenuto conto dei progressi già positivi compiuti in questo settore» (pag. 50). V. altresì lo studio preparato da RAND Europe, intitolato «Assessing the Impacts of Revising the Tobacco Products Directive», del settembre 2010 (in prosieguo: lo «studio RAND»). Secondo lo studio RAND, delle cinque opzioni previste dalla Commissione, tre contenevano misure relative ai distributori automatici di tabacco: l'opzione 3 consisteva in misure per «rendere i distributori automatici inaccessibili ai minori», mentre le opzioni 4 e 5 prevedevano un «divieto totale [dei] distributori automatici» (v. pagg. 189, 219, 227 e 235). Lo studio RAND è disponibile sul sito web della Commissione europea.

[13] Raccomandazione del 2 dicembre 2002, sulla prevenzione del fumo e su iniziative per rafforzare la lotta contro il tabagismo (GU 2003, L 22, pag. 31).

[14] Direttiva del 5 giugno 2001, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco (GU 2001, L 194, pag. 26). La direttiva 2001/37 è menzionata nel considerando 9 della raccomandazione 2003/54.

[15] Occorre inoltre fare riferimento al considerando 14 della raccomandazione 2003/54, secondo cui i distributori automatici «dovrebbero recare solo la pubblicità strettamente necessaria per indicare i prodotti offerti in vendita».

30. Ciò premesso, sebbene la direttiva 2014/40 non armonizzi le norme nazionali in materia di vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici o di pubblicità su tali distributori, non ne consegue che tale direttiva non sia applicabile al caso di specie.

31. In primo luogo, la questione sottoposta alla Corte non è se i prodotti del tabacco possano o meno essere venduti tramite distributori automatici (o se la vendita di prodotti del tabacco tramite distributori automatici possa essere limitata alle persone che hanno superato l'età stabilita dalla legge per l'acquisto di tali prodotti). La questione è se, *laddove, come sembra verificarsi in Germania, la legislazione nazionale consente la vendita di prodotti del tabacco tramite un distributore automatico*, detto distributore possa, da un lato, dissimulare completamente le avvertenze relative alla salute prescritte sui prodotti del tabacco presenti al suo interno e, dall'altro, mostrare sui suoi pulsanti di selezione le immagini di detti prodotti che non recano le suddette avvertenze. Detta questione rientra nell'ambito di applicazione della direttiva 2014/40, dato che uno degli obiettivi di tale direttiva è, ai sensi del suo articolo 1, lettera b), il ravvicinamento delle norme nazionali riguardanti «alcuni aspetti dell'etichettatura e del confezionamento dei prodotti del tabacco, comprese le avvertenze relative alla salute». Non vi è alcuna indicazione che l'armonizzazione degli «aspetti» rilevanti dell'etichettatura e del confezionamento dei prodotti del tabacco sia limitata alla loro vendita con mezzi specifici.

32. In secondo luogo, la questione sottoposta alla Corte non è se la pubblicità del tabacco sia consentita o meno. In particolare, non si tratta di stabilire se i distributori automatici possano o meno veicolare la pubblicità del tabacco. La questione è se, *laddove, come sembra verificarsi in Germania, la pubblicità del tabacco sui distributori automatici è consentita*, le immagini delle marche di sigarette mostrate sui pulsanti di selezione di un distributore automatico debbano essere accompagnate dalle avvertenze relative alla salute prescritte. Tale questione rientra nell'ambito di applicazione della direttiva 2014/40, atteso che uno degli obiettivi di detta direttiva è, ai sensi del suo articolo 1, lettera b), il ravvicinamento delle norme nazionali riguardanti le avvertenze relative alla salute che devono figurare sulle confezioni unitarie dei prodotti del tabacco e, ai sensi del suo articolo 8, paragrafo 8, alle illustrazioni su tali confezioni unitarie.

33. Concludo che, contrariamente agli argomenti dedotti dalla JS, la direttiva 2014/40 si applica al caso di specie.

2. Se la presentazione dei prodotti del tabacco mediante il distributore automatico di cui trattasi costituisca un'immissione sul mercato

34. Come indicato al precedente paragrafo 19, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se, nel caso di specie, un pacchetto di sigarette debba essere considerato immesso sul mercato nel momento in cui viene offerto in vendita tramite il distributore automatico di cui trattasi, o nel momento in cui il controllo fisico effettivo di tale pacchetto viene trasferito dal venditore al cliente dopo la procedura di pagamento.

35. La JS sostiene che, a prescindere dall'applicabilità della direttiva 2014/40 al caso di specie, lo stoccaggio di prodotti del tabacco nel distributore automatico in questione non può costituire un'immissione sul mercato.

36. La Commissione sostiene che, alla luce della sua valutazione della terza e della quarta questione sollevata, non è necessario affrontare tale questione. Tuttavia, la Commissione sostiene che, qualora la Corte non concordasse con l'interpretazione dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 proposta dalla Commissione, essa dovrebbe statuire che il pacchetto di

sigarette è stato certamente immesso sul mercato nel momento in cui viene collocato sul nastro trasportatore della cassa. Spetta al giudice del rinvio decidere se tale pacchetto sia stato o meno immesso sul mercato in una fase precedente.

37. Sono del parere che un pacchetto di sigarette sia immesso sul mercato nel momento in cui viene offerto in vendita tramite il distributore automatico di cui trattasi.

38. L'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40 prevede una definizione ampia della nozione di «immissione sul mercato» dei prodotti del tabacco. Affinché un prodotto sia considerato immesso sul mercato, è sufficiente che esso sia messo a disposizione dei consumatori dell'Unione (è quindi escluso il commercio all'ingrosso).

39. In particolare, in assenza di qualsiasi riserva nell'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40 in merito ai mezzi con cui un prodotto è messo a disposizione dei consumatori, tali mezzi devono essere considerati irrilevanti. Pertanto, quando un prodotto del tabacco è messo a disposizione dei consumatori tramite un distributore automatico, esso è immesso sul mercato ai sensi di tale disposizione. A tal riguardo, poco importa che il Parlamento europeo non abbia seguito la proposta della sua commissione giuridica di modificare l'articolo 2, punto 40, nel senso che per «immissione sul mercato» si intendesse «mettere prodotti a disposizione dei consumatori dell'Unione, dietro pagamento o a titolo gratuito, anche mediante vendita a distanza o *distributori automatici* (...)» [16]. Infatti, un motivo del mancato accoglimento di detta proposta potrebbe essere la possibilità di interpretare la disposizione nel senso che essa suggerisce la liceità della vendita di prodotti del tabacco mediante distributori automatici, mentre, come spiegato al precedente paragrafo 28, tale questione non rientra nell'ambito di applicazione della direttiva 2014/40.

40. Inoltre, ai sensi dell'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40, un prodotto si considera immesso sul mercato quando è messo a disposizione dei consumatori, «dietro pagamento o a titolo gratuito». Pertanto, i prodotti del tabacco messi gratuitamente a disposizione dei consumatori sono immessi sul mercato ai sensi di tale disposizione (qualora, ovviamente, la distribuzione gratuita di prodotti del tabacco sia consentita, il che non accade nel contesto della sponsorizzazione di eventi o attività aventi effetti transfrontalieri e aventi l'effetto diretto o indiretto di promuovere tali prodotti) [17]. In altre parole, non è necessario che i prodotti del tabacco siano messi a disposizione per la vendita. È sufficiente che essi siano messi a disposizione per il consumo. Ne consegue che, quando i prodotti del tabacco sono messi a disposizione per la vendita, essi devono essere considerati immessi sul mercato prima che siano acquistati e prima che siano pagati.

41. Nel caso di specie, dai precedenti paragrafi 39 e 40 risulta che il pacchetto di sigarette è immesso sul mercato nel momento in cui è offerto in vendita nel distributore automatico di cui trattasi, e non quando tale pacchetto è pagato e l'effettivo controllo fisico sullo stesso è trasferito dal venditore al cliente.

[16] V. parere della commissione giuridica, del 25 giugno 2013, allegato alla relazione del Parlamento europeo sulla proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati, del 24 luglio 2013 (emendamento 22, pag. 273).

[17] Ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 2, della direttiva 2003/33/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 maggio 2003, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di pubblicità e di sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco (GU 2003, L 152, pag. 16).

42. Pertanto, occorre rispondere alla prima questione pregiudiziale dichiarando che, quando un prodotto del tabacco è offerto in vendita tramite un distributore automatico che deve essere azionato dal cliente in modo che il prodotto sia collocato sul nastro trasportatore della cassa ancor prima dell'operazione di pagamento, tale prodotto deve essere considerato immesso sul mercato ai sensi dell'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40 nel momento in cui viene offerto in vendita tramite detto distributore automatico, non nel momento in cui viene pagato e l'effettivo controllo fisico su detto prodotto è trasferito dal venditore al cliente.

B. Sulla seconda questione pregiudiziale

43. Con la seconda questione, il giudice del rinvio chiede alla Corte di giustizia, in sostanza, se il divieto che le avvertenze relative alla salute prescritte siano dissimulate da «altri elementi», previsto dall'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40, sia applicabile alla situazione in cui l'intera confezione recante tali avvertenze sia occultata, in quanto il pacchetto di sigarette non è visibile quando si trova all'interno del distributore automatico.

44. Effettivamente, l'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 vieta che le avvertenze relative alla salute su una confezione unitaria e sull'eventuale imballaggio esterno dei prodotti del tabacco siano «parzialmente o completamente dissimulate o troncate da bolli fiscali, etichette del prezzo, elementi di sicurezza, incarti, custodie, scatole o *altri elementi*» [18], al momento dell'immissione sul mercato dei prodotti del tabacco.

45. A tale proposito, la JS sostiene che nel caso in cui le avvertenze relative alla salute prescritte apposte su una confezione unitaria siano dissimulate perché tale pacchetto non è visibile quando si trova all'interno di un distributore automatico, non sussiste alcuna violazione dell'articolo 8, paragrafo 3, della direttiva 2014/40. Un distributore automatico non è un «elemento» che dissimula le avvertenze relative alla salute prescritte ai sensi di tale disposizione. Tali «elementi» possono essere solo oggetti che compromettono l'integrità delle avvertenze relative alla salute prescritte, non oggetti utilizzati per la vendita di prodotti del tabacco.

46. La Commissione sostiene che, alla luce della sua valutazione della terza e della quarta questione pregiudiziale, non è necessario esaminare la seconda questione. Tuttavia, essa osserva che, nell'ipotesi in cui la Corte non condividesse l'interpretazione dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 da essa proposta, dovrebbe statuire che il distributore automatico in questione non può essere considerato come un «elemento» che dissimula le avvertenze relative alla salute prescritte ai fini dell'articolo 8, paragrafo 3, di detta direttiva. Secondo la Commissione non vi è motivo di interpretare tale disposizione in modo estensivo, nel senso che l'articolo 8, paragrafo 3, è violato per il solo fatto che i prodotti del tabacco commercializzati nei locali di vendita al dettaglio non sono esposti in tali locali. L'efficacia delle avvertenze relative alla salute prescritte può essere assicurata con altri mezzi, ad esempio garantendo che i pulsanti di selezione del prodotto siano conformi all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40.

47. Ritengo che il divieto «di dissimulare tramite altri elementi» le avvertenze relative alla salute prescritte, sancito dall'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40, non includa il caso in cui l'intera confezione dei prodotti del tabacco è dissimulata laddove tali prodotti si trovano all'interno di un distributore automatico.

[18] Il corsivo è mio.

48. In primo luogo, l'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 stabilisce che *le avvertenze relative alla salute prescritte* sulle confezioni unitarie dei prodotti del tabacco e sull'eventuale imballaggio esterno non devono essere parzialmente o totalmente dissimulate. La suddetta norma non afferma che *le confezioni unitarie* che recano queste avvertenze non devono essere dissimulate negli esercizi commerciali al dettaglio (in modo da garantire la piena visibilità delle avvertenze) [19].

49. In secondo luogo, l'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40, nella misura in cui stabilisce che le avvertenze relative alla salute prescritte devono essere «stampate in modo inamovibile», «indelebili» e non possono essere «parzialmente» «dissimulate o troncate», mira a garantire che l'integrità delle avvertenze relative alla salute prescritte non sia compromessa. Lo stoccaggio all'interno di un distributore automatico delle confezioni unitarie che riportano tali avvertenze non ha alcun effetto sull'integrità delle avvertenze.

50. In terzo luogo, l'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 non vieta semplicemente la dissimulazione delle avvertenze relative alla salute prescritte. Esso precisa piuttosto che tali avvertenze non devono essere dissimulate da alcuni elementi, vale a dire i «bolli fiscali, etichette del prezzo, elementi di sicurezza, incarti, custodie, scatole o altri elementi» [20]. Chiaramente, un distributore automatico non è una semplice «scatol[a]», né tanto meno un incarto o una custodia. Né si può ritenere, a mio avviso, che esso rientri nell'ambito del divieto sancito dall'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 a causa del riferimento agli «altri elementi» che dissimulano le avvertenze relative alla salute prescritte. Infatti, la circostanza che la suddetta disposizione non definisca tali «altri elementi» non significa che *qualsiasi cosa* che dissimula le avvertenze rientri nell'ambito del divieto. Piuttosto, gli oggetti elencati come esempi suggeriscono che gli «altri elementi» devono essere apposti sulla confezione del prodotto del tabacco in questione (come bolli fiscali, etichette del prezzo ed elementi di sicurezza), o essere essi stessi (elementi di) tale confezione, compreso l'«imballaggio esterno», quali definiti dall'articolo 2, punto 29, della direttiva 2014/40 (come incarti, custodie e scatole). Ciò non si verifica nel caso di un distributore automatico, che non può essere considerato un imballaggio in quanto il suo scopo (a differenza degli incarti, delle custodie e delle scatole) non è racchiudere o stoccare una o più confezioni unitarie di prodotti del tabacco, bensì rendere tali prodotti disponibili per la vendita.

51. In quarto luogo, l'interpretazione dell'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 proposta al precedente paragrafo 47 è conforme al diritto internazionale. Devo ricordare che l'Unione europea e i suoi Stati membri sono parti della convenzione quadro dell'Organizzazione mondiale della sanità per la lotta contro il tabagismo (in prosieguo: la «FCTC»), sottoscritta a Ginevra il 21 maggio 2003, le cui disposizioni sono per essi vincolanti [21]. L'articolo 11, paragrafo 1, della FCTC stabilisce che ciascuna parte di detta convenzione «adotta e applica (...) misure efficaci per fare in modo che: (...) b) ogni pacchetto e confezione di prodotti del tabacco e tutte le forme di imballaggio esterno ed etichettatura di tali prodotti rechino altresì avvertenze relative alla salute che descrivono gli effetti nocivi del consumo di tabacco (...)». Vorrei anche ricordare che le parti della FCTC hanno adottato una serie di linee guida per l'attuazione di tale convenzione che, pur non avendo valore vincolante, possono nondimeno incidere in modo

[19] In realtà, l'approccio opposto – ossia l'introduzione di restrizioni, o di un divieto assoluto, di esporre i prodotti del tabacco nei punti vendita – era stato considerato (e scartato) nei lavori preparatori della direttiva 2014/40. V., a questo proposito, la sezione 4.1 della parte 1 della valutazione d'impatto della direttiva 2014/40 (pag. 50), e lo studio RAND (pagg. 227 e 233).

[20] Il corsivo è mio.

[21] V. considerando 7 della direttiva 2014/40. V. altresì l'articolo 1 della stessa, il quale precisa che quest'ultima mira ad «adempiere agli *obblighi* dell'Unione previsti dal[la FCTC]» (il corsivo è mio).

determinante sul contenuto della regolamentazione adottata dall'Unione europea nel settore considerato [22]. Il paragrafo 10 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 11 della convenzione quadro dell'Organizzazione mondiale della sanità per la lotta contro il tabagismo (in prosieguo: le «Linee guida per l'attuazione dell'articolo 11 della FCTC») prevede che «le parti dovrebbero garantire che le avvertenze relative alla salute non siano dissimulate da altre marcature richieste per l'imballaggio e l'etichettatura o da inserti commerciali e inserti incollati», o da «altre marcature, come i bolli fiscali e le marcature secondo i requisiti dell'articolo 15 della Convenzione». Così, ai sensi del punto 10 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 11 della FCTC, gli unici elementi che non devono dissimulare le avvertenze relative alla salute sono i) «altre marcature richieste per l'imballaggio e l'etichettatura» [23], comprese le marcature prescritte dall'articolo 15 della FCTC [24]; e ii) «inserti commerciali e inserti incollati» [25]. È evidente che un distributore automatico non appartiene a nessuna di queste categorie. Allo stesso modo, il punto 54 di dette linee guida afferma che le «parti dovrebbero garantire che le etichette adesive, gli adesivi, gli astucci, le coperture, le fascette, gli incarti, gli inserti promozionali e gli inserti incollati dei produttori di tabacco non oscurino, annullino o compromettano le avvertenze relative alla salute». Di nuovo, nessuno di questi termini può essere usato per riferirsi a un distributore automatico. Tutti gli oggetti che, secondo i punti 10 e 54 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 11 della FCTC, non devono ostacolare le avvertenze relative alla salute, sono oggetti che possono essere applicati o affissi all'interno di una confezione unitaria o all'esterno di essa.

52. Pertanto, la risposta alla seconda questione pregiudiziale dovrebbe essere che il divieto di «dissimulare tramite altri elementi» le avvertenze relative alla salute prescritte di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40, non include il caso in cui l'intera confezione di un prodotto del tabacco venga dissimulata perché tale prodotto è stoccato in un distributore automatico in modo tale da non essere visibile al consumatore.

C. Sulla terza questione pregiudiziale

53. Con la sua terza questione, il giudice del rinvio chiede alla Corte di giustizia, in sostanza, se un'illustrazione che non sia una rappresentazione fedele del confezionamento originale, ma che il consumatore associ alla confezione delle sigarette a causa della sua grafica quanto ai contorni, alle proporzioni, ai colori e al logotipo, costituisca una «illustrazion[e] sull[a] confezion[e] unitari[a]» ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40.

54. La JS ritiene che occorra rispondere in senso negativo alla terza questione. A suo avviso, la questione se le illustrazioni delle marche di sigarette visualizzate sui pulsanti di selezione del distributore automatico in questione possano essere considerate illustrazioni sulle confezioni unitarie ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non rientra nell'ambito di applicazione di detta direttiva, atteso che, secondo il considerando 48 della stessa, essa non armonizza le norme nazionali sulla pubblicità nazionale. In ogni caso, tali illustrazioni di marche

[22] Sentenza del 4 maggio 2016, Polonia/Parlamento e Consiglio, (C-358/14, EU:C:2016:323, punto 47).

[23] Segnatamente le «informazioni sui componenti e sulle emissioni relativi ai prodotti del tabacco», che dovrebbero figurare su ciascuna confezione unitaria e sull'imballaggio esterno dei prodotti del tabacco (v. articolo 11, paragrafo 2, della FCTC).

[24] Le marcature richieste dall'articolo 15 della FCTC hanno lo scopo di eliminare il commercio illecito dei prodotti del tabacco. I loro equivalenti ai sensi della direttiva 2014/40 sono l'identificatore unico e le caratteristiche di sicurezza, previsti dagli articoli 15 e 16 della stessa.

[25] Devo precisare che il paragrafo 6 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 11 della FCTC definisce «inserto incollato» come «qualsiasi comunicazione apposta all'esterno di una confezione individuale e/o di un cartone acquistato al dettaglio dai consumatori (...)».

di sigarette non costituiscono illustrazioni sulle confezioni di sigarette ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8. Esse fanno invece parte del processo di vendita in quanto permettono ai consumatori di scegliere la marca di sigarette che desiderano acquistare.

55. Per contro, la Commissione ritiene che la terza questione debba essere risolta in senso affermativo. A suo avviso, la nozione di illustrazioni di confezioni di sigarette di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 deve essere interpretata in modo estensivo, nel senso che essa comprende qualsiasi rappresentazione di una confezione di sigarette. Ciò deriva dall'uso dei termini inglese e francese «image»; dall'obbligo che, come per l'etichettatura dei prodotti alimentari, il consumatore riceva le informazioni necessarie per effettuare scelte con cognizione di causa e sia protetto da indicazioni atte a indurre in errore; dall'obiettivo di garantire un livello elevato di protezione della salute umana, conformemente all'articolo 168, paragrafo 1, TFUE; e dal fatto che, altrimenti, il consumatore visionerebbe le avvertenze relative alla salute prescritte solo dopo che il pacchetto di sigarette viene collocato sul nastro trasportatore della cassa.

56. Ritengo che le illustrazioni di marche di sigarette che non costituiscono una rappresentazione fedele delle confezioni unitarie, ma che un consumatore medio associa alla confezione di tabacco a causa della loro grafica, debbano essere considerate illustrazioni sulle confezioni unitarie di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40.

57. Come menzionato al precedente paragrafo 2, l'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 stabilisce che «le illustrazioni sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno destinato ai consumatori» devono essere conformi alle disposizioni del capo II del titolo II di detta direttiva, ossia devono, in particolare, recare le avvertenze relative alla salute prescritte. La nozione di illustrazione su una confezione unitaria o sull'eventuale imballaggio esterno non è tuttavia definita dall'articolo 8, paragrafo 8, né da altre disposizioni della direttiva.

58. Secondo la giurisprudenza, la determinazione del significato e della portata dei termini per i quali il diritto dell'Unione non fornisce alcuna definizione va operata conformemente al loro significato abituale nel linguaggio corrente, tenendo conto al contempo del contesto in cui essi sono utilizzati e degli scopi perseguiti dalla normativa di cui essi fanno parte [26].

59. In primo luogo, nel suo significato abituale, il termine «illustrazione» comprende non solo la rappresentazione o la somiglianza di una persona o di una cosa, ma anche la riproduzione o l'imitazione della forma di una persona o di una cosa. Ciò suggerisce che la nozione di illustrazione di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 comprende le rappresentazioni fedeli delle confezioni unitarie o dell'imballaggio esterno dei prodotti del tabacco, ma non si limita a esse, e, in particolare, che tale nozione non è relativa solo alle fotografie. Ciò vale non solo per il termine inglese «image», ma anche per il termine francese «image», per il termine italiano «illustrazione» e per il termine tedesco «Bild», utilizzati in dette versioni linguistiche dell'articolo 8, paragrafo 8.

60. In secondo luogo, l'articolo 10, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2014/40, che prevede che ciascuna confezione unitaria e l'eventuale imballaggio esterno dei prodotti del tabacco da fumo rechino avvertenze combinate relative alla salute, descrive tali avvertenze come costituite da un'avvertenza testuale e da «una fotografia a colori corrispondente». L'articolo 2, punto 33, di detta direttiva, che definisce l'avvertenza combinata relativa alla salute, utilizza l'espressione «fotografia o (...) illustrazione». Così, quando si riferiscono a una fotografia, gli articoli 2,

[26] Sentenza del 22 aprile 2021, Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, punto 22).

punto 33, e 10, paragrafo 1, lettera a), non utilizzano il termine «illustrazione», utilizzato dall'articolo 8, paragrafo 8, ma un termine diverso («fotografia» o «illustrazione»). Ciò suggerisce che la nozione di «illustrazione» di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non è limitata alle fotografie delle confezioni unitarie. Lo stesso vale per la versione francese degli articoli 2, punto 33, e 10, paragrafo 1, lettera a), che usano i termini «photo ou illustration» e «photographie», non il termine «image» usato nell'articolo 8, paragrafo 8; per la versione tedesca degli articoli 2, punto 33, e 10, paragrafo 1, lettera a), che usano i termini «Fotografie oder Illustration» e «Farbfotografie», non il termine «Bild» usato nell'articolo 8, paragrafo 8. Ciò è un po' meno vero per la versione italiana degli articoli 2, punto 33, e 10, paragrafo 1, lettera a), che utilizzano i termini «fotografia o illustrazione» e «fotografia», mentre l'articolo 8, paragrafo 8, utilizza il termine «illustrazione». Tuttavia, nel complesso, queste varie versioni linguistiche degli articoli 2, punto 33, e 10, paragrafo 1, lettera a), sembrano usare un termine diverso (o termini diversi) quando fanno effettivamente riferimento a una fotografia.

61. In terzo luogo, a mio avviso, un'interpretazione estensiva della nozione di illustrazioni sulle confezioni unitarie o sull'eventuale imballaggio esterno ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40, come riferita non solo alle rappresentazioni fedeli delle confezioni unitarie, ma anche alle illustrazioni che i consumatori associano alla confezione di tabacco, è conforme agli obiettivi di tale direttiva e, più in particolare, all'obiettivo dell'articolo 8 della stessa.

62. Secondo la giurisprudenza, la direttiva 2014/40 ha un duplice obiettivo, che consiste nel favorire il buon funzionamento del mercato interno dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati, partendo da un livello elevato di tutela della salute umana, in particolare per i giovani [27]. Come osserva il giudice del rinvio, un'illustrazione che il consumatore associa alla confezione di tabacco può, allo stesso modo di una rappresentazione fedele, generare un impulso all'acquisto. Tale impulso può essere contrastato dalle avvertenze relative alla salute prescritte. Pertanto, un'interpretazione estensiva della nozione di illustrazioni sulle confezioni unitarie di cui all'articolo 8, paragrafo 8, nel senso che essa comprende anche le illustrazioni che il consumatore associa alla confezione di tabacco, consentirebbe di apporre dette avvertenze su tali illustrazioni, scoraggiando così l'acquisto di prodotti del tabacco e rafforzando la tutela della salute umana.

63. Quanto all'obiettivo dell'articolo 8, paragrafo 8, mi sembra che tale disposizione miri a prevenire l'elusione della norma di cui all'articolo 8, paragrafo 1. Infatti, l'articolo 8, paragrafo 1, stabilisce che ciascuna confezione unitaria di un prodotto del tabacco deve recare le avvertenze relative alla salute prescritte. L'articolo 8, paragrafo 3, garantisce l'efficacia di tale norma vietando che tali avvertenze siano dissimulate o troncate. L'articolo 8, paragrafo 8, affronta, tra l'altro, la situazione in cui un rivenditore cerchi di evitare l'esposizione delle avvertenze relative alla salute prescritte nel punto di vendita, esponendo, anziché le confezioni unitarie che recano tali avvertenze, illustrazioni di dette confezioni che non le recano. Imponendo che anche le illustrazioni sulle confezioni di tabacco rechino le avvertenze, l'articolo 8, paragrafo 8, mira a prevenire tale situazione, garantendo così, in modo analogo all'articolo 8, paragrafo 3, l'efficacia della norma di cui all'articolo 8, paragrafo 1. Un'interpretazione estensiva della nozione di illustrazioni sulle confezioni di tabacco di cui all'articolo 8, paragrafo 8, nel senso che essa comprende le illustrazioni che il consumatore associa alle confezioni unitarie dei prodotti del tabacco, garantirebbe la piena efficacia dell'articolo 8, paragrafo 1. Ciò è tanto più vero se si

[27] Sentenze del 4 maggio 2016, Polonia/Parlamento e Consiglio (C-358/14, EU:C:2016:323, punto 80); del 4 maggio 2016, Philip Morris Brands e a. (C-547/14, EU:C:2016:325, punti 171 e 220); del 17 ottobre 2018, Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, punto 23); del 30 gennaio 2019, Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, punto 38), nonché sentenza del 22 novembre 2018, Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, punto 40).

considera che, nel caso di specie, l'efficacia dell'articolo 8, paragrafo 1, non può essere garantita dall'applicazione del divieto di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, come spiegato ai precedenti paragrafi da 47 a 52.

64. In quarto luogo, l'interpretazione della nozione di illustrazioni sulle confezioni unitarie di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 proposta al paragrafo 56 è conforme al diritto internazionale. Infatti, l'articolo 13, paragrafo 4, della FCTC prevede che «[c]ome misura minima, e nel rispetto della propria Costituzione o dei propri principi costituzionali, ogni Parte: (...) b) prescrive che un'avvertenza sanitaria o altre avvertenze o messaggi appropriati accompagnino ogni pubblicità in favore del tabacco e, se del caso, ogni promozione e sponsorizzazione del tabacco». La nozione di «pubblicità in favore del tabacco e promozione del tabacco» è definita dall'articolo 1, lettera c), della FCTC come «ogni forma di comunicazione, raccomandazione o azione commerciale avente come scopo, effetto o effetto verosimile, la promozione diretta o indiretta di un prodotto del tabacco o dell'uso del tabacco». Secondo il punto 14 delle Linee guida per l'applicazione dell'articolo 13 della Convenzione quadro dell'Organizzazione mondiale della sanità per la lotta contro il tabagismo (in prosieguo: le «Linee guida per l'applicazione dell'articolo 13 della FCTC»), «i distributori automatici (...) costituiscono in virtù della loro stessa presenza un mezzo di pubblicità o di promozione ai sensi della Convenzione» [28]. Ne consegue che, ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 4, lettera b), della FCTC, occorre che i distributori automatici di tabacco, in quanto forma di pubblicità del tabacco, siano «accompagnati da», (o, piuttosto, che essi rechino) avvertenze relative alla salute [29].

65. Pertanto, mi sembra che la nozione di illustrazioni sulle confezioni unitarie di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 debba comprendere non solo le rappresentazioni fedeli di tali confezioni, ma anche le illustrazioni che un consumatore medio associa alle confezioni unitarie dei prodotti del tabacco. Come osserva il giudice del rinvio, per stabilire se una determinata illustrazione possa essere associata a confezioni unitarie, occorre tener conto della sua grafica quanto ai contorni, alle proporzioni, ai colori e al logotipo.

66. Se, nel caso di specie, le illustrazioni delle marche di sigarette visualizzate sui pulsanti di selezione del distributore automatico di cui trattasi costituiscano illustrazioni che un consumatore medio associa alle confezioni unitarie di prodotti del tabacco in ragione della loro grafica, è una questione di fatto che deve essere risolta dal giudice del rinvio.

67. Pertanto, si dovrebbe rispondere alla terza questione pregiudiziale dichiarando che la nozione di «illustrazioni sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno» dei prodotti del tabacco di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 comprende non solo le illustrazioni che costituiscono rappresentazioni fedeli delle confezioni unitarie o dell'eventuale imballaggio esterno, ma anche le illustrazioni che un consumatore medio associa alle confezioni unitarie o a qualsiasi imballaggio esterno a causa della loro grafica quanto ai contorni, alle proporzioni, ai colori e al logotipo.

[28] Occorre inoltre fare riferimento al quarto punto dell'appendice di dette linee guida, intitolato «Elenco indicativo (non esaustivo) delle forme di pubblicità, promozione e sponsorizzazione del tabacco ai sensi della Convenzione», che fa riferimento ai «distributori automatici di prodotti del tabacco».

[29] È vero che l'ultima frase del punto 40 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 13 della FCTC afferma che «[a]l fine di massimizzarne l'efficacia, le avvertenze o altri messaggi richiesti dalle parti ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 4, lettera b), della Convenzione dovrebbero essere *coerenti con* le avvertenze o altri messaggi sulle confezioni che la Convenzione prescrive ai sensi dell'articolo 11» (il corsivo è mio) – il che implica che le avvertenze relative alla salute che, secondo l'articolo 13, paragrafo 4, lettera b), della FCTC, i distributori automatici di tabacco devono recare *non sono identiche* alle avvertenze relative alla salute che, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 1, lettera b), della FCTC, devono recare le confezioni unitarie e gli imballaggi dei prodotti del tabacco. Tuttavia, l'articolo 13, paragrafo 4, lettera b), della FCTC e il punto 14 delle Linee guida per l'attuazione dell'articolo 13 della FCTC chiariscono che i distributori automatici di tabacco devono recare almeno *una qualche forma* di avvertenze sanitarie.

D. Sulla quarta questione pregiudiziale

68. Con la quarta questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, alla Corte di giustizia se, qualora un'illustrazione su un pacchetto di sigarette rientrante nell'ambito di applicazione dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non rechi le avvertenze relative alla salute prescritte, detta illustrazione sia nondimeno conforme a tale disposizione se il consumatore ha la possibilità di prendere visione di tali avvertenze prima di acquistare il pacchetto.

69. Secondo la decisione di rinvio, l'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera) ha statuito che l'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 vieta l'uso di illustrazioni su pacchetti di sigarette non recanti le avvertenze relative alla salute prescritte solo nel caso in cui tali illustrazioni siano presentate in luogo dei pacchetti prima della conclusione del contratto di vendita. Il giudice del rinvio nutre dubbi sulla possibilità di aderire alla conclusione formulata dall'Oberlandesgericht München (Tribunale superiore del Land, Monaco di Baviera).

70. La JS sostiene che, anche ove le illustrazioni delle marche di sigarette mostrate sui pulsanti di selezione del distributore automatico di cui trattasi fossero considerate immagini sulle confezioni unitarie ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40, non vi sarebbe alcuna violazione di tale disposizione in quanto il consumatore visiona le avvertenze relative alla salute prescritte al momento della consegna del pacchetto. Inoltre, egli visionerà tali avvertenze ogni volta che fumerà una sigaretta.

71. La Commissione è di parere opposto.

72. Ritengo che, quando l'illustrazione su un pacchetto di sigarette che rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non reca le avvertenze relative alla salute prescritte, è irrilevante che il consumatore abbia o meno l'opportunità di visionare dette avvertenze prima di acquistare il pacchetto.

73. In primo luogo, l'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 stabilisce una regola generale secondo cui le immagini sulle confezioni unitarie devono essere conformi ai requisiti del capo II del titolo II di detta direttiva, in particolare, devono recare le avvertenze relative alla salute prescritte. Tale norma non è soggetta ad alcuna condizione o restrizione. Pertanto, l'articolo 8, paragrafo 8, vieta l'*utilizzo* di illustrazioni non recanti le avvertenze relative alla salute prescritte, indipendentemente da qualsiasi processo di acquisto. È sufficiente che le illustrazioni siano «destinat[e] ai consumatori», il che certamente si verifica nel caso delle illustrazioni utilizzate nei supermercati, come nel caso di specie.

74. In secondo luogo, non si può obiettare che, atteso che l'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 mira unicamente a prevenire l'elusione della norma di cui all'articolo 8, paragrafo 1, della stessa, secondo cui ciascun pacchetto di sigarette deve recare le avvertenze relative alla salute prescritte, non vi è violazione della prima disposizione se tali avvertenze possono essere visionate dal consumatore prima che acquisti il pacchetto di sigarette. Tale interpretazione sarebbe incoerente con la formulazione dell'articolo 8, paragrafo 8, che, ribadisco, non prevede una siffatta eccezione alla regola che stabilisce. In altri termini, l'articolo 8, paragrafo 8, mira non solo a impedire l'elusione dell'articolo 8, paragrafo 1, come spiegato al precedente paragrafo 63, ma anche a integrare la regola stabilita da tale disposizione.

75. Pertanto, la risposta alla quarta questione pregiudiziale dovrebbe essere che, qualora l'illustrazione su una confezione unitaria o sull'eventuale imballaggio esterno di un prodotto del tabacco di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non rechi le avvertenze relative alla salute previste dal capo II del titolo II della suddetta direttiva, tale disposizione è violata anche se il consumatore ha l'opportunità di visionare la confezione unitaria o l'imballaggio esterno recante tali avvertenze prima di acquistare il prodotto.

IV. Conclusione

76. Alla luce di quanto precede, propongo alla Corte di rispondere alle questioni poste dal Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia, Germania) come segue:

1) Quando un prodotto del tabacco è offerto in vendita tramite un distributore automatico che deve essere azionato dal cliente in modo che il prodotto sia collocato sul nastro trasportatore della cassa ancor prima dell'operazione di pagamento dello stesso, tale prodotto deve essere considerato immesso sul mercato ai sensi dell'articolo 2, punto 40, della direttiva 2014/40/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 aprile 2014, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita del tabacco e dei prodotti correlati e che abroga la direttiva 2001/37/CE nel momento in cui viene offerto in vendita tramite detto distributore automatico, non nel momento in cui viene pagato e il controllo fisico effettivo di tale prodotto è trasferito dal venditore al cliente.

2) Il divieto di dissimulare tramite «altri elementi» le avvertenze relative alla salute di cui all'articolo 8, paragrafo 3, prima frase, della direttiva 2014/40 non include il caso in cui l'intera confezione di un prodotto del tabacco venga dissimulata perché tale prodotto è stoccato in un distributore automatico in modo tale da non essere visibile al consumatore.

3) La nozione di «illustrazioni sulle confezioni unitarie e sull'eventuale imballaggio esterno» dei prodotti del tabacco di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 comprende non solo le illustrazioni che costituiscono rappresentazioni fedeli delle confezioni unitarie o dell'eventuale imballaggio esterno, ma anche le illustrazioni che un consumatore medio associa alle confezioni unitarie o a qualsiasi imballaggio esterno a causa della loro grafica quanto ai contorni, alle proporzioni, ai colori e al logotipo.

4) Qualora un'illustrazione su una confezione unitaria o sull'eventuale imballaggio esterno di un prodotto del tabacco di cui all'articolo 8, paragrafo 8, della direttiva 2014/40 non rechi le avvertenze relative alla salute previste dal capo II del titolo II della suddetta direttiva, tale disposizione è violata anche se il consumatore ha l'opportunità di visionare la confezione unitaria o l'imballaggio esterno recante tali avvertenze prima di acquistare il prodotto.