



# Kontrowersje wokół *blank packaging* wyrobów tytoniowych

# Kontroversen um das *blank packaging* der Tabakwaren

## Rozważane zmiany

Niepokojące dane o skali palenia papierosów i jego konsekwencjach zdrowotnych skłoniły Komisję Europejską do rozważenia nowelizacji Dyrektywy 2001/37 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie zblżenia przepisów

ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących produkcji, prezentowania i sprzedaży wyrobów tytoniowych („Dyrektywa 2001/37”). Jedną z rozważanych zmian jest wprowadzenie ujednoliconych opakowań wyrobów tytoniowych,

na których znajdowałaby się tylko: nazwa papierosów, ostrzeżenie o ich szkodliwości oraz niezbędne dane informacyjne („*blank packaging*”). Opakowania miałyby ścisłe określone parametry, w szczególności zostałyby wykonane z jednolitego np. białego, szarego kartonu, i zostałyby

## Geprüfte Änderungen

Beunruhigende Daten über das Ausmaß des Zigarettenrauchens und seiner gesundheitlichen Folgen veranlassten die Europäische Kommission die Novellierung der Richtlinie 2001/37 des Europäischen

Według danych Komisji Europejskiej (KE), 29% mieszkańców Unii Europejskiej (UE) aktywnie pali papierosy, przy czym 31% z nich próbowało zerwać z nałogiem w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Znacząca część uzależnionych od papierosów stanowi grupę osób w wieku 25-34 lat, która w samej UE liczy 28 milionów mieszkańców<sup>1</sup>. Palenie papierosów jest uznane za najbardziej rozpowszechnioną, samodzielną przyczynę chorób i zgonów w kategorii „możliwych do uniknięcia”, a jednocześnie traktowane jest jako zjawisko społeczne utrwalane przez kolejne pokolenia. To skłania KE do rozważenia nowelizacji przepisów dot. pakowania wyrobów tytoniowych.

Nach Angaben der Europäischen Kommission (EK) rauchen 29% der Einwohner der Europäischen Union (EU) aktiv Zigaretten, wobei 31% von ihnen innerhalb der letzten 12 Monate versuchten, mit dem Rauchen aufzuhören. Einen großen Teil der Zigarettenabhängigen bilden Personen der Altersgruppe von 25-34 Jahren, die in der EU 28 Mio. Einwohner zählt<sup>1</sup>. Das Zigarettenrauchen gilt als der am weitesten verbreitete, eigenständige Grund für Krankheiten und Sterbefälle der Kategorie „vermeidbar“ und wird gleichzeitig als gesellschaftliche Erscheinung betrachtet, die über Generationen gefestigt wurde. Das veranlasst die EK zur Prüfung der Novellierung der Vorschriften zur Verpackung von Tabakwaren.

pozbawione jakichkolwiek oznaczeń, kolorów używanych do tej pory przez producentów, które wykracałyby poza dozwolone ramy. Wprowadzenie jednolitych według powyższego schematu opakowań papierosów rozwija również Kanada, Wielka Brytania oraz Australia.

#### **Argumenty zwolenników blank packaging**

Cel wprowadzenia opisywanych zmian jest niewątpliwie szczytny. Takie opakowania mają zniechęcić przyszłych i obecnych palaczy do konsumpcji wyrobów tytoniowych. Zwolennicy



Katarzyna Zbierska



Karolina Marciniszyn

Kancelaria Kochański, Zięba, Rapala i Partnerzy

Parlaments und des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen („Richtlinie 2001/37“) zu prüfen. Zu den geprüften Änderungen gehört die Einführung vereinheitlichter Verpackungen für Tabakwaren, auf denen sich lediglich Folgendes befindet: Name der Zigaretten, Warnung über die Schädlichkeit und erforderliche Informationen („blank packaging“). Die Verpackungen hätten genau festgelegte Parameter, insbesondere würden sie aus einheitlichem – zum Beispiel weißem oder grauem – Karton ohne irgendwelche Kennzeichnungen und Farben, die bisher von den Produzenten verwendet wurden, und den erlaubten Rahmen überschreiten, hergestellt werden. Die Einführung von Verpackungen für Zigaretten, die nach dem obigen Schema vereinheitlicht wurden, wird ebenfalls von Kanada, Großbritannien und Australien in Betracht gezogen.

#### **Argumente der Befürworter des blank packaging**

Das Ziel der Einführung der beschriebenen Änderungen ist zweifelsohne lobenswert. Solche

Verpackungen sollen zukünftigen und derzeitigen Rauchern den Konsum von Tabakwaren verleiden. Die Befürworter von Antinikotinkampagnen betonen die wichtige Rolle der Zigarettenverpackungen bei der Ermunterung der Raucher zum Konsum und bei der Wahl der Zigaretten bestimmter Hersteller. Das ist besonders bei jungen Menschen sichtbar, bei denen das Rauchen und der Kauf von Zigaretten einer bestimmten Marke nicht nur von den Eigenschaften der Zigaretten selbst, sondern auch vom „Lifestyl“, der mit dem Rauchen von Zigaretten einer Marke mit einem bestimmten Image verbunden ist, diktiert werden.

Nach Meinung der Befürworter des blank packaging verleidet die Verringerung der Attraktivität der grafischen Aufmachung der Zigarettenverpackung den Rauchern wirkungsvoll den Kauf durch die Nivellierung des Markenimages beim Entscheidungsprozess des Konsumenten und bewirkt in der Folge die Verringerung des Zigarettenkonsums. Zu den Argumenten, die für die Einführung des blank packaging sprechen, gehört die Verwendung durch die Zigarettenhersteller – mit Hinsicht auf das eingeführte Verbot der Verwendung von

kampanii antynikotynowych podkreślają istotną rolę opakowania papierosów w zachęcaniu do ich konsumpcji oraz w wyborze papierosów danego producenta. Jest to szczególnie widoczne wśród ludzi młodych, w przypadku których palenie i zakup papierosów danej marki jest podyktowany nie tylko właściwościami samych papierosów, lecz także przekazem „lifestylowym” związanym z paleniem papierosów marki o określonym wizerunku.

Zdaniem zwolenników blank packaging, zmniejszenie atrakcyjności graficznej opakowań papierosów skutecznie zniechęci osoby do ich zakupu poprzez zniwelowanie wpływu wizerunku marki na proces decyzyjny konsumenta, a w rezultacie spowoduje spadek konsumpcji papierosów. Jednym z argumentów przemawiających za wprowadzeniem blank packaging jest stosowanie przez producentów papierosów, ze względu na wprowadzony zakaz używania słów typu „light”, „łagodne (mild)”, odpowiednich kolorów opakowań (białe, srebrne) sugerujących ich mniejszą szkodliwość, co wprowadza palaczy w błąd co do wpływu papierosów na ich zdrowie.

### **Argumenty przeciwko blank packaging**

Przeciwnicy wprowadzenia blank packaging, w tym przede wszystkim koncerny tytoniowe, zwracają uwagę na brak jakichkolwiek dowodów, że tak drastyczne ograniczenia w wyglądzie opakowań papierosów odniosą zamierzony skutek, tzn. zmniejszą popyt na papierosy zarówno wśród obecnych, jak i przyszłych palaczy. Ponadto, zdaniem przeciwników blank packaging, jest to środek nieproporcjonalny

do zamierzonego skutku, który spowoduje tylko istotny, nieuzasadniony spadek wpływów ze sprzedaży w branży tytoniowej.

Dodatkowym argumentem przeciwko blank packaging jest ingerencja w prawa producenta do oznaczania papierosów w określony sposób, przy użyciu charakterystycznej szaty graficznej, kształtu opakowania, logo, w których promocję i ochronę prawną koncerny tytoniowe inwestowały znaczne środki finansowe przed długi okres czasu.

Wprowadzenie blank packaging może mieć jeszcze jeden negatywny skutek. Zdaniem koncernów tytoniowych, blank packaging umożliwia w większym stopniu podrabianie papierosów, ponieważ ich opakowania zostaną pozbawione charakterystycznych oznaczeń, ułatwiających identyfikację produktów. W takim wypadku, jak argumentują koncerny tytoniowe, podrobione papierosy niewiadomego pochodzenia mogą stanowić jeszcze większe zagrożenie dla zdrowia niż papierosy oryginalne.

### **Wyniki raportu Komisji Europejskiej z publicznych konsultacji**

W lipcu 2011 roku KE opublikowała raport z publicznych konsultacji w sprawie nowelizacji Dyrektywy 2001/37<sup>2</sup>, w ramach których otrzymała 85.000 odpowiedzi, w tym co interesujące, prawie 2/3 wszystkich odpowiedzi pochodziło z Polski i Włoch. Pytania zadane w ramach konsultacji dotyczyły m.in. zasadności wprowadzenia zakazu wprowadzania do obrotu wszelkich form tytoniu bezdymnego (tzw. snus), utrzymania zakazu na wprowadzanie do obrotu tytoniu do stosowania dousnego, stosowania dodatków do papierosów, jak

Wörtern des Typs „light”, „mild” – von entsprechenden Farben der Verpackungen (weiß, silber), die eine geringere Schädlichkeit suggerieren, wodurch die Verbraucher in Bezug auf den Einfluss der Zigaretten auf ihre Gesundheit in die Irre geführt werden.

### **Argumente gegen das blank packaging**

Die Gegner der Einführung des blank packaging, darunter vor allem die Tabakkonzerne, weisen auf das Fehlen irgendwelcher Beweise hin, dass solch drastische Einschränkungen des Aussehens der Zigarettenverpackungen die beabsichtigte Wirkung erzielen, d.h., dass sie den Bedarf nach Zigaretten sowohl bei den derzeitigen wie auch bei den zukünftigen Rauchern verringern. Darüber hinaus ist das blank packaging nach Meinung der Gegner ein für die beabsichtigte Wirkung nicht angemessenes Mittel, das nur eine wesentliche und nicht begründete Verringerung der Einnahmen aus dem Verkauf in der Tabakbranche bewirkt.

Ein zusätzliches Argument gegen das blank packaging ist der Eingriff in die Rechte der Hersteller zur Kennzeichnung der Zigaretten auf eine bestimmte Art und Weise unter Verwendung eines charakteristischen grafischen Aussehens, der Verpackungsform und des Logos, in deren Werbung und rechtlichen Schutz die Tabakkonzerne große finanzielle Mittel über einen langen Zeitraum investiert haben.

Die Einführung des blank packaging kann noch eine andere negative Auswirkung haben. In der Meinung der Tabakkonzerne ermöglicht das

blank packaging im höheren Maße das Fälschen der Zigaretten, weil ihre Verpackungen nicht mehr die charakteristischen Kennzeichen aufweisen, die die Identifizierung der Produkte erleichtern. In diesem Fall – wie die Tabakkonzerne argumentieren – können gefälschte Zigaretten aus unbekannten Quellen eine noch größere Gefährdung für die Gesundheit darstellen als die Originalzigaretten.

### **Ergebnisse des Berichts der Europäischen Kommission über die öffentlichen Konsultationen**

Im Juli 2011 veröffentlichte die EK den Bericht über öffentliche Konsultationen in der Angelegenheit der Novellierung der Richtlinie 2001/37<sup>2</sup>, in deren Rahmen sie 85.000 Antworten erhielt, wobei interessant ist, dass fast 2/3 aller Antworten aus Polen und Italien stammen. Die Fragen im Rahmen der Konsultationen betrafen u. a. die Einführung des Verbots zur Einbringung aller Formen des rauchlosen Tabaks (sog. snus) in den Warenverkehr, die Aufrechterhaltung des Verbots der Einbringung von Oraltabak in den Warenverkehr, die Verwendung von Zusätzen in Zigaretten wie auch die Verwendung eines obligatorischen Formats für die Information über die Zusammensetzung der Zigaretten.

Dem Bericht nach unterschieden sich die Antworten wesentlich nicht nur in Bezug auf die einzelnen Elemente der Konsultationen, sondern auch im Rahmen der einzelnen Gruppen der Befragten (Vertreter des Geschäftswesens, nichtstaatlicher Organisationen, Behörden öffentlicher Verwaltung, der Konsumenten). Verschiedene

również stosowania obowiązkowego formatu informacji o składzie papierosów.

Według raportu, odpowiedzi istotnie różniły się nie tylko co do poszczególnych elementów konsultacji, lecz także w ramach poszczególnych grup respondentów (przedstawicieli biznesu, organizacji pozarządowych, organów administracji publicznej, konsumentów). Różne poglądy zostały również wyrażone na temat wprowadzenia blank packaging.

### **Wpływ blank packaging na prawa własności intelektualnej**

Abstrahując od potencjalnych korzyści zdrowotnych wprowadzenia blank packaging, jednym z jego kontrowersyjnych aspektów jest pozbawienie właściciela zarejestrowanego znaku towarowego (koncernu tytoniowego) prawa umieszczania tego znaku na opakowaniach papierosów oraz wprowadzania ich do obrotu w opakowaniach chronionych wzorami przemysłowymi. Immanentną cechą takich praw własności intelektualnej jak znaki towarowe, jest ich używanie w obrębie w celu odróżniania towarów danego producenta od towarów innych firm. Znaki towarowe, wzory przemysłowe ułatwiają ochronę marki towaru i są niejednokrotnie przedmiotem wieloletnich inwestycji firm w marketing, promocję towarów nimi opatrzonych, jak również w rejestrację znaków towarowych, wzorów przemysłowych i przedłużanie okresu ochrony znaków uzyskanej w wyniku rejestracji.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, znak towarowy, który nie jest używany przez

właściciela lub osobę przez niego upoważnioną, może zostać wygaszony po upływie pięciu lat od jego rejestracji, chyba, że nieużywanie było spowodowane ważną przyczyną. Znaki towarowe zazwyczaj wygaszą się, żeby zrobić miejsce dla innych podobnych znaków, niejednokrotnie należących do konkurencji. Wydaje się, że ważną przyczyną braku stosowania znaku towarowego może być zakaz stosowania określonego typu oznaczeń, wynikający z przepisów obowiązującego prawa, ponieważ jest on niezależny od właściciela znaku (w tym przypadku koncernu tytoniowego) i nie wynika bezpośrednio z jego winy.

### **„Trudny orzech do zgryzienia”**

Zakaz opatrywania znakiem towarowym pewnego typu towarów stanowi istotną ingerencję w uprawnienia właściciela wynikające z rejestracji tego znaku. Przeciwnicy blank packaging podkreślają niebezpieczny charakter tworzenia takich precedensów wobec określonej grupy towarów, ponieważ takie praktyki mogą w przyszłości zostać zastosowane wobec innych grup towarów, np. alkoholi. Ciekawe jest zatem, czy Komisja Europejska ostatecznie zdecyduje się na zastosowanie tego kontrowersyjnego rozwiązania, czy uwzględni argumenty branży tytoniowej i zrezygnuje lub ograniczy stosowanie blank packaging.

Ansichten wurden auch zum Thema der Einführung des blank packaging zum Ausdruck gebracht.

### **Einfluss des blank packaging auf die Rechte an intellektuellem Eigentum**

Abgesehen vom potentiellen gesundheitlichen Nutzen des blank packaging besteht einer seiner kontroversen Aspekte im Entzug des Rechts des Eigentümers des registrierten Warenzeichens (des Tabakkonzerns) zur Anbringung dieses Zeichens auf den Zigarettenverpackungen und des Rechts zu ihrer Einbringung in den Warenverkehr in Verpackungen, die durch industrielle Muster geschützt sind. Ein immanentes Merkmal dieser Rechte an intellektuellem Eigentum, wie Warenzeichen, ist ihre Verwendung im Warenverkehr zwecks Unterscheidung der Waren eines bestimmten Herstellers von den Waren anderer Unternehmen. Warenzeichen und industrielle Muster erleichtern den Schutz der Marke und sind häufig Gegenstand langjähriger Investitionen der Unternehmen in das Marketing, in die Werbung für die Waren, die mit der Marke gekennzeichnet wurden, wie auch in die Registrierung der Warenzeichen, industrieller Muster und in die Verlängerung der Schutzzeiten der Marken, die im Ergebnis der Registrierung erlangt wurden.

hat. Warenzeichen werden für gewöhnlich gelöscht, um Platz für andere ähnliche Zeichen zu machen, die häufig Mitbewerbern gehören. Es scheint, dass ein wichtiger Grund für die fehlende Verwendung des Warenzeichens ein Verwendungsverbot für Kennzeichnungen eines bestimmten Typs sein kann, das aus den Vorschriften des gültigen Rechts folgt, weil es unabhängig vom Eigentümer des Zeichens (in diesem Fall des Tabakkonzerns) ist und nicht direkt aus seiner Schuld folgt.

### **„Eine harte Nuss zu knacken”**

Das Verbot, einen bestimmten Warentyp mit einem Warenzeichen zu versehen, stellt einen wesentlichen Eingriff in die Berechtigungen des Eigentümers dar, die aus der Registrierung dieses Zeichens folgen. Die Gegner des blank packaging betonen die Gefährlichkeit der Schaffung solcher Präzedenzfälle in Bezug auf eine bestimmte Warenguppe, weil diese Praxis in der Zukunft auf andere Warengruppen, z.B. auf alkoholische Getränke, angewendet werden kann. Es ist demzufolge interessant, ob sich die Europäische Kommission letztendlich für die Anwendung dieser kontroversen Lösung entscheidet, oder ob sie die Argumente der Tabakbranche berücksichtigt und auf das blank packaging verzichtet oder dieses einschränkt.

<sup>1</sup> Dane pochodzą ze strony internetowej Komisji Europejskiej, dostępnego pod adresem [http://ec.europa.eu/health/tobacco/ex\\_smokers\\_are\\_unstoppable/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/health/tobacco/ex_smokers_are_unstoppable/index_en.htm)

<sup>2</sup> „Report on public consultation on the possible revision of the Tobacco Products Directive (2001/37/EC)” z lipca 2011 roku opracowany przez Komisję Europejską, Health and Consumers Directorate-General, dostępny pod adresem [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu).

Nach den gültigen Vorschriften kann ein Warenzeichen, das vom Eigentümer oder von einer von ihm bevollmächtigten Person nicht genutzt wird, nach Ablauf von 5 Jahren nach seiner Registrierung gelöscht werden, es sei denn, dass die fehlende Nutzung einen wichtigen Grund

<sup>1</sup> Die Angaben stammen von der Internetseite der Europäischen Union, zugänglich unter [http://ec.europa.eu/health/tobacco/ex\\_smokers\\_are\\_unstoppable/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/health/tobacco/ex_smokers_are_unstoppable/index_en.htm)

<sup>2</sup> „Report on public consultation on the possible revision of the Tobacco Products Directive (2001/37/EC)” vom Juli 2011, bearbeitet von der Europäischen Kommission, Health and Consumers Directorate-General, zugänglich unter [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu).