Kohtulahendite kogumik

KOHTUJURISTI ETTEPANEK
EVGENI TANCHEV
esitatud 15. juulil 2021 [1]

Kohtuasi C-370/20

Pro Rauchfrei e.V.
versus
JS e.K.

(eelotsusetaotlus, mille on esitanud Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus))

Direktiiv 2014/40/EL – Terviseohu hoiatused, mis peavad olema tubakatoote igal tarbijapakendil ja igal välispakendil – Tubakamüügiautomaadid – Artikli 2 punkt 40 – Mõiste „turuleviimine“ – Artikli 8 lõige 3 – Keeld varjata terviseohu hoiatusi „muude esemetega“ – Artikli 8 lõige 8 – Euroopa Liidu tarbijatele esitatavate tarbijapakendite või mis tahes välispakendite „kujutise“ mõiste

1. Põhikohtuasjas on vaidluse alla müügiautomaadi kaudu müüdavate tubakatoodete märgistamine ja pakendamine. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivis 2014/40/EL [2] on nõutud, et tubakatoote igal tarbijapakendil peavad olema selles sätestatud terviseohu hoiatused. Direktiivi artikli 8 lõikes 3 on täpsustatud, et need hoiatused peavad olema täielikult nähtavad, sealhulgas ei tohi neid varjata mingite esemetega. Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) menetluses on küsimus selles, kas seda hoiatuste varjamise keeldu rikutakse, kui sigaretipakkidel olevad terviseohu hoiatused ei ole nende müügiautomaadis hoidmisel nähtavad. Selleks tuleks müügiautomaati käsitada hoiatusi varjava esemena, nagu näiteks pakkematerjalid ja ümbrised, millele selle direktiivi artikli 8 lõige 3 sõnaselgelt viitab, mis on küsitav.

2. Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib samuti teada, kas on rikutud direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 sätestatud reeglit, mille kohaselt tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite *kujutistel* peavad olema ka terviseohu hoiatused. Põhikohtuasjas kõne all oleva müügiautomaadi tootevaliku nuppudel on näha erinevate sigaretimarkide kujutisi. Küsimus on selles, kas neid kujutisi võib käsitada kujutistena selle direktiivi artikli 8 lõike 8 tähenduses, millisel juhul peab neile olema märgitud terviseohu hoiatused, mida neil aga ei ole.

[1] Algkeel: inglise.

[2] 3. aprilli 2014. aasta direktiiv tubaka- ja seonduvate toodete tootmist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks direktiiv 2001/37/EÜ (ELT 2014, L 127, lk 1; parandus ELT 2015, L 150, lk 24 ja parandus ELT 2016, L 40, lk 16).

3. Nii annab käesolev kohtuasi Euroopa Kohtule võimaluse teha seoses tubakamüügiautomaadiga otsus selle kohta, millise ulatusega on nõue, et direktiivis 2014/40 ette nähtud terviseohu hoiatused peavad olema mitte ainult tubakatoote iga tarbijapakendil, vaid ka selle pakendi kujutistel.

I. Õigusraamistik

A. Euroopa Liidu õigus

4. Direktiivi 2014/40 artiklis 2 on sätestatud:

„Käesolevas direktiivis kasutatakse järgmisi mõisteid:

[…]

(40) „turuleviimine“ – liidus asuvatele tarbijatele toodete (sõltumata nende valmistamiskohast) kättesaadavaks tegemine, tasu eest või tasuta, sealhulgas kaugmüügi teel; kui tegemist on piiriülese kaugmüügiga, loetakse toote turuleviimise riigiks seda liikmesriiki, kus tarbija asub;

[…]“.

5. Direktiivi 2014/40 artiklis 8 on sätestatud:

„1. Tubakatoote igal tarbijapakendil ja igal välispakendil on käesolevas peatükis ette nähtud terviseohu hoiatused selle liikmesriigi ametlikus keeles või ametlikes keeltes, kus toode turule viiakse.

[…]

3. Liikmesriigid tagavad, et turuleviidavate tubakatoodete tarbijapakendil ja igal välispakendil esitatavad terviseohu hoiatused on trükitud nii, et neid ei ole võimalik eemaldada ega kustutada ja et need on täielikult nähtavad ega ole muul viisil varjatud või poolitatud maksumärgi, hinnasildi, turvaelemendi, pakkematerjali, ümbrise, kasti või muu esemega. Muude tubakatoodete kui sigarettide ja isevalmistatavate sigarettide tubaka tarbijapakenditel võib terviseohu hoiatused kinnitada kleebiste abil, tingimusel et nimetatud kleebiseid ei ole võimalik eemaldada. Terviseohu hoiatused jäävad muu kui kaaneklapiga tarbijapakendi avamisel puutumata, samal ajal kui kaaneklapiga pakendi avamisel võivad terviseohu hoiatused jaguneda kaheks, kuid ainult nii, et pakendi avamisel säilib teksti, fotode ja suitsetamisest loobumist käsitleva teabe graafiline terviklikkus ja nähtavus.

[…]

8. Liidu tarbijatele esitatavate tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite kujutis peab vastama käesoleva peatüki sätetele.“

B. Saksa õigus

6. Määruse tubaka- ja seonduvate toodete kohta (Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse; edaspidi „TabakerzV“) § -s 11 „Tubakatoodete märgistamise üldsätted“ on sätestatud:

„(1) Paragrahvides 12–17 viidatud terviseohu hoiatuste kujunduse ning nende tubakatoodete pakenditele ja välispakenditele kinnitamise suhtes kohaldatakse järgmisi üldnõudeid: Terviseohu hoiatused

[…]

4. ei tohi turuleviimisel, sealhulgas müügiks pakkumisel, olla osaliselt või täielikult varjatud ega poolitatud; kaaneklapiga pakendite puhul, kui hoiatuse osad pakendi avamisel üksteisest eraldatakse, peab see toimuma viisil, mis tagab graafilise terviklikkuse ja loetavuse,

[…]

(2) Euroopa Liidu tarbijatele suunatud müügiedendustegevuseks ette nähtud pakendite ja välispakendite kujutised peavad vastama käesoleva alajao nõuetele.“ [3]

II. Põhikohtuasja faktilised asjaolud ja eelotsuse küsimused

7. JS haldab Münchenis (Saksamaa) kahte supermarketit. Alates 20. maist 2017 pakkus ta sigarette müügiks nende selvehallide kassade juures all näidatud müügiautomaatides (edaspidi „vaidlusalune müügiautomaat“):

[3] TabakerzV § 11 lõikes 2 nimetatud „alajagu“ on selle määruse 3. alajagu, mis käsitleb pakendeid ja hoiatusi.



8. Vaidlusaluses müügiautomaadis hoitavad sigaretipakid ei olnud kliendile nähtavad. Kuigi müügiautomaadi tootevaliku nuppudel olid erinevad sigaretimargid, ei kuvatud neil seadusega ette nähtud terviseohu hoiatusi.

9. Müük toimus nii, et klient palus kõigepealt kassapidajalt müügiautomaadi aktiveerimist ja vajutas seejärel soovitud sigaretimargi valikunuppu. Seejärel suunati sigaretipakk müügiautomaadi väljastusseadmest kassalindile. Sigaretipaki eest tasuti seejärel kassas, kui klient jäi oma ostusoovi juurde. Müügiprotsessi korraldamine müügiautomaadi kaudu aitab ära hoida vargusi ja müüki alaealistele.

10. Mittetulundusühing Pro Rauchfrei e.V. esitas Landgericht München I-le (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa) hagi, milles palus esimese võimalusena keelata JS-il trahvi ähvardusel pakkuda müügiks tubakatooteid, eelkõige sigarette nii, et tarbijapakenditel või nende välispakenditel olevad terviseohu hoiatused on varjatud, nagu on kirjeldatud käesoleva ettepaneku punktides 8 ja 9. Teise võimalusena taotles Pro Rauchfrei, et JS-il keelataks trahvi ähvardusel pakkuda müügiks tubakatooteid, eelkõige sigarette nii, et terviseohu hoiatustega tarbijapakendite asemel on esil hoiatuseta tarbijapakendite kujutised, nagu on kirjeldatud käesoleva ettepaneku eelnimetatud punktides.

11. Landgericht München I (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa) jättis 5. juuli 2018. aasta otsusega hagi rahuldamata.

12. Oberlandesgericht München (liidumaa kõrgeim kohus Münchenis, Saksamaa) jättis 25. juuli 2019. aasta otsusega Pro Rauchfrei apellatsioonkaebuse Landgericht München I (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa) otsuse peale rahuldamata.

13. Pro Rauchfrei esitas Oberlandesgericht Müncheni (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus) otsuse peale kassatsioonkaebuse Bundesgerichtshofile (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus).

14. Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) leiab, et kassatsioonkaebuse rahuldamine sõltub direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause ja artikli 8 lõike 8 tõlgendamisest. Seetõttu peatas ta menetluse ja esitas Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas mõiste „turuleviimine“ [direktiivi 2014/40] artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses hõlmab tubakatoodete müüki müügiautomaatidest sel viisil, et neis asuvatele sigaretipakenditele on küll kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused, aga sigaretipakendeid hoitakse müügiautomaadis nii, et need ei ole algul tarbijale nähtavad, ja neile kantud hoiatusi on näha alles pärast seda, kui klient on vajutanud automaadil, millele kassapidaja on kõigepealt juurdepääsu võimaldanud, valikunuppu, mille tulemusel suunatakse sigaretipakend veel enne maksmist kassalindile?

2. Kas [direktiivi 2014/40] artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld, mille kohaselt ei või hoiatused olla „muul viisil varjatud“, hõlmab olukorda, kus kauba esitlemisel müügiautomaadis on kogu tubakapakend varjatud?

3. Kas [direktiivi 2014/40] artikli 8 lõikes 8 sätestatud tingimus on täidetud ka juhul, kui kujutise puhul ei ole küll tegemist originaalpakendi täpse kujutisega, aga tarbija seostab kujutise selle kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja logo tõttu teatava tubakapakendiga?

4. Kas [direktiivi 2014/40] artikli 8 lõikes 8 sätestatud tingimused on olenemata kasutatavast kujutisest täidetud juba siis, kui tarbijal on enne müügilepingu sõlmimist võimalus tutvuda sigaretipakenditega, millele on kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused?“

15. Kirjalikud seisukohad esitasid JS ja Euroopa Komisjon. Kohtuasjas kohtuistungit ei korraldatud.

III. Analüüs

A. Esimene eelotsuse küsimus

16. Esimese küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas mõiste „turuleviimine“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses hõlmab sigaretipakkide esitlemist müügiautomaadi abil sel viisil, et neid pakke hoitakse müügiautomaadis nii, et need ei ole algul tarbijale nähtavad, ja neile kantud hoiatusi on näha alles pärast seda, kui klient automaati kasutab ja sigaretipakk suunatakse enne maksmist kassalindile.

17. Nagu on märgitud käesoleva ettepaneku punktis 1, peab tubakatoote igal tarbijapakendil ja igal välispakendil olema direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 1 kohaselt selle direktiivi II jaotise II peatükis ette nähtud terviseohu hoiatused (edaspidi „nõutavad terviseohu hoiatused“). Direktiivi artikli 8 lõikes 3 on muu hulgas täpsustatud, et neid hoiatusi ei või osaliselt või täielikult varjata ega poolitada teatavate esemetega.

18. Märgin, et nii kohustus märkida pakendil nõutud terviseohu hoiatused kui ka nende poolitamise või varjamise keeld kehtivad direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 kohaselt üksnes „turuleviidavate tubakatoodete“ puhul.[4] Mõiste „turuleviimine“ on direktiivi 2014/40 artikli 2 punktis 40 määratletud järgmiselt: „liidus asuvatele tarbijatele toodete (sõltumata nende valmistamiskohast) kättesaadavaks tegemine, tasu eest või tasuta, sealhulgas kaugmüügi teel […]“.

19. Nii soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus oma esimese küsimusega sisuliselt teada, kas käesolevas asjas tuleb sigaretipakk lugeda turule viiduks: 1) ajal, mil seda pakutakse müügiks vaidlusaluse müügiautomaadi kaudu, st enne ostuotsuse tegemist; või 2) hetkel, mil müüja annab sigaretipaki otsese valduse pärast maksmist üle kliendile.

20. Tuleb märkida, et eelotsusetaotluse kohaselt leidis Oberlandesgericht München (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa), et sigaretipakkide müügiks pakkumine müügiautomaadist ei kuulu direktiivi 2014/40 kohaldamisalasse, kuna see esitusviis kujutab endast „müügikorda“, mida selle direktiivi põhjenduse 48 kohaselt selle direktiiviga ei ühtlustata.[5] Seetõttu pean vajalikuks analüüsida, kas direktiiv 2014/40 on käesolevas asjas kohaldatav, enne kui ma analüüsin esimest eelotsuse küsimust.

1. Direktiivi 2014/40 kohaldatavus käesolevas asjas

21. Erinevalt Oberlandesgericht Münchenist (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa) näib eelotsusetaotluse esitanud kohus kalduvat arvama, et direktiiv 2014/40 on kohaldatav. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib eelkõige, et kuigi direktiivi 2014/40 põhjenduses 48 on märgitud, et sellega ei ühtlustata eeskirju „siseriikliku […] reklaami“ kohta, on selle direktiivi põhjenduses 43 ja artikli 20 lõikes 5 siiski sätestatud eeskirjad elektrooniliste sigarettide reklaami kohta. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib samuti, et direktiivi 2014/40 põhjenduse 60 ja pealkirja kohaselt ühtlustab see direktiiv muu hulgas tubakatoodete „esitlemise“ eeskirju, mida võib mõista nii, et need hõlmavad ka nende esitlemise asjaolusid.

22. JS väidab sellega seoses, et (i) direktiivi 2014/40 põhjendus 48 ei ole kohaldatav mitte ainult elektrooniliste sigarettide, vaid ka tubakatoodete suhtes; (ii) sigaretipakkide müük müügiautomaadi kaudu kujutab endast müügikorda selle põhjenduse tähenduses; ning (iii) seega ei kuulu sigaretipakkide müük müügiautomaadi kaudu selle direktiivi kohaldamisalasse.

23. Komisjon on vastupidisel seisukohal. Ta väidab, et kuigi direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 kohaselt kuulub selline müügikord nagu tubakatoodete müük müügiautomaadi kaudu liikmesriikide pädevusse, kuuluvad tubakatoodetele kantavad terviseohu hoiatused kõnealuse direktiivi kohaldamisalasse, olles direktiiviga täielikult ühtlustatud. Komisjon rõhutab eelkõige, et Euroopa Liidul on pädevus ühtlustada riigisiseseid eeskirju, mille eesmärk on hoida kõrvale sellistest siseturu toimimisele suunatud meetmetest nagu märgistamist käsitlevad sätted direktiivis 2014/40.[6]

24. Leian, et direktiiv 2014/40 on käesolevas asjas kohaldatav.

[4] „[K]us toode turule viiakse“ vastavalt direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikele 1.

[5] Eelotsusetaotluses märgitakse, et „[Oberlandesgericht München (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa)] eeldas, et sigaretipakendite hoidmine kõnesolevates müügiautomaatides on ainult müügikord. Selle kohtu hinnangul nähtub direktiivi 2014/40 põhjendusest 48, et direktiivi eesmärk ühtlustada eri liikmesriikide norme ei hõlma müügikorda ja reklaami. Seetõttu ei olnud selle direktiivi asjakohased sätted kohaldatavad sigarettide müügiks pakkumisele müügiautomaatidest, mida käsitletakse käesolevas asjas“.

[6] Komisjon tugineb 5. oktoobri 2000. aasta kohtuotsusele Saksamaa *vs*. parlament ja nõukogu (C-376/98, EU:C:2000:544, punkt 100).

25. Vastavalt direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 esimesele lausele „ei ühtlusta käesolev direktiiv eeskirju tubakasuitsust vaba keskkonna *või siseriikliku müügikorra või reklaami*, tootemargi laiendamise kohta, samuti ei kehtesta see elektrooniliste sigarettide või täitepakendite puhul vanusepiirangut“.[7]

26. Minu arvates on direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 esimene lause kohaldatav üksnes elektrooniliste sigarettide ja täitepakendite, mitte aga selliste tubakatoodete nagu sigarettide suhtes.[8] Seda seepärast, et esiteks on selles lauses sõnaselgelt viidatud „elektroonilistele sigarettidele või täitepakenditele“. Teiseks viitavad kõik eelmised põhjendused – st põhjendused 36–47 – elektroonilistele sigarettidele või nikotiini sisaldavale vedelikule,[9] mainimata seejuures tubakatooteid. Kolmandaks kinnitavad seda tõlgendust direktiivi 2014/40 ettevalmistavad materjalid. Euroopa Liidu Nõukogu eesistujariigi koostatud dokumendist[10] nähtub, et põhjendused a–m – mis vastavad direktiivi 2014/40 põhjendustele 36–48 – on „artikliga 18 seotud põhjendused“ – mis on nüüd direktiivi 2014/40 artikkel 20 „Elektroonilised sigaretid“. Eelkõige on põhjendus l peaaegu identne direktiivi 2014/40 põhjendusega 48.

27. Olenemata sellest, kas direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 esimene lause on tubakatoodetele kohaldatav või mitte, ei saa minu arvates asuda seisukohale, et see direktiiv ühtlustaks riigisiseseid õigusnorme, mis käsitlevad tubakatoodete müüki müügiautomaatide kaudu, ega riigisiseseid õigusnorme, mis käsitlevad tubakatoodete reklaami müügiautomaatidel.

28. Esiteks ei ühtlusta direktiiv 2014/40 riigisiseseid õigusnorme, mis käsitlevad tubakatoodete müüki müügiautomaatide kaudu. Nimelt ei sisalda direktiivi 2014/40 artikkel 1, milles on määratletud selle direktiivi reguleerimisesemed, ühtegi viidet müügiautomaatide kaudu toimuvale müügile ega müügikorrale.[11] Pealegi algul kavandatigi müügiautomaatide kaudu müümise keeldu või piirangut ja jäeti see siis direktiivi 2014/40 mõjuhinnangus kõrvale.[12] Ning lõpuks kuulub tubakatoodete müük müügiautomaatide kaudu nõukogu soovituse 2003/54/EÜ[13] kohaldamisalasse, mis selle soovituse põhjenduse 16 kohaselt käsitleb „muude“ reklaami-, turundus- ja müügiedendustavade liike kui need, mis on hõlmatud Euroopa Parlamendi ja

7 Kohtujuristi kursiiv.

8 Täielikkuse huvides pean täpsustama, et elektroonilised sigaretid ei ole tubakatooted. Direktiivi 2014/40 artikli 2 lõike 4 kohaselt on tubakatooted sellised tooted, mis „kas või osaliselt koosnevad tubakast“. Nii ei ole see elektrooniliste sigarettide puhul, mida – nagu nähtub artikli 2 punktist 16 – kasutatakse „nikotiini sisaldava auru […] tarbimiseks“. Elektroonilisi sigarette ei kasutata selleks, et tarbida artikli 2 punkti 1 tähenduses tubakat, milleks on „tubakataimede lehed ja muud looduslikud töödeldud või töötlemata osad“ (vt ka 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, punktid 37 ja 38).

9 Välja arvatud põhjendused 42 ja 45. Põhjenduses 42 on siiski kasutatud väljendit „kõnealused tooted“, mida võib mõista üksnes viitena eelmises põhjenduses kirjeldatud toodetele, nimelt elektroonilistele sigarettidele. Lisaks kajastab põhjenduses 45 sisalduv viide inimtervisele avalduvale „arvatavale kahjulikule mõjule“ artikli 20 lõiget 9, mida kohaldatakse üksnes elektrooniliste sigarettide suhtes, ning samas põhjenduses sisalduv viide „kaitseklauslile“ vastab artikli 20 lõikele 11, mida kohaldatakse samuti üksnes elektrooniliste sigarettide suhtes.

10 Vt nõukogu 17. detsembri 2013. aasta dokument nr 17727/13 ANNEX (lk 15).

11 Välja arvatud seoses „tubakatoodete piiriülese kaugmüügiga“ artikli 1 punktis d – mis just nimelt ei ole „riigisisene“ kord, mis direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 esimese lause kohaselt ei kuulu selle direktiivi kohaldamisalasse.

12 19. detsembri 2012. aasta mõjuhinnang, mis on lisatud ettepanekule võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv tubaka- ja seonduvate toodete tootmist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta (SWD(2012) 452 final) (edaspidi „direktiivi 2014/40 mõjuhinnang“). Direktiivi 2014/40 mõjuhinnangu 1. osa punkti 4.1 kohaselt jäeti mõjuhinnangus ja avalikus konsultatsioonis kõrvale „tubakamüügiautomaate käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamine. See poliitikavaldkond jäeti kõrvale, võttes arvesse subsidiaarsusega seotud probleeme ja juba tehtud edusamme selles valdkonnas“ (lk 50). Vt ka RAND Europe'i 2010. aasta septembri uuring „Assessing the Impacts of the Revisionising the Tobacco Products Directive“ (Tubakatoodete direktiivi läbivaatamise mõju hindamine; edaspidi „RANDi uuring“). RANDi uuringu kohaselt sisaldasid komisjoni pakutud viiest võimalusest kolm tubakamüügiautomaate käsitlevaid meetmeid: kolmas valik sisaldas meetmeid, mille eesmärk oli „muuta müügiautomaadid alaealistele kättesaamatuks“, ning neljas ja viies valik nägid ette „müügiautomaatide täieliku keelu“ (vt lk 189, 219, 227 ja 235). RANDi uuring on kättesaadav Euroopa Komisjoni veebisaidil.

13 Nõukogu 2. detsembri 2002. aasta soovitus 2003/54/EÜ suitsetamise ennetamise ja tubakatoodete tarbimise piiramise kohta (EÜT 2003 L 22, lk 31).

nõukogu direktiiviga 2001/37/EÜ[14] (nüüd kehtetuks tunnistatud ja asendatud direktiiviga 2014/40). Sellega seoses tuleb viidata soovituse 2003/54 punkti 1 alapunktile c, milles soovitatakse liikmesriikidel kas „piirata juurdepääsu tubakamüügiautomaatidele kohtades, kuhu pääsevad vaid liikmesriigi õiguses tubakatoodete ostmiseks ette nähtud vanusepiiri ületavad isikud“, või kui sellist vanusepiirangut ei ole, „piirata muul viisil juurdepääsu selliste masinate kaudu müüdavatele toodetele“.

29. Teiseks ei ühtlusta direktiiv 2014/40 riigisiseseid õigusnorme tubakatoodete müügiautomaatidel reklaamimise kohta. Nimelt ei ole direktiivi 2014/40 artiklis 1, milles on loetletud selle direktiivi reguleerimisesemed, ühtegi viidet reklaamile müügiautomaatidel ega tubakatoodete mis tahes reklaamile, olenemata sellest, millisel kandjal see on. Lisaks kuulub tubakatoodete reklaam müügiautomaatidel soovituse 2003/54 kohaldamisalasse, mis – nagu on selgitatud käesoleva ettepaneku punktis 28 – käsitleb reklaami-, turundus- ja müügiedendustegevuse liike, mida direktiiv 2014/40 ei hõlma. Sellega seoses tuleb viidata soovituse 2003/54 punkti 2 alapunktile d, mille kohaselt soovitatakse liikmesriikidel „keelata kooskõlas oma põhiseaduste või põhiseaduslike põhimõtetega […] sise- või välisreklaam (näiteks reklaam tubakamüügiautomaatidel)“.[15]

30. Samas, kuigi direktiiviga 2014/40 ei ühtlustata riigisiseseid õigusnorme tubakatoodete müügiautomaatide kaudu müümise või müügiautomaatidel reklaamimise kohta, ei tulene sellest, et nimetatud direktiiv ei ole käesolevas asjas kohaldatav.

31. Esiteks ei ole Euroopa Kohtu menetluses küsimus selles, kas tubakatooteid võib müüa müügiautomaatide kaudu (või kas tubakatoodete müüki müügiautomaatide kaudu võib piirata isikutega, kes on nende toodete ostmiseks ette nähtud vanusepiiri ületanud). Küsimus on selles, kas *juhul, kui riigisisesed õigusnormid lubavad – nagu näib olevat Saksamaal – tubakatooteid müüa müügiautomaadi kaudu*, võib ühelt poolt täielikult peita nõutavad terviseohu hoiatused selles automaadis paiknevatel tubakatoodetel ja teiselt poolt näidata automaadi valikunuppudel nende toodete kujutisi, millel kõnealuseid hoiatusi ei ole. See küsimus kuulub direktiivi 2014/40 kohaldamisalasse, kuna selle direktiivi üks eesmärk on direktiivi artikli 1 punkti b kohaselt ühtlustada õigusnorme, mis käsitlevad „tubakatoodete märgistamise ja pakendamise, sealhulgas […] terviseohu hoiatuste […] teatavaid aspekte“. Miski ei viita sellele, et tubakatoodete märgistamise ja pakendamise asjakohaste „aspektide“ ühtlustamine puudutab vaid nende müüki teatavate müügikanalite kaudu.

32. Teiseks ei ole Euroopa Kohtu menetluses küsimus selles, kas tubakareklaam on lubatud või mitte. Ega ka selles, kas müügiautomaatidel võib olla tubakareklaam või mitte. Küsimus on selles, *kas juhul, kui tubakareklaam müügiautomaatidel on lubatud, nagu näib olevat Saksamaal*, peab müügiautomaadi valikunuppudel kujutatud sigaretimarkide kujutistele olema lisatud nõutavad terviseohu hoiatused. See küsimus kuulub direktiivi 2014/40 kohaldamisalasse, kuna selle direktiivi üks eesmärk on selle artikli 1 punkti b kohaselt tubakatoodete tarbijapakenditel ja artikli 8 lõike 8 kohaselt nende tarbijapakendite kujutistel esitatavaid terviseohu hoiatusi käsitlevate riigisiseste õigusnormide ühtlustamine.

33. Järeldan, et vastupidi JS väidetele on direktiiv 2014/40 käesolevas asjas kohaldatav.

[14] Euroopa Parlamendi ja nõukogu 5. juuni 2001. aasta direktiiv 2001/37/EÜ tubakatoodete valmistamist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta (EÜT 2001 L 194, lk 26; ELT eriväljaanne 15/06, lk 147). Direktiivi 2001/37 mainitakse soovituse 2003/54 põhjenduses 9.

[15] Samuti tuleb viidata soovituse 2003/54 põhjendusele 14, mille kohaselt müügiautomaatidel „ei tohiks olla muud reklaami kui see, mis on tingimata vajalik müüdavate toodete märkimiseks“.

2. Kas tubakatoodete esitlemine vaidlusaluse müügiautomaadi abil kujutab endast turuleviimist

34. Nagu on märgitud eespool käesoleva ettepaneku punktis 19, soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas käesoleval juhul tuleb sigaretipakk lugeda turule viiduks siis, kui seda pakutakse müügiks vaidlusaluse müügiautomaadi kaudu, või siis, kui müüja annab kõnealuse sigaretipaki otsese valdusepärast selle eest maksmist üle kliendile.

35. JS väidab, et sõltumata sellest, kas direktiiv 2014/40 on käesolevas asjas kohaldatav, ei saa tubakatoodete hoidmine müügiautomaadis kujutada endast turuleviimist.

36. Komisjon väidab, et arvestades tema hinnangut kolmandale ja neljandale eelotsuse küsimusele, ei ole seda küsimust vaja käsitleda. Komisjon väidab siiski, et kui Euroopa Kohus ei nõustu direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tõlgendusega, mille ta välja pakkus, siis tuleb asuda seisukohale, et sigaretipakk on kindlasti turule viidud ajal, mil see väljastatakse müügilindile. Selle, kas see pakk on turule viidud varasemas etapis või mitte, peab otsustama eelotsusetaotluse esitanud kohus.

37. Leian, et sigaretipakk on viidud turule hetkel, mil seda pakutakse müügiks vaidlusaluse müügiautomaadi kaudu.

38. Direktiivi 2014/40 artikli 2 punktis 40 on mõiste tubakatoote „turuleviimine“ määratletud laialt. Selleks et toodet saaks pidada turuleviiduks, piisab sellest, kui see tehakse kättesaadavaks liidu tarbijatele (jättes seega välja hulgimüügi).

39. Kuivõrd direktiivi 2014/40 artikli 2 punktis 40 ei ole mingit piirangut seoses viisidega, kuidas toode tarbijatele kättesaadavaks tehakse, tuleb neid viise pidada asjassepuutumatuteks. Järelikult, kui tubakatoode tehakse tarbijatele kättesaadavaks müügiautomaadi kaudu, on see viidud turule nimetatud sätte tähenduses. Sellega seoses ei ole oluline, et Euroopa Parlament ei järginud oma õiguskomisjoni ettepanekut muuta artikli 2 punkti 40 nii, et „turuleviimine“ tähendanuks „liidus asuvatele tarbijatele tasuliste või tasuta toodete kättesaadavaks tegemist, sealhulgas kaugmüügi teel *või müügiautomaatide abil* […]“.[16] Üks põhjusi selle ettepaneku arvestamata jätmiseks võis olla see, et seda võib mõista nii, et tubakatoodete müük müügiautomaatidest on lubatud, samas kui – nagu on selgitatud käesoleva ettepaneku punktis 28 – see küsimus ei kuulu direktiivi 2014/40 kohaldamisalasse.

40. Lisaks peetakse direktiivi 2014/40 artikli 2 punkti 40 kohaselt toodet turule viiduks, kui see tehakse tarbijatele kättesaadavaks „tasu eest või tasuta“. Seega on tubakatooted, mis tehakse tarbijatele tasuta kättesaadavaks, selle sätte tähenduses turule viidud (muidugi kui tubakatoodete tasuta jagamine on lubatud, st vaid siis, kui seda ei tehta seoses selliste ürituste ja tegevuste sponsorlusega, millel on riigipiire ületav mõju ja mille eesmärk on kas otseselt või kaudselt soodustada selliste toodete tarbimist).[17] Teisisõnu ei ole vajalik, et tubakatooted oleksid tehtud müügiks kättesaadavaks. Piisab sellest, kui need on tehtud tarbimiseks kättesaadavaks. Sellest järeldub, et kui tubakatooted on tehtud müügiks kättesaadavaks, tuleb neid pidada turuleviiduks enne nende ostmist ja enne nende eest tasumist.

[16] Vt õiguskomisjoni 25. juuni 2013. aasta arvamus Euroopa Parlamendi 24. juuli 2013. aasta raportis, mis käsitleb ettepanekut võtta vastu nõukogu direktiiv tubaka- ja seonduvate toodete tootmist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta (muudatusettepanek 22, lk 273).

[17] Vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 26. mai 2003. aasta direktiivi 2003/33/EÜ tubakatoodete reklaami ja sponsorlusega seotud õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta liikmesriikides (ELT 2003, L 152, lk 16; ELT eriväljaanne 19/06, lk 272) artikli 5 lõikele 2.

41. Käesoleva ettepaneku punktidest 39 ja 40 tuleneb, et sigaretipakk on viidud turule kohe, kui seda pakutakse müügiks vaidlusaluses müügiautomaadis, mitte siis, kui selle eest makstakse ja selle otsene valdus läheb müüjalt üle kliendile.

42. Seega tuleb esimesele eelotsuse küsimusele vastata, et kui tubakatoodet pakutakse müügiks müügiautomaadi kaudu, mida klient peab ise kasutama, selliselt, et kõigepealt väljastatakse toode müügilindile ja seejärel tasutakse selle eest, siis tuleb asuda seisukohale, et see toode on direktiivi 2014/40 artikli 2 punkti 40 tähenduses turule viidud siis, kui seda pakutakse müügiautomaadi kaudu müügiks, mitte hetkel, mil selle eest tasutakse ja müüja annab selle otsese valduse üle kliendile.

B. Teine eelotsuse küsimus

43. Oma teise küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld varjata nõutud terviseohu hoiatusi „muu esemega“ hõlmab olukorda, kus neid hoiatusi kandev pakend on tervikuna varjatud, kuna sigaretipakk ei ole müügiautomaadi sees nähtav.

44. Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause kohaselt ei või turuleviimisel tubakatoodete tarbijapakendil ja igal välispakendil olevad terviseohu hoiatused tõesti olla „varjatud või poolitatud maksumärgi, hinnasildi, turvaelemendi, pakkematerjali, ümbrise, kasti või *muu esemega*“.[18]

45. JS väidab sellega seoses, et kui tarbijapakendil olevad nõutavad terviseohu hoiatused on varjatud seetõttu, et pakend ei ole müügiautomaadi sees nähtav, siis ei ole tegemist direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 rikkumisega. Müügiautomaadi puhul ei ole tegemist „esemega“, mis varjab vajalikke terviseohu hoiatusi selle sätte tähenduses. Sellised „esemed“ võivad olla ainult tooted, mis kahjustavad nõutavate terviseohu hoiatuste terviklikkust, mitte tooted, mida kasutatakse tubakatoodete müügiks.

46. Komisjon väidab, et arvestades tema hinnangut kolmandale ja neljandale eelotsuse küsimusele, ei ole teist küsimust vaja analüüsida. Komisjon märgib siiski, et kui Euroopa Kohus ei peaks nõustuma komisjoni pakutud direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tõlgendusega, peaks ta otsustama, et kõnealust müügiautomaati ei saa pidada „esemeks“, mis varjab nõutud terviseohu hoiatusi selle direktiivi artikli 8 lõike 3 tähenduses. Komisjoni arvates ei ole põhjust tõlgendada seda sätet laialt, nii et artikli 8 lõiget 3 on rikutud üksnes seetõttu, et jaemüügikohtades müüdavaid tubakatooteid ei ole neis ruumides välja pandud. Nõutavate terviseohu hoiatuste tõhusust saab tagada muude vahenditega, näiteks tagades tootevaliku nuppude vastavuse direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikele 8.

47. Olen seisukohal, et direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld varjata nõutud terviseohu hoiatusi „muude esemetega“ ei hõlma olukorda, kus tubakatoodete kogu pakend on varjatud, kui need tooted paiknevad müügiautomaadi sisemuses.

[18] Rõhutus lisatud.

48. Esiteks on direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud, et tubakatoodete tarbijapakendil ja igal välispakendil esitatavaid *nõutavaid terviseohu hoiatusi* ei tohi osaliselt ega täielikult varjata. Selles ei ole märgitud, et neid hoiatusi kandvaid *tarbijapakendeid* ei tohi jaemüügikauplustes varjata (nii et oleks tagatud nende hoiatuste täielik nähtavus).[19]

49. Teiseks, kuivõrd direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimene lause näeb ette, et nõutavad terviseohu hoiatused peavad olema „trükitud nii, et neid ei ole võimalik eemaldada ega kustutada“ ja need ei tohi olla „osaliselt“ varjatud ega „poolitatud“, siis on selle eesmärk tagada, et nõutavate terviseohu hoiatuste terviklikkust ei kahjustata. Neid hoiatusi kandvate tarbijapakendite hoidmine müügiautomaadis ei mõjuta hoiatuste terviklikkust.

50. Kolmandaks ei keela direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimene lause lihtsalt nõutavate terviseohu hoiatuste varjamist. Pigem täpsustab ta, et neid hoiatusi ei tohi varjata teatavate esemetega, nimelt „maksumärgi, hinnasildi, turvaelemendi, pakkematerjali, ümbrise, kasti *või muu esemega*“.[20] On selge, et müügiautomaat ei ole lihtne „kast“ ning veelgi vähem on ta pakkematerjal või ümbris. Samuti ei saa seda minu arvates pidada direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keelu kohaldamisalasse kuuluvaks viite tõttu „muule esemele“, mis varjab nõutavaid terviseohu hoiatusi. Asjaolu, et selles sättes ei ole seda „muud eset“ määratletud, ei tähenda, et *iga ese*, mis hoiatusi varjab, kuulub keelu kohaldamisalasse. Pigem viitavad näidetena loetletud esemed sellele, et „muu ese“ peab olema kinnitatud asjaomase tubakatoote pakendile (nagu maksumärk, hinnasilt ja turvaelement) või see peab olema ise pakend, sealhulgas direktiivi 2014/40 artikli 2 punktis 29 määratletud „välispakend“ (nagu pakkematerjalid, ümbrised ja karbid). Nii ei ole see müügiautomaadi puhul, mida ei saa pidada pakendiks, kuna selle eesmärk (erinevalt pakkematerjalidest, ümbristest ja karpidest) ei ole tubakatoodete ühe või mitme tarbijapakendi sulgemine või hoidmine, vaid nende toodete müügiks kättesaadavaks tegemine.

51. Neljandaks on käesoleva ettepaneku punktis 47 pakutud direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tõlgendus kooskõlas rahvusvahelise õigusega. Märgin, et Euroopa Liit ja selle liikmesriigid on osalised 21. mail 2003 Genfis allkirjastatud Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsioonis (edaspidi „WHO raamkonventsioon“), mille sätted on neile siduvad.[21] WHO raamkonventsiooni artikli 11 lõike 1 kohaselt „võtab konventsiooniosaline […] tõhusaid meetmeid, millega tagada, et: […] b) tubakatoote müügipakend, välispakend ja märgistus kannab hoiatust, mis kirjeldab tubaka kasutamise ohtlikke mõjusid […]“. Pean samuti märkima, et raamkonventsiooni osalised võtsid vastu selle konventsiooni rakendamise suunised, mis ei ole küll siduvad, kuid mis mõjutavad kindlalt asjasse puutuvas valdkonnas Euroopa Liidu poolt vastuvõetavate normide sisu.[22] Maailma Terviseorganisatsiooni tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni artikli 11 rakendamise suuniste (edaspidi „WHO raamkonventsiooni artikli 11 rakendamise suunised“) punktis 10 on sätestatud, et „konventsiooniosalised peavad tagama, et terviseohu hoiatusi […] ei kata muu nõutud pakend ja märgistus või sisemised või välised reklaammaterjalid“ või „muud märgised, näiteks maksumärgid ja konventsiooni artikli 15 kohaselt nõutav märgistus“. Seega on WHO raamkonventsiooni artikli 11 rakendamise suuniste punkti 10 kohaselt ainsad elemendid, mis ei tohiks terviseohu hoiatusi varjata, 1) „muu nõutud

[19] Tegelikult nähti direktiivi 2014/40 ettevalmistavates materjalides ette (ja jäeti kõrvale) vastupidine lähenemisviis – tubakatoodete müügikohtades väljapanemise piirangute või täieliku keelu kehtestamine. Vt selle kohta direktiivi 2014/40 mõjuhinnangu 1. osa punkt 4.1 (lk 50) ja RANDi uuring (lk 227 ja 233).

[20] Kohtujuristi kursiiv.

[21] Vt direktiivi 2014/40 põhjendus 7. Vt ka direktiivi artiklit 1, milles on täpsustatud, et direktiivi eesmärk on „täita [raamkonventsioonist] tulenevaid liidu *kohustusi*“ (kohtujuristi kursiiv).

[22] 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Poola *vs.* parlament ja nõukogu (C-358/14, EU:C:2016:323, punkt 47).

pakend ja märgistus“,[23] sealhulgas WHO raamkonventsiooni artikli 15 kohaselt nõutav märgistus;[24] ning 2) „sisemised või välised reklaammaterjalid“.[25] On selge, et müügiautomaat ei kuulu ühtegi neist kategooriatest. Samuti on nende suuniste punktis 54 märgitud, et „[l]iikmesriigid peavad tagama, et isekleepuvad etiketid, kleebised, karbid, kaaned, pakendid ja tubakatootjate reklaammaterjalid ei varja, ähmasta ega kahjusta terviseohu hoiatusi“. Jällegi ei saa ühtegi neist terminitest kasutada müügiautomaadile viitamiseks. Kõik esemed, mis WHO raamkonventsiooni artikli 11 rakendamise suuniste punktide 10 ja 54 kohaselt ei tohi varjata terviseohu hoiatusi, on esemed, mida võib tarbijapakendi sisse lisada või selle pakendi välisküljele kinnitada.

52. Seega tuleb teisele eelotsuse küsimusele vastata, et direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld varjata nõutud terviseohu hoiatusi „muude esemetega“ ei hõlma olukorda, kus tubakatoote kogu pakend on varjatud seetõttu, et seda toodet hoitakse müügiautomaadis nii, et see ei ole tarbijale nähtav.

C. Kolmas eelotsuse küsimus

53. Kolmanda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas kujutis, mis ei kujuta küll täpselt originaalpakendit, kuid mida tarbija seostab teatavate sigarettide pakendiga selle kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja margilogo tõttu, on „tarbijapakendi kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses.

54. JS leiab, et kolmandale küsimusele tuleb vastata eitavalt. Tema arvates ei kuulu küsimus, kas vaidlusaluse müügiautomaadi valikunuppudel kujutatud sigaretimarkide kujutisi võib pidada tarbijapakendi kujutisteks direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses, selle direktiivi kohaldamisalasse, kuna direktiivi põhjenduse 48 kohaselt ei ühtlustata sellega riigisiseseid reklaamieeskirju. Igal juhul ei kujuta need sigaretimarkide kujutised endast sigaretipakkide kujutisi artikli 8 lõike 8 tähenduses. Pigem on need osa müügiprotsessist, kuna need võimaldavad tarbijatel valida nende sigarettide kaubamärgi, mida nad soovivad osta.

55. Komisjon seevastu leiab, et kolmandale küsimusele tuleb vastata jaatavalt. Tema arvates tuleb mõistet „tarbijapakendi kujutised“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses tõlgendada laialt nii, et see hõlmab sigaretipaki mis tahes kujutist. See tuleneb ingliskeelse ja prantsuskeelse sõna „image“ kasutamisest; nõudest – mis kehtib ka toidu märgistamise puhul –, et tarbijale tuleb anda vajalikku teavet, et ta saaks teha valikuid kõiki asjaolusid teades, ning teda tuleb kaitsta eksitavate väidete eest; eesmärgist tagada inimeste tervise kõrgetasemeline kaitse vastavalt ELi toimimise lepingu artikli 168 lõikele 1; ning asjaolust, et vastasel juhul näeks tarbija nõutud terviseohu hoiatusi alles pärast sigaretipaki väljastamist müügilindile.

56. Leian, et sigaretimarkide kujutisi, mis ei kujuta tarbijapakendeid loomutruult, kuid mida keskmine tarbija seostab tubakapakendiga nende kujunduse tõttu, tuleb pidada tarbijapakendite kujutisteks direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses.

[23] Nimelt „teave tubakatoodete asjakohaste koostisosade ja eralduvate ainete kohta“, mis peab olema igale tubakatoodete tarbijapakendile ja välispakendile märgitud (vt WHO raamkonventsiooni artikli 11 lõige 2).

[24] WHO raamkonventsiooni artiklis 15 nõutud märgistuse eesmärk on likvideerida ebaseaduslik tubakatoodetega kauplemine. Nendega samaväärsed on direktiivi 2014/40 artiklites 15 ja 16 ette nähtud kordumatu identifitseerimistunnus ja turvaelemendid.

[25] Täpsustan, et WHO raamkonventsiooni artikli 11 rakendamise suuniste punktis 6 on „väline reklaammaterjal“ määratletud kui „igasugune reklaam, mis on kinnitatud tarbija poolt jaemüügis ostetud üksikpakendi ja/või sigaretiploki välisküljele […]“.

57. Nagu käesoleva ettepaneku punktis 2 on märgitud, näeb direktiivi 2014/40 artikli 8 lõige 8 ette, et „tarbijapakendite ja mis tahes välispakendi kujutis“ peab vastama selle direktiivi II jaotise II peatüki sätetele, st eelkõige olema varustatud nõutavate terviseohu hoiatustega. Mõistet „tarbijapakendi ja mis tahes välispakendi kujutis“ ei ole aga määratletud direktiivi artikli 8 lõikes 8 ega üheski teises sättes.

58. Kohtupraktika kohaselt tuleb liidu õiguses määratlemata terminite tähenduse ja ulatuse kindlaksmääramisel lähtuda nende tavakeele tähendusest, võttes arvesse ka terminite kasutamise konteksti ja nende sätete eesmärke, mille osa nad moodustavad. [26]

59. Esiteks hõlmab mõiste „kujutis“ oma tavapärases tähenduses mitte ainult isiku või asja representatsiooni või sarnasust, vaid ka isiku või asja kuju reprodutseerimist või imiteerimist. Sellest võib järeldada, et mõiste „kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses hõlmab tarbijapakendite või tubakatoodete välispakendi loomutruid kujutisi, kuid ei piirdu nendega, ning eelkõige võib järeldada seda, et see mõiste ei piirdu fotodega. Nii ei ole see mitte ainult ingliskeelse mõiste „image“ puhul, vaid ka prantsuskeelse mõiste „image“ puhul, itaaliakeelse mõiste „illustrazione“ puhul ja saksakeelse mõiste „Bild“ puhul, mida on kasutatud artikli 8 lõike 8 vastavates keeleversioonides.

60. Teiseks kirjeldab direktiivi 2014/40 artikli 10 lõike 1 punkt a, mis näeb ette, et suitsetatava tubakatoote igal tarbijapakendil ja igal välispakendil peab olema terviseohu ühendhoiatus, seda hoiatusena, mis koosneb teksthoiatusest ja „vastavast värvifotost“. Direktiivi artikli 2 punktis 33, milles on määratletud terviseohu ühendhoiatus, on kasutatud mõistet „foto või illustratsioon“. Seega ei kasuta artikli 2 punkt 33 ja artikli 10 lõike 1 punkt a fotole viitamisel mõistet „kujutis“, mida kasutatakse artikli 8 lõikes 8, vaid teistsugust mõistet („foto“ või „illustratsioon“). See viitab sellele, et mõiste „kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses ei piirdu tarbijapakendite fotodega. Sama kehtib ka artikli 2 punkti 33 ja artikli 10 lõike 1 punkti a prantsuskeelse versiooni puhul, milles kasutatakse mõisteid „photo ou […] illustration“ ja „photographie“ ning mitte artikli 8 lõikes 8 kasutatud mõistet „image“, ning artikli 2 punkti 33 ja artikli 10 lõike 1 punkti a saksakeelse versiooni puhul, milles kasutatakse mõisteid „Fotografie oder Illustration“ ja „Farbfotografie“ ning mitte artikli 8 lõikes 8 kasutatud mõistet „Bild“. Mõnevõrra vähem kehtib see ka itaaliakeelse versiooni puhul, kus artikli 2 punktis 33 ja artikli 10 lõike 1 punktis a on kasutatud mõisteid „fotografia o […] illustrazione“ ja „fotografia“ ning artikli 8 lõikes 8 mõistet „illustrazione“. Siiski näivad need artikli 2 punkti 33 ja artikli 10 lõike 1 punkti a erinevad keeleversioonid tervikuna kasutavat päris fotole viitamisel erinevat terminit (või termineid).

61. Kolmandaks on minu arvates direktiivi 2014/40 eesmärkidega ja täpsemalt selle artikli 8 eesmärgiga kooskõlas artikli 8 lõikes 8 kasutatud mõiste „tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite kujutis“ lai tõlgendamine nii, et see hõlmab mitte ainult tarbijapakendite tõepäraseid kujutisi, vaid ka kujutisi, mida tarbijad seostavad tubakapakenditega.

62. Kohtupraktika kohaselt on direktiivil 2014/40 kaks eesmärki: hõlbustada tubaka- ja seonduvate toodete siseturu tõrgeteta toimimist ning võtta seejuures ühtlasi aluseks inimeste tervise kaitse kõrge tase, eriti noorte puhul. [27] Nagu märgib eelotsusetaotluse esitanud kohus, võib samamoodi nagu loomutruu kujutamine tekitada ostuimpulssi ka kujutis, mida tarbija seostab

[26] 22. aprilli 2021. aasta kohtuotsus Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, punkt 22).

[27] 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Poola *vs.* parlament ja nõukogu (C-358/14, EU:C:2016:323, punkt 80), 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Philip Morris Brands jt (C-547/14, EU:C:2016:325, punktid 171 ja 220), 17. oktoobri 2018. aasta kohtuotsus Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, punkt 23), 30. jaanuari 2019. aasta kohtuotsus Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, punkt 38) ning 22. novembri 2018. aasta kohtuotsus Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, punkt 40).

tubakapakendiga. Selle impulsi vastu saab võidelda nõutavate terviseohu hoiatustega. Kui tõlgendada mõistet „tarbijapakendite kujutised“ artikli 8 lõike 8 tähenduses laialt nii, et hõlmatud on ka kujutised, mida tarbija seostab tubakapakenditega, võimaldaks see kinnitada kõnealused hoiatused neile kujutistele, pärssides seega tubakatoodete ostmist ja tõhustades inimeste tervise kaitset.

63. Mis puudutab artikli 8 lõike 8 eesmärki, siis näib mulle, et selle sätte eesmärk on vältida artikli 8 lõikes 1 sätestatud reeglist kõrvalehoidmist. Artikli 8 lõikes 1 on nimelt sätestatud, et igal tubakatoote tarbijapakendil peavad olema nõutud terviseohu hoiatused. Artikli 8 lõige 3 tagab selle reegli kasuliku mõju, keelates selliste hoiatuste varjamise või poolitamise. Artikli 8 lõige 8 käsitleb muu hulgas olukorda, kus jaemüüja püüab müügikohas vältida nõutavate terviseohu hoiatuste väljapanemist, kasutades hoiatusi kandvate tarbijapakendite asemel nende pakendite kujutisi, millel hoiatusi ei ole. Nõudes, et ka tubakapakendi kujutistel oleksid hoiatused, püüab artikli 8 lõige 8 seda olukorda vältida, tagades seeläbi sarnaselt artikli 8 lõikega 3 artikli 8 lõikes 1 sätestatud reegli kasuliku mõju. Kui tõlgendada mõistet „tubakapakendi kujutised“ artikli 8 lõike 8 tähenduses laialt nii, et hõlmatud on ka kujutised, mida tarbija seostab tubakatoodete tarbijapakenditega, tagaks see artikli 8 lõike 1 täieliku toime. See on seda enam nii, kuna käesoleval juhul ei saa artikli 8 lõike 1 kasulikku mõju tagada artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keelu kohaldamisega, nagu on selgitatud käesoleva ettepaneku punktides 47–52.

64. Neljandaks on direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 kasutatud mõiste „tarbijapakendite kujutised“ käesoleva ettepaneku punktis 56 pakutud tõlgendus kooskõlas rahvusvahelise õigusega. Nimelt on WHO raamkonventsiooni artikli 13 lõikes 4 sätestatud, et „[k]onventsiooniosaline tegutseb oma põhiseaduse või põhiseaduslike printsiipide kohaselt vähemalt järgmiselt: […] b) nõuab, et tubakatoote reklaamiga ja vajaduse korral müügiedenduse ja sponsorlusega kaasneksid tervise- või muud asjakohased hoiatused või sõnumid.“ Mõiste „tubakatoote reklaam ja müügiedendus“ on WHO raamkonventsiooni artikli 1 punktis c määratletud kui „äriteade, -soovitus või -tegevus, mille eesmärk, tulemus või võimalik tulemus on tubakatoote müügi või tarbimise otsene või kaudne edendamine“. Maailma Terviseorganisatsiooni tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni artikli 13 rakendamise suuniste (edaspidi „WHO raamkonventsiooni artikli 13 rakendamise suunised“) punktis 14 on sätestatud, et „müügiautomaatide […] näol on juba nende olemasolu tõttu tegemist reklaami- või müügiedendusvahendiga konventsiooni tähenduses“.[28] Sellest tuleneb, et WHO raamkonventsiooni artikli 13 lõike 4 punkti b kohaselt on nõutav, et tubakamüügiautomaatidega kui tubakareklaami vormiga „kaasneksid“ või pigem isegi, et neile oleksid märgitud terviseohu hoiatused.[29]

65. Seega näib mulle, et mõiste „tarbijapakendite kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses peab hõlmama mitte ainult selle pakendi loomutruud kujutamist, vaid ka kujutisi, mida keskmine tarbija seostab tubakatoodete tarbijapakenditega. Nagu eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib, tuleb selleks, et teha kindlaks, kas teatavat kujutist saab seostada tarbijapakendiga, võtta arvesse selle kujunduse kontuuri, proportsioone, värve ja margilogo.

[28] Samuti tuleb viidata nende suuniste lisa neljandale punktile „Soovituslik (mitteammendav) loetelu tubakatoodete reklaami, müügiedenduse ja sponsorluse vormidest konventsiooni tähenduses“, milles viidatakse müügiautomaatidele.

[29] On tõsi, et WHO raamkonventsiooni artikli 13 rakendamise suuniste punkti 40 viimases lauses on täpsustatud, et „[s]elleks et konventsiooniosaliste poolt konventsiooni artikli 13 lõike 4 punkti b alusel nõutavad hoiatused või muud sõnumid oleksid võimalikult tõhusad, peavad need olema *kooskõlas* hoiatuste või muude sõnumitega pakendil, mida nõutakse konventsiooni artiklis 11“ (kohtujuristi kursiiv), mis tähendab, et terviseohu hoiatused, mis peavad WHO raamkonventsiooni artikli 13 lõike 4 punkti b kohaselt olema tubakamüügiautomaatidel, *ei ole identsed* terviseohu hoiatustega, mis peavad WHO raamkonventsiooni artikli 11 lõike 1 punkti b kohaselt olema tubakatoodete tarbijapakenditel ja välispakenditel. Samas nähtub WHO raamkonventsiooni artikli 13 lõike 4 punktist b ja WHO raamkonventsiooni artikli 13 rakendamise suuniste punktist 14 selgelt, et tubakamüügiautomaatidel peavad olema vähemalt *teatavad* terviseohu hoiatused.

66. Kas käesoleval juhul kujutavad asjaomase müügiautomaadi valikunuppudel kujutatud sigaretimarkide kujutised endast kujutisi, mida keskmine tarbija seostab tubakatoodete tarbijapakenditega nende kujunduse tõttu, on faktiküsimus, mille peab kindlaks tegema eelotsusetaotluse esitanud kohus.

67. Seega tuleb kolmandale eelotsuse küsimusele vastata, et tubakatoodete puhul ei hõlma mõiste „tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses mitte ainult tarbijapakendite või mis tahes välispakendite loomutruud kujutamist, vaid ka kujutisi, mida keskmine tarbija seostab tarbijapakendite või mis tahes välispakenditega nende kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja margilogo tõttu.

D. Neljas eelotsuse küsimus

68. Neljanda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas juhul, kui direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 kohaldamisalasse kuuluva sigaretipaki kujutisel ei ole nõutud terviseohu hoiatusi, on see kujutis siiski nimetatud sättega kooskõlas, kui tarbijal on võimalik neid hoiatusi näha enne, kui ta selle sigaretipaki ostab.

69. Eelotsusetaotlusest nähtub, et Oberlandesgericht München (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa) leidis, et direktiivi 2014/40 artikli 8 lõige 8 keelab kasutada ilma nõutud terviseohu hoiatusteta sigaretipakkide kujutisi üksnes juhul, kui neid kujutisi esitletakse sigaretipakkide asemel enne müügilepingu sõlmimist. Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et on kahtlusi, kas Oberlandesgericht Müncheniga (Müncheni kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa) on võimalik nõustuda.

70. JS väidab, et isegi kui kõnealuse müügiautomaadi valikunuppudel kujutatud sigaretimarkide kujutisi peetaks tarbijapakendite kujutisteks direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses, ei oleks seda sätet rikutud, kuna tarbija näeb nõutavaid terviseohu hoiatusi, kui pakend talle antakse. Lisaks näeb ta neid hoiatusi iga kord, kui ta suitsetab sigaretti.

71. Komisjon on vastupidisel seisukohal.

72. Leian, et kui direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 kohaldamisalasse kuuluva sigaretipaki kujutisel ei ole nõutud terviseohu hoiatusi, siis ei ole oluline, kas tarbijal on võimalus enne selle sigaretipaki ostmist neid hoiatusi näha või mitte.

73. Esiteks on direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 sätestatud üldreegel, mille kohaselt peavad tarbijapakendi kujutised vastama selle direktiivi II jaotise II peatüki nõuetele ning eelkõige peavad neil olema nõutud terviseohu hoiatused. Selle reegli suhtes ei kehti mingeid tingimusi ega piiranguid. Seega keelab artikli 8 lõige 8 selliste kujutiste *kasutamise*, millel ei ole nõutavaid terviseohu hoiatusi, sõltumata ostuprotsessist. Piisab sellest, et kujutised on „tarbijatele esitatava[d]“, mis on kindlasti nii selvehallides kasutatavate kujutiste puhul, nagu see on käesolevas asjas.

74. Teiseks ei saa eitada, et kuna direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 eesmärk on üksnes hoida ära kõrvalehoidmine selle direktiivi artikli 8 lõikes 1 sätestatud reeglist, mille kohaselt iga sigaretipakk peab kandma nõutavaid terviseohu hoiatusi, ei ole tegemist esimesena nimetatud sätte rikkumisega, kui tarbija saab neid hoiatusi näha enne sigaretipaki ostmist. Selline tõlgendus oleks vastuolus artikli 8 lõike 8 sõnastusega, mis jällegi ei näe ette sellist erandit selles sätestatud reeglist.

Teisisõnu ei ole artikli 8 lõike 8 eesmärk mitte ainult takistada artikli 8 lõikest 1 kõrvalehoidmist, nagu on selgitatud käesoleva ettepaneku punktis 63, vaid ka täiendada selles sättes ette nähtud reeglit.

75. Seega tuleb neljandale eelotsuse küsimusele vastata, et kui tubakatoote tarbijapakendi või mis tahes välispakendi kujutisel direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses ei ole selle direktiivi II jaotise II peatükis ette nähtud terviseohu hoiatusi, rikutakse seda sätet isegi siis, kui tarbijal on võimalus enne tubakatoote ostmist näha tarbijapakendit või välispakendit, kuhu need hoiatused on kantud.

IV. Ettepanek

76. Esitatud põhjendustest lähtudes teen Euroopa Kohtule ettepaneku vastata Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) küsimustele järgmiselt:

1. Kui tubakatoodet pakutakse müügiks müügiautomaadi kaudu, mida klient peab ise kasutama, selliselt, et kõigepealt väljastatakse toode müügilindile ja seejärel tasutakse selle eest, siis tuleb asuda seisukohale, et see toode on Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2014/40/EL tubaka- ja seonduvate toodete tootmist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks direktiiv 2001/37/EÜ artikli 2 punkti 40 tähenduses turule viidud siis, kui seda pakutakse müügiautomaadi kaudu müügiks, mitte hetkel, mil selle eest tasutakse ja müüja annab selle otsese valduse üle kliendile.

2. Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld varjata nõutud terviseohu hoiatusi „muude esemetega“ ei hõlma olukorda, kus tubakatoote kogu pakend on varjatud seetõttu, et seda toodet hoitakse müügiautomaadis nii, et see ei ole tarbijale nähtav.

3. Tubakatoodete puhul ei hõlma mõiste „tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses mitte ainult tarbijapakendite või mis tahes välispakendite loomutruud kujutamist, vaid ka kujutisi, mida keskmine tarbija seostab tarbijapakendite või mis tahes välispakenditega nende kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja margilogo tõttu.

4. Kui tubakatoote tarbijapakendi või mis tahes välispakendi kujutisel direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses ei ole selle direktiivi II jaotise II peatükis ette nähtud terviseohu hoiatusi, rikutakse seda sätet isegi siis, kui tarbijal on võimalus enne tubakatoote ostmist näha tarbijapakendit või välispakendit, kuhu need hoiatused on kantud.