Zbornik sudske prakse

MIŠLJENJE NEZAVISNOG ODVJETNIKA
EVGENIJA TANCHEVA
od 15. srpnja 2021.[1]

**Predmet C-370/20**

**Pro Rauchfrei e.V.**
**protiv**
**JS e.K.**

(zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Bundesgerichtshof (Savezni vrhovni sud, Njemačka))

„Direktiva 2014/40/EU – Zdravstveno upozorenje koje se mora nalaziti na svakom jediničnom pakiranju duhanskog proizvoda i svim vanjskim pakiranjima – Samoposlužni uređaj za prodaju duhana – Članak 2. točka 40. – Pojam ‚stavljanje na tržište' – Članak 8. stavak 3. – Zabrana ‚skrivanja' zdravstvenih upozorenja ‚drugim elementima' – Članak 8. stavak 8. – Pojam ‚slika' jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja koja su usmjerena na potrošače u Europskoj uniji"

1. Spor iz glavnog postupka odnosi se na označivanje i pakiranje duhanskih proizvoda koji se prodaju posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju. Direktivom 2014/40/EU Europskog parlamenta i Vijeća[2] propisano je da svako jedinično pakiranje duhanskog proizvoda mora sadržavati zdravstvena upozorenja koja su njome predviđena. Člankom 8. stavkom 3. te direktive pojašnjava se da ta upozorenja moraju biti u cijelosti vidljiva, što podrazumijeva da ne smiju biti skrivena određenim elementima. Pitanje pred Bundesgerichtshofom (Savezni vrhovni sud, Njemačka) jest krši li se zabrana skrivanja upozorenja ako zdravstvena upozorenja na pakiranjima cigareta nisu vidljiva kad su pakiranja pohranjena u samoposlužnom uređaju za prodaju. Da bi tome bilo tako, samoposlužni uređaj za prodaju bi trebalo smatrati elementom koji skriva upozorenja kao što su, primjerice, ovici i košuljice na koje izričito upućuje članak 8. stavak 3. te direktive, što je upitno.

2. Sud koji je uputio zahtjev također želi znati je li prekršeno pravilo predviđeno člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40, prema kojemu *slike* jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja također moraju sadržavati zdravstvena upozorenja. Naime, tipke za odabir proizvoda na samoposlužnom uređaju za prodaju o kojem je riječ u sporu iz glavnog postupka prikazuju slike različitih marki cigareta. Pitanje jest treba li te slike smatrati slikama u smislu članka 8. stavka 8. te direktive, u kojem slučaju bi i one morale sadržavati zdravstvena upozorenja, a što nije slučaj.

[1] Izvorni jezik: engleski

[2] Direktiva od 3. travnja 2014. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih i srodnih proizvoda i o stavljanju izvan snage Direktive 2001/37/EZ (SL 2014., L 127, str. 1. i ispravak SL 2017., L 123, str. 135.)

3. Stoga ovaj predmet daje Sudu priliku da donese odluku, u pogledu samoposlužnog uređaja za prodaju duhanskih proizvoda, o opsegu zahtjeva prema kojemu bi ne samo svako jedinično pakiranje duhanskog proizvoda, nego i slike tih pakiranja morale sadržavati zdravstvena upozorenja predviđena Direktivom 2014/40.

## I. Pravni okvir

### *A. Pravo Europske unije*

4. Člankom 2. Direktive 2014/40 određuje se:

„Za potrebe ove Direktive primjenjuju se sljedeće definicije:

[…]

(40) ‚stavljanje na tržište' znači učiniti proizvode, bez obzira na mjesto proizvodnje, dostupnim potrošačima u Uniji besplatno ili uz plaćanje, uključujući prodajom na daljinu; u slučaju prekograničnih prodaja na daljinu proizvod se smatra stavljenim na tržište u državi članici u kojoj se nalazi potrošač;

[…]"

5. Člankom 8. Direktive 2014/40 propisuje se:

„1. Svako jedinično pakiranje duhanskog proizvoda i sva vanjska pakiranja moraju sadržavati zdravstvena upozorenja predviđena u ovom Poglavlju na službenom jeziku ili jezicima države članice u kojoj se proizvod stavlja na tržište.

[…]

3. Države članice dužne su osigurati da zdravstvena upozorenja na jediničnim i svim vanjskim pakiranjima budu otisnuta tako da ih nije moguće ukloniti, da budu neizbrisiva i u cijelosti vidljiva te da ne budu djelomično ni u potpunosti skrivena ili prekinuta poreznim biljezima, oznakama cijene, sigurnosnim obilježjima, ovicima, košuljicama, kutijama ili drugim elementima, kada se duhanski proizvodi stave na tržište. Na jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda, osim cigareta i duhana za samostalno motanje u vrećicama, zdravstvena upozorenja mogu se pričvrstiti naljepnicama, pod uvjetom da su takve naljepnice neuklonjive. Zdravstvena upozorenja moraju ostati netaknuta otvaranjem jediničnog pakiranja, osim na pakiranjima s preklopnim poklopcem, gdje se zdravstvena se upozorenja mogu rascijepiti otvaranjem, ali samo na način koji osigurava grafičku cjelovitost i vidljivost teksta, fotografija i podataka o prestanku pušenja.

[…]

8. Slike jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja koja su usmjerena na potrošače u Uniji moraju biti usklađene s odredbama ovog poglavlja."

### *B. Njemačko pravo*

6. Člankom 11. Verordnunga über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Uredba o duhanskim i srodnim proizvodima, u daljnjem tekstu: TabakerzV), naslovljenim „Opće odredbe za označivanje duhanskih proizvoda”, propisuje se:

„(1) Sljedeći opći zahtjevi primjenjuju se na dizajn i pričvršćivanje zdravstvenih upozorenja navedenih u člancima 12. do 17. na pakiranja i na vanjska pakiranja duhanskih proizvoda: Zdravstvena upozorenja

[…]

4. ne smiju biti ni djelomično ni u potpunosti skrivena ili prekinuta prilikom stavljanja na tržište, uključujući ponudu na prodaju; u slučaju pakiranja s preklopnim poklopcem, gdje se zdravstvena upozorenja mogu rascijepiti otvaranjem, to se može učiniti samo na način koji osigurava grafičku cjelovitost i vidljivost;

[…]

(2.) Slike pakiranjâ i vanjskih pakiranja namijenjenih promidžbenim aktivnostima koje su usmjerene na potrošače u Europskoj uniji moraju ispunjavati zahtjeve iz ovog pododjeljka [3].”

## II. Činjenice u glavnom postupku i prethodna pitanja

7. JS posluje u dva supermarketa u Münchenu (Njemačka). Na blagajnama tih supermarketa nudio je od 20. svibnja 2017. na prodaju cigarete u samoposlužnom uređaju za prodaju prikazanom u nastavku (u daljnjem tekstu: predmetni samoposlužni uređaj za prodaju):

[3] „Pododjeljak” naveden u članku 11. stavku 2. TabakerzVa je njegov pododjeljak 3. koji se odnosi na pakiranje i upozorenja.




8. Kupci nisu mogli vidjeti pakiranja cigareta pohranjena u predmetnom samoposlužnom uređaju za prodaju. Iako su tipke za odabir proizvoda na samoposlužnom uređaju za prodaju prikazivale različite marke cigareta, nisu prikazivale zakonom propisana zdravstvena upozorenja.

9. Prodaja se odvijala na način da bi kupac najprije zatražio od blagajničkog osoblja da omogući rad samoposlužnog uređaja za prodaju, a potom bi pritisnuo tipku za odabir željene marke cigareta. Zatim bi se pakiranje cigareta iz uređaja za izdavanje prenosilo na pokretnu traku blagajničkog pulta. Potom bi se plaćanje pakiranja cigareta izvršilo na blagajni pod uvjetom da je kupac i dalje imao namjeru obaviti kupnju. Takva organizacija postupka prodaje posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju služila je sprečavanju krađe i sprečavanju prodaje maloljetnim osobama.

10. Neprofitna udruga Pro Rauchfrei e.V. pokrenula je postupak pred Landgerichtom München I (Zemaljski sud u Münchenu I, Njemačka), prije svega kako bi se osobi JS zabranilo pod prijetnjom sankcije da nudi na prodaju duhanske proizvode, osobito cigarete, na način da skriva zdravstvena upozorenja na jediničnim pakiranjima ili na njihovu vanjskom pakiranju, kako je opisano u točkama 8. i 9. ovog mišljenja. Podredno, Pro Rauchfrei zatražio je da se osobi JS zabrani pod prijetnjom sankcije da nudi na prodaju duhanske proizvode, osobito cigarete, na način da se umjesto jediničnih pakiranja sa zdravstvenim upozorenjima prikazuju slike jediničnih pakiranja bez takvih upozorenja, kako je opisano u istim točkama.

11. Presudom od 5. srpnja 2018. Landgericht München I (Zemaljski sud u Münchenu I) odbio je tužbu.

12. Presudom od 25. srpnja 2019. Oberlandesgericht München (Visoki zemaljski sud u Münchenu, Njemačka) odbio je žalbu koju je Pro Rauchfrei podnio protiv presude Zemaljskog suda u Münchenu I.

13. Pro Rauchfrei podnio je Bundesgerichtshofu (Savezni vrhovni sud) zahtjev za reviziju (*Revision*) presude Oberlandesgerichta München (Visoki zemaljski sud u Münchenu).

14. Savezni vrhovni sud smatra da uspjeh revizije (*Revision*) ovisi o tumačenju članka 8. stavka 3. prve rečenice i članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40. Stoga je odlučio prekinuti postupak i Sudu uputiti sljedeća prethodna pitanja:

„1. Obuhvaća li pojam ‚stavljanje na tržište' u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice [Direktive 2014/40] ponudu duhanskih proizvoda putem samoposlužnih uređaja na način da pakiranja cigareta koja se nalaze u tom uređaju imaju zakonski propisana upozorenja, ali potrošaču ta pakiranja cigareta koja su pohranjena u uređaju nisu odmah vidljiva i upozorenja koja se na tim pakiranjima nalaze postaju vidljiva tek kada kupac aktivira uređaj koji je blagajničko osoblje prethodno odblokiralo te se pakiranje cigareta time još prije postupka plaćanja prenese na pokretnu traku blagajničkog pulta?

2. Obuhvaća li zabrana sadržana u članku 8. stavku 3. prvoj rečenici Direktive [2014/40] da se upozorenja ‚skrivaju drugim elementima' slučaj da je u okviru ponude proizvoda posredstvom uređaja skriveno cijelo pakiranje duhanskog proizvoda?

3. Je li element pojma ‚slike jediničnih pakiranja' iz članka 8. stavka 8. Direktive [2014/40] ispunjen i ako na slici nije riječ o vjernom prikazu izvornog pakiranja, ali potrošač tu sliku zbog njezina dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boja i logotipa marke povezuje s pakiranjem duhanskog proizvoda?

4. Jesu li zahtjevi iz članka 8. stavka 8. Direktive [2014/40] ispunjeni neovisno o korištenom slikovnom prikazu već ako potrošač prije sklapanja ugovora o kupoprodaji ima priliku vidjeti pakiranja cigareta s propisanim upozorenjima?"

15. Pisana očitovanja podnijeli su JS i Europska komisija. Rasprava nije održana.

## III. Analiza

### *A. Prvo prethodno pitanje*

16. Svojim prvim prethodnim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita Sud obuhvaća li pojam „stavljanje na tržište" u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 ponudu pakiranjâ cigareta posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju na način da se ta pakiranja prvotno pohranjuju u samoposlužni uređaj a da ih pritom potrošač ne može vidjeti, tako da su zdravstvena upozorenja na njima vidljiva samo kad kupac rukuje samoposlužnim uređajem i kad se pakiranje prenosi na pokretnu traku blagajničkog pulta prije postupka plaćanja.

17. Kao što je to navedeno u točki 1. ovog mišljenja, svako jedinično pakiranje duhanskog proizvoda i sva vanjska pakiranja moraju, u skladu s člankom 8. stavkom 1. Direktive 2014/40, sadržavati zdravstvena upozorenja predviđena poglavljem II. glave II. te direktive (u daljnjem tekstu: potrebna zdravstvena upozorenja). Člankom 8. stavkom 3. te direktive određuje se, među ostalim, da ta upozorenja ne smiju biti ni djelomično ni u potpunosti skrivena ili prekinuta određenim elementima.

18. Primijetio sam da se obveza sadržavanja potrebnih zdravstvenih upozorenja i zabrana njihova prekidanja ili skrivanja primjenjuju samo „kada se duhanski proizvodi stav[ljaju] na tržište" u skladu s člankom 8. stavkom 3. Direktive 2014/40[4]. Pojam „stavljanje na tržište" određen je člankom 2. točkom 40. Direktive 2014/40 na sljedeći način: „učiniti proizvode, bez obzira na mjesto proizvodnje, dostupnim potrošačima u Uniji besplatno ili uz plaćanje, uključujući prodajom na daljinu […]."

19. Stoga svojim prvim prethodnim pitanjem, sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li u ovom predmetu smatrati da je pakiranje cigareta stavljeno na tržište (i) kada se nudi na prodaju posredstvom predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju, odnosno prije donošenja odluke o kupnji ili (ii) u trenutku kad je stvarna fizička kontrola nad tim pakiranjem prenesena s prodavatelja na kupca nakon postupka plaćanja.

20. Ističem da je, u skladu s odlukom kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku, Oberlandesgericht München (Visoki zemaljski sud u Münchenu) smatrao da ponuda pakiranja cigareta posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju nije obuhvaćena područjem primjene Direktive 2014/40 s obzirom na to da je ta ponuda „aranžman o prodaji" koji, u skladu s uvodnom izjavom 48. te direktive, nije predmet usklađivanja koje se provodi tom direktivom[5]. Stoga smatram da je prije analize prvog prethodnog pitanja potrebno ispitati je li Direktiva 2014/40 primjenjiva na ovaj predmet.

*1. Primjenjivost Direktive 2014/40 na ovaj predmet*

21. Za razliku od Visokog zemaljskog suda u Münchenu, čini se da je sud koji je uputio zahtjev sklon smatrati da je Direktiva 2014/40 primjenjiva. Sud koji je uputio zahtjev osobito ističe da, iako se u uvodnoj izjavi 48. Direktive 2014/40 navodi da se njome ne usklađuju propisi o „domaćem oglašavanju", uvodnom izjavom 43. i člankom 20. stavkom 5. te direktive ipak se predviđaju pravila o oglašavanju elektroničkih cigareta. Sud koji je uputio zahtjev također ističe da se, u skladu s uvodnom izjavom 60. i naslovom Direktive 2014/40, tom direktivom usklađuju pravila koja se, među ostalim, odnose na „predstavljanje" duhanskih proizvoda, što se može shvatiti kao da ona obuhvaća i okolnosti njihova predstavljanja.

22. U tom pogledu JS tvrdi (i) da se uvodna izjava 48. Direktive 2014/40 ne primjenjuje samo na elektroničke cigarete nego i na duhanske proizvode, (ii) da prodaja pakiranja cigareta posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju predstavlja aranžman o prodaji u smislu te uvodne izjave i (iii) da stoga prodaja pakiranja cigareta posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju nije obuhvaćena područjem primjene te direktive.

23. Komisija zastupa suprotno stajalište. Tvrdi da, iako su, u skladu s uvodnom izjavom 48. Direktive 2014/40, aranžmani o prodaji, kao što je prodaja duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju, u nadležnosti država članica, zdravstvena upozorenja koja se pričvršćuju na duhanske proizvode ulaze u područje primjene te direktive, kojom se ona u

[4] „[U] kojoj se proizvod stavlja na tržište" u skladu s člankom 8. stavkom 1. Direktive 2014/40.

[5] Iz odluke kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku proizlazi da je „[Visoki zemaljski sud u Münchenu] utvrdio da je držanje jediničnih pakiranja cigareta u predmetnom samoposlužnom uređaju jednostavno aranžman o prodaji. Taj je sud smatrao da iz uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 proizlazi da ciljem te direktive, odnosno usklađivanjem nacionalnih propisa, nisu obuhvaćeni aranžmani o prodaji i oglašavanje. Stoga se relevantne odredbe te direktive nisu primjenjivale na ponudu cigareta posredstvom samposlužnih uređaja, o čemu je riječ u ovom predmetu".

potpunosti usklađuju. Komisija osobito ističe da je Europska unija nadležna za usklađivanje nacionalnih pravila kojima se izbjegavaju mjere čiji je cilj funkcioniranje unutarnjeg tržišta, kao što su odredbe Direktive 2014/40 o označivanju [6].

24. Smatram da je Direktiva 2014/40 primjenjiva u ovom predmetu.

25. Prvom rečenicom uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 propisuje se da se tom direktivom „[…] ne ujednačavaju pravila o okruženjima bez duhanskog dima, *aranžmanima o prodaji na nacionalnom tržištu, domaćem oglašavanju* ili širenju robne marke proizvoda niti se njome uvodi dobna granica za elektroničke cigarete ili spremnike za ponovno punjenje” [7].

26. Smatram da se prva rečenica uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 primjenjuje samo na elektroničke cigarete i spremnike za ponovno punjenje, a ne na duhanske proizvode kao što su cigarete [8]. Naime, kao prvo, tom se rečenicom izričito upućuje na „elektroničke cigarete ili spremnike za ponovno punjenje”. Kao drugo, svim se prethodnim uvodnim izjavama, odnosno uvodnim izjavama 36. do 47., upućuje na elektroničke cigarete ili tekućinu koja sadržava nikotin [9] a da se pritom ne spominju duhanski proizvodi. Kao treće, to tumačenje potvrđuju pripremni akti Direktive 2014/40. U dokumentu koji je sastavilo predsjedništvo Vijeća Europske unije [10] navedeno je da su uvodne izjave (a) do (m) koje odgovaraju uvodnim izjavama 36. do 48. Direktive 2014/40 „uvodne izjave povezane s člankom 18.”, odnosno sadašnjim člankom 20. Direktive 2014/40, naslovljenim „Elektroničke cigarete”. Konkretno, uvodna izjava (l) gotovo je istovjetna uvodnoj izjavi 48. Direktive 2014/40.

27. Međutim, neovisno o tome primjenjuje li se prva rečenica uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 na duhanske proizvode, smatram da se tom direktivom ne usklađuju ni nacionalna pravila o prodaji duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju ni nacionalna pravila o oglašavanju tih proizvoda na samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda.

28. Kao prvo, Direktivom 2014/40 ne usklađuju se nacionalna pravila o prodaji duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju. Naime, u članku 1. Direktive 2014/40 u kojem se navodi njezin predmet ne upućuje se ni na prodaju posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju ni na aranžmane o prodaji [11]. Osim toga, procjenom učinka Direktive 2014/40 razmatrana je i odbačena zabrana ili ograničenje prodaje posredstvom samoposlužnih uređaja za

6 Komisija se poziva na presudu od 5. listopada 2000., Njemačka/Parlament i Vijeće (C-376/98, EU:C:2000:544, t. 100.).

7 Moje isticanje

8 Zbog cjelovitosti pojašnjavam da elektroničke cigarete nisu duhanski proizvodi. U skladu s člankom 2. točkom 4. Direktive 2014/40, duhanski se proizvodi „sastoje, čak i samo djelomično, od duhana”. To nije slučaj s elektroničkim cigaretama koje se, kao što je navedeno u članku 2. točki 16., koriste „za konzumaciju pare koja sadrži nikotin”. Elektroničke cigarete ne upotrebljavaju se za konzumaciju duhana u smislu članka 2. točke 1., odnosno „listov[a] i drugi[h] prirodni[h], prerađeni[h] ili neprerađeni[h] dijelov[a] biljke duhana” (vidjeti također presudu od 4. svibnja 2016., Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, t. 37. i 38.).

9 Međutim, uz izuzetak uvodnih izjava 42. i 45. Ipak, u uvodnoj izjavi 42. upotrijebljen je izraz „ovih proizvoda”, koji se može razumjeti samo kao da se odnosi na proizvode opisane u prethodnoj uvodnoj izjavi, odnosno elektroničke cigarete. Usto, upućivanje u uvodnoj izjavi 45. na „sumnj[e] na štetne učinke” za zdravlje ljudi odražava članak 20. stavak 9. koji se primjenjuje samo na elektroničke cigarete i upućivanje u istoj uvodnoj izjavi na „zaštitnu klauzulu” odgovara članku 20. stavku 11., koji se također primjenjuje samo na elektroničke cigarete.

10 Vidjeti dokument Vijeća br. 17727/13 *ANNEX* od 17. prosinca 2013. (str. 15.).

11 Osim „prekogranične prodaje duhanskih proizvoda na daljinu” iz članka 1. točke (d), koji su konkretno „prekogranični” aranžmani o prodaji, a ne „domaći” aranžmani koji pak, na temelju prve rečenice uvodne izjave 48. Direktive 2014/40, nisu obuhvaćeni područjem primjene te direktive.

prodaju[12]. U konačnici, prodaja duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju obuhvaćena je područjem primjene preporuke Vijeća 2003/54/EZ[13] koja se, u skladu s uvodnom izjavom 16. te preporuke, odnosi na oblike oglašavanja, stavljanja na tržište i promidžbe „različitih" od onih koji su predviđeni, među ostalim, Direktivom 2001/37/EZ Europskog parlamenta i Vijeća[14] (koja je sada stavljena izvan snage i zamijenjena Direktivom 2014/40). U tom pogledu treba uputiti na stavak 1. točku (c) Preporuke 2003/54, kojom se državama članicama preporučuje da „ograniče pristup samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda na mjesta dostupna osobama starijima od dobi za kupnju duhanskih proizvoda koja je određena nacionalnim pravom" ili, ako takva dobna granica ne postoji, „na drugi način urede pristup proizvodima koji se prodaju posredstvom takvih samoposlužnih uređaja".

29. Kao drugo, Direktivom 2014/40 ne usklađuju se nacionalna pravila o oglašavanju duhanskih proizvoda na samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda. Naime, u članku 1. Direktive 2014/40, u kojem se navodi predmet te direktive, ne upućuje se ni na oglašavanje na samoposlužnim uređajima za prodaju ni na bilo kakvo oglašavanje duhanskih proizvoda, bez obzira na sredstvo. Osim toga, oglašavanje duhanskih proizvoda na samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda ulazi u područje primjene Preporuke 2003/54 koja se, kao što je objašnjeno u točki 28. ovog mišljenja, odnosi na oblike oglašavanja, stavljanja na tržište i promidžbene prakse koji nisu obuhvaćeni Direktivom 2014/40. U tom pogledu treba uputiti na stavak 2. točku (d) Preporuke 2003/54 u kojem se državama članicama preporučuje da „zabrane, u skladu s nacionalnim ustavima i ustavnim načelima" „uporabu […] unutarnjih i vanjskih tehnika oglašavanja (kao što su oglašavanje na samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda)"[15].

30. S obzirom na navedeno, iako se Direktivom 2014/40 ne usklađuju nacionalna pravila o prodaji duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju ili o oglašavanju na tim uređajima, iz toga ipak ne proizlazi da ta direktiva nije primjenjiva u ovom predmetu.

31. Kao prvo, pitanje upućeno Sudu nije mogu li se duhanski proizvodi prodavati posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju (ili može li prodaja duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju ograničiti na osobe iznad zakonske dobi za kupnju tih proizvoda). Pitanje jest mogu li se, *u slučaju gdje je nacionalnim propisom omogućena prodaja duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju, kao što se čini da je to slučaj u Njemačkoj*, s jedne strane, tim uređajem u potpunosti sakriti potrebna zdravstvena upozorenja na duhanskim proizvodima koji se u njemu nalaze i, s druge strane, prikazivati slike tih proizvoda na tipkama za odabir tog uređaja a da ne sadržavaju potrebna zdravstvena

[12] Procjena učinka od 19. prosinca 2012. priložena Prijedlogu direktive Europskog parlamenta i Vijeća o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih i srodnih proizvoda [SWD (2012) 452*final*] (u daljnjem tekstu: procjena učinka Direktive 2014/40). U skladu s odjeljkom 4.1. dijela 1. procjene učinka koji se odnosi na Direktivu 2014/40, „usklađivanje zakonodavstva država članica o samoposlužnim uređajima za prodaju duhanskih proizvoda (TVM) odbačeno je u okviru procjene učinka i javne konzultacije. To područje politike odbačeno je s obzirom na dvojbe u pogledu supsidijarnosti i uzimajući u obzir već dobar napredak u tom području" (str. 50.). Vidjeti također studiju koju je proveo RAND Europe, naslovljenu „Procjena učinaka izmjene Direktive o duhanskim proizvodima" iz rujna 2010. (u daljnjem tekstu: Studija RAND). U skladu sa Studijom RAND, od pet mogućnosti koje je predvidjela Komisija, tri su sadržavale mjere u pogledu samoposlužnih uređaja za prodaju duhanskih proizvoda: trećom mogućnošću obuhvaćene su mjere za „onemogućavanje pristupa samoposlužnim uređajima za prodaju maloljetnim osobama", dok je četvrtom i petom mogućnošću predviđena potpuna „zabrana samoposlužnih uređaja za prodaju" (vidjeti str. 189., 219., 227. i 235.). Studija RAND dostupna je na internetskoj stranici Europske komisije.

[13] Preporuka od 2. prosinca 2002. o sprečavanju pušenja i inicijativama za poboljšanje kontrole duhana (SL 2003., L 22, str. 31.)

[14] Direktiva od 5. lipnja 2001. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih proizvoda (SL 2001., L 194, str. 26.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 12., str. 49.). Direktiva 2001/37 navedena je u uvodnoj izjavi 9. Preporuke 2003/54.

[15] Također treba uputiti na uvodnu izjavu 14. Preporuke 2003/54 prema kojoj automati za prodaju „ne bi trebali sadržavati elemente oglašavanja osim onih koji su krajnje nužni za označavanje proizvoda koji se prodaju".

upozorenja. To pitanje ulazi u područje primjene Direktive 2014/40 s obzirom na to da je jedan od njezinih ciljeva, u skladu s člankom 1. točkom (b) te direktive, usklađivanje nacionalnih pravila koja se odnose na „određen[e] aspekt[e] označivanja i pakiranja duhanskih proizvoda uključujući zdravstven[a] upozorenja". To ne upućuje na to da je usklađivanje odgovarajućih „aspekata" označivanja i pakiranja duhanskih proizvoda ograničeno njihovom prodajom određenim sredstvima.

32. Kao drugo, pitanje upućeno Sudu nije je li dopušteno oglašavanje duhana. Konkretno, nije riječ o tome može li se samoposlužnim uređajima za prodaju oglašavati duhan. Pitanje jest moraju li, *u slučaju gdje je dozvoljeno oglašavanje duhana na samoposlužnim uređajima za prodaju, kao što je to slučaj u Njemačkoj*, slike marki cigareta prikazane na tipkama za odabir samoposlužnog uređaja za prodaju biti popraćene potrebnim zdravstvenim upozorenjima. To pitanje ulazi u područje primjene Direktive 2014/40 s obzirom na to da je jedan od njezinih ciljeva, u skladu s člankom 1. točkom (b) te direktive, usklađivanje nacionalnih pravila o zdravstvenim upozorenjima na jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda i, u skladu s njezinim člankom 8. stavkom 8., na slikama tih jediničnih pakiranja.

33. Iz toga zaključujem da je, suprotno onomu što tvrdi JS, Direktiva 2014/40 doista primjenjiva na ovaj predmet.

*2. Predstavlja li ponuda duhanskih proizvoda posredstvom predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju stavljanje na tržište?*

34. Kao što je to navedeno u točki 19. ovog mišljenja, sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li u ovom predmetu smatrati da je pakiranje cigareta stavljeno na tržište kad je ponuđeno na prodaju posredstvom predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju ili u trenutku kad je stvarna fizička kontrola nad tim pakiranjem prenesena s prodavatelja na kupca nakon postupka plaćanja.

35. JS tvrdi da, neovisno o tome primjenjuje li se Direktiva 2014/40 u ovom predmetu, pohranjivanje duhanskih proizvoda u predmetnom samoposlužnom uređaju za prodaju ne može predstavljati stavljanje na tržište.

36. Komisija tvrdi da to pitanje nije potrebno razmotriti s obzirom na njezinu ocjenu trećeg i četvrtog prethodnog pitanja. Međutim, Komisija tvrdi da bi, u slučaju da se Sud ne složi s tumačenjem članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 koje je predložila Komisija, trebalo utvrditi da je pakiranje cigareta doista bilo stavljeno na tržište u trenutku njegova prijenosa na pokretnu traku blagajničkog pulta. Na sudu koji je uputio zahtjev je da odluči je li to pakiranje stavljeno na tržište u ranijoj fazi.

37. Smatram da se pakiranje cigareta stavlja na tržište u trenutku kada je ponuđeno na prodaju posredstvom predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju.

38. Člankom 2. točkom 40. Direktive 2014/40 propisana je široka definicija pojma „stavljanje na tržište" duhanskih proizvoda. Kako bi se smatralo da je proizvod stavljen na tržište, dovoljno je da ga se stavi na raspolaganje potrošačima u Uniji (pritom je isključena prodaja na veliko).

39. Konkretno, budući da u članku 2. točki 40. Direktive 2014/40 ne postoji nikakva rezerva u pogledu sredstava stavljanja proizvoda na raspolaganje potrošačima, treba smatrati da su ta sredstva irelevantna. Stoga, ako je duhanski proizvod dostupan potrošačima posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju, on je stavljen na tržište u smislu te odredbe. U tom pogledu

nije važno to što Europski parlament nije slijedio prijedlog Odbora za pravna pitanja da izmijeni članak 2. točku 40. u smislu da „stavljanje na tržište" znači „stavljanje proizvoda na raspolaganje potrošačima koji se nalaze u Uniji besplatno ili uz plaćanje, uključujući prodaju na daljinu *ili uporabu samoposlužnih uređaja za prodaju* […]"[16]. Naime, jedan od razloga zbog kojeg taj prijedlog nije prihvaćen mogao bi biti taj da je shvaćen na način da podrazumijeva da je prodaja duhanskih proizvoda posredstvom samoposlužnih uređaja za prodaju dopuštena iako, kao što je to objašnjeno u točki 28. ovog mišljenja, to pitanje ne ulazi u područje primjene Direktive 2014/40.

40. Usto, u skladu s člankom 2. točkom 40. Direktive 2014/40, smatra se da je proizvod stavljen na tržište kad je dostupan potrošačima, „besplatno ili uz plaćanje". Stoga se duhanski proizvodi koji su dostupni potrošačima besplatno stavljaju na tržište u smislu te odredbe (očito, samo ako je besplatna distribucija duhanskih proizvoda dopuštena, što je moguće samo izvan okvira sponzorstva događaja ili aktivnosti koje imaju prekogranične učinke i imaju izravan ili neizravan učinak promidžbe takvih proizvoda)[17]. Drugim riječima, nije potrebno da su duhanski proizvodi dostupni za prodaju. Dovoljno je da su dostupni za konzumaciju. Iz toga slijedi da se za duhanske proizvode, kada su dostupni za prodaju, mora smatrati da su stavljeni na tržište prije nego što su kupljeni i prije nego što su plaćeni.

41. U ovom predmetu iz točaka 39. i 40. ovog mišljenja proizlazi da se pakiranje cigareta stavlja na tržište čim se ponudi na prodaju posredstvom predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju, a ne kad je to pakiranje plaćeno i kad je stvarna fizička kontrola nad tim pakiranjem prenesena s prodavatelja na kupca.

42. Stoga na prvo prethodno pitanje treba odgovoriti na način da, kad je duhanski proizvod ponuđen na prodaju posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju kojim mora rukovati kupac kako bi se proizvod prenio na pokretnu traku blagajničkog pulta prije plaćanja, mora se smatrati da je taj proizvod stavljen na tržište u smislu članka 2. točke 40. Direktive 2014/40 u trenutku kada je ponuđen na prodaju posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju, a ne u trenutku kada je plaćen i kada je stvarna fizička kontrola nad tim proizvodom prenesena s prodavatelja na kupca.

### *B. Drugo prethodno pitanje*

43. Svojim drugim prethodnim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita Sud obuhvaća li zabrana skrivanja potrebnih zdravstvenih upozorenja „drugim elementima" propisana člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 situaciju u kojoj je čitavo pakiranje koje sadržava ta upozorenja skriveno jer pakiranje cigareta nije vidljivo kad se nalazi unutar samoposlužnog uređaja za prodaju.

[16] Vidjeti mišljenje Odbora za pravna pitanja od 25. lipnja 2013. u izvješću Europskog parlamenta i Vijeća o Prijedlogu direktive Europskog parlamenta i Vijeća o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih i srodnih proizvoda od 24. srpnja 2013. (amandman 22, str. 273.).

[17] U skladu s člankom 5. stavkom 2. Direktive 2003/33/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 26. svibnja 2003. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o oglašavanju i sponzorstvu duhanskih proizvoda (SL 2003., L 152, str. 16.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 17., str. 79.)

44. Člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 doista se zabranjuje da zdravstvena upozorenja na jediničnim pakiranjima i svim vanjskim pakiranjima duhanskih proizvoda budu „djelomično ili u potpunosti skrivena ili prekinuta poreznim biljezima, oznakama cijene, sigurnosnim obilježjima, ovicima, košuljicama, kutijama *ili drugim elementima*”[18], kada se duhanski proizvodi stavljaju na tržište.

45. U tom pogledu JS ističe da, kad su potrebna zdravstvena upozorenja koja mora sadržavati jedinično pakiranje skrivena zbog toga što to pakiranje nije vidljivo kad se nalazi unutar samoposlužnog uređaja za prodaju, ne postoji povreda članka 8. stavka 3. Direktive 2014/40. Samoposlužni uređaj za prodaju nije „element” kojim se skrivaju potrebna zdravstvena upozorenja u smislu te odredbe. Takvi „elementi” mogu biti samo one stavke koje ugrožavaju cjelovitost potrebnih zdravstvenih upozorenja, a ne stavke koje se upotrebljavaju za prodaju duhanskih proizvoda.

46. Komisija tvrdi da nije potrebno ispitati drugo prethodno pitanje s obzirom na njezinu ocjenu trećeg i četvrtog prethodnog pitanja. Međutim, Komisija tvrdi da bi, u slučaju da se Sud ne složi s tumačenjem članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 koje je predložila, trebalo utvrditi da se predmetni samoposlužni uređaj za prodaju ne može smatrati „elementom” koji skriva potrebna zdravstvena upozorenja u smislu članka 8. stavka 3. te direktive. Komisija smatra da nema razloga široko tumačiti tu odredbu na način da postoji povreda članka 8. stavka 3. samo zbog činjenice da duhanski proizvodi koji se prodaju u maloprodajnim trgovinama nisu izloženi u tim trgovinama. Učinkovitost potrebnih zdravstvenih upozorenja može se osigurati drugim sredstvima, kao što je osiguranje usklađenosti tipki za odabir proizvoda s člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40.

47. Smatram da zabrana skrivanja potrebnih zdravstvenih upozorenja „drugim elementima” predviđena člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 ne obuhvaća slučaj u kojem je čitavo pakiranje duhanskih proizvoda skriveno kada se ti proizvodi nalaze u samoposlužnom uređaju za prodaju.

48. Kao prvo, člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 propisano je da *potrebna zdravstvena upozorenja* na jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda i svim vanjskim pakiranjima ne smiju biti ni djelomično ni u potpunosti skrivena. U njoj se ne navodi da *jedinična pakiranja* koja sadržavaju ta upozorenja ne smiju biti prikrivena u maloprodajnim trgovinama (kako bi se osigurala potpuna vidljivost upozorenjâ)[19].

49. Kao drugo, člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40, u dijelu u kojem se navodi da potrebna zdravstvena upozorenja moraju biti „otisnuta tako da ih nije moguće ukloniti”, „neizbrisiva”, i da ne smiju biti „djelomično” „skrivena ili prekinuta”, nastoji se osigurati da cjelovitost potrebnih zdravstvenih upozorenja ne bude ugrožena. Pohranjivanje jediničnih pakiranja s upozorenjima unutar samoposlužnog uređaja za prodaju nema nikakav utjecaj na cjelovitost upozorenjâ.

50. Kao treće, članak 8. stavak 3. prva rečenica Direktive 2014/40 ne sadržava samo zabranu skrivanja potrebnih zdravstvenih upozorenja. Naprotiv, njome se pojašnjava da ta upozorenja ne smiju biti skrivena određenim elementima, odnosno „poreznim biljezima, oznakama cijene,

[18] Moje isticanje

[19] U stvarnosti, suprotan pristup, odnosno uvođenje ograničenja ili potpune zabrane izlaganja duhanskih proizvoda na prodajnim mjestima, bio je predviđen (i odbačen) u pripremnim aktima Direktive 2014/40. Vidjeti u tom pogledu odjeljak 4.1. dijela 1. procjene učinka Direktive 2014/40 (na str. 50.) i studiju RAND (na stranicama 227. i 233.).

sigurnosnim obilježjima, ovicima, košuljicama, kutijama *ili drugim elementima*"[20]. Očito je da samoposlužni uređaj za prodaju nije tek jednostavna „kutija", a ponajmanje ovitak ili košuljica. Prema mojem se mišljenju ne može smatrati ni da ulazi u područje primjene zabrane predviđene člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 zbog upućivanja na „druge elemente" koji skrivaju potrebno zdravstveno upozorenje. Naime, činjenica da se tom odredbom ne određuju ti „drugi elementi" ne znači da je *svako* skrivanje tih upozorenja obuhvaćeno zabranom. Naprotiv, elementi koji su navedeni kao primjeri upućuju na to da „drugi elementi" moraju biti ili pričvršćeni na pakiranje dotičnog duhanskog proizvoda (kao što su porezni biljezi, oznake cijene ili sigurnosna obilježja) ili moraju sami po sebi biti to pakiranje (ili njegovi elementi), uključujući „vanjsko pakiranje" na način kako je to određeno člankom 2. točkom 29. Direktive 2014/40 (kao što su ovici, košuljice ili kutije). To nije slučaj sa samoposlužnim uređajem za prodaju, koji se ne može smatrati pakiranjem jer njegova svrha (za razliku od ovitaka, košuljica ili kutija) nije da se u njemu nalazi ili čak pohranjuje jedno ili više jediničnih pakiranja duhanskih proizvoda, nego da se posredstvom njega ti proizvodi ponude na prodaju.

51. Kao četvrto, tumačenje članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 predloženo u točki 47. ovog mišljenja u skladu je s međunarodnim pravom. Navodim da su Europska unija i njezine države članice stranke Okvirne konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom, potpisane u Ženevi 21. svibnja 2003. (u daljnjem tekstu: FCTC), čije su odredbe za njih obvezujuće[21]. Člankom 11. stavkom 1. FCTC-a propisuje se da stranke te konvencije „prihvaća[ju] i provod[e] […] učinkovite mjere kojima se osigurava: […] (b) da svaka pojedinačna kutija ili pakiranje duhanskih proizvoda i bilo koje vanjsko pakiranje i označavanje na takvim proizvodima, također, sadrži zdravstvena upozorenja koja opisuju štetne utjecaje uporabe duhana […]". Također napominjem da su stranke FCTC-a donijele niz smjernica za provedbu te konvencije, koje, iako nemaju obvezujuću snagu, ipak imaju za cilj izvršavati odlučujući utjecaj na sadržaj pravila koja je Europska unija usvojila u području o kojem je riječ[22]. Točkom 10. Smjernica za provedbu članka 11. Okvirne konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom (u daljnjem tekstu: Smjernice za provedbu članka 11. FCTC-a) propisuje se da bi „[s]tranke trebale osigurati da se zdravstvena upozorenja […] ne ometaju drugim traženim oznakama na pakiranjima i označivanjima ili promidžbenim umecima ili natpisima" ili „drugim obilježjima, kao što su porezni biljezi i obilježja u skladu sa zahtjevima iz članka 15. Konvencije". Stoga, u skladu s točkom 10. Smjernica za provedbu članka 11. FCTC-a jedini elementi kojima se ne bi trebala sprečavati zdravstvena upozorenja su (i) „druga potrebna pakiranja i obilježja označivanja"[23], uključujući obilježja iz članka 15. FCTC-a[24] i (ii) „promidžbeni umeci ili natpisi"[25]. Jasno je da samoposlužni uređaj za prodaju ne pripada nijednoj od tih skupina. Slično tome, u točki 54. navedenih smjernica navodi se da bi „stranke trebale osigurati da samoljepljive oznake, naljepnice, kutije, omoti, ovici i promidžbeni umeci i natpisi proizvođača duhana ne prikrivaju, ne brišu niti narušavaju zdravstvena upozorenja". Ponavljam, nijedan od tih pojmova ne može se upotrebljavati u svrhu upućivanja na samoposlužni uređaj za prodaju. Svi elementi koji, u skladu s

[20] Moje isticanje

[21] Vidjeti uvodnu izjavu 7. Direktive 2014/40. Vidjeti također članak 1. te direktive kojim se propisuje da se direktivom nastoje „zadovolji[ti] *obveze* Unije prema [FCTC-u]" (moje isticanje).

[22] Presuda od 4. svibnja 2016., Poljska/Parlament i Vijeće (C-358/14, EU:C:2016:323, t. 47.)

[23] Odnosno „informacije o relevantnim sastavnim dijelovima i emisijama duhanskih proizvoda" koje moraju sadržavati svako jedinično pakiranje i sva vanjska pakiranja duhanskih proizvoda (vidjeti članak 11. stavak 2. FCTC-a).

[24] Oznake potrebne u skladu s člankom 15. FCTC-a imaju za cilj ukloniti nezakonitu trgovinu duhanskim proizvodima. Njihovi ekvivalenti u Direktivi 2014/40 su jedinstvena identifikacijska i sigurnosna obilježja predviđena njezinim člancima 15. i 16.

[25] Pojašnjavam da se točkom 6. Smjernica za provedbu članka 11. FCTC-a određuje pojam „natpis" kao „svaka komunikacija pričvršćena na vanjski dio pojedinačnog pakiranja i/ili šteke koju potrošač kupuje u maloprodaji […]".

točkama 10. i 54. Smjernica za provedbu članka 11. FCTC-a ne bi smjeli ugrožavati zdravstvena upozorenja, jesu elementi koji se mogu staviti ili pričvrstiti na unutarnji ili na vanjski dio tog pakiranja.

52. Stoga na drugo prethodno pitanje treba odgovoriti na način da se zabrana skrivanja potrebnog zdravstvenog upozorenja „drugim elementima" propisana člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 ne odnosi na slučaj u kojem je čitavo pakiranje duhanskog proizvoda skriveno jer je taj proizvod pohranjen u samoposlužnom uređaju za prodaju na način da ga potrošač ne vidi.

### *C. Treće prethodno pitanje*

53. Svojim trećim prethodnim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita Sud predstavlja li slika koja nije vjeran prikaz originalnog pakiranja, nego ona koju potrošač povezuje s pakiranjem cigareta zbog njezina dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boje i logotipa marke, „[s]lik[u] jediničn[og] pakiranja" u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40.

54. JS smatra da na treće prethodno pitanje treba odgovoriti niječno. Smatra da pitanje mogu li se slike marki cigareta prikazane na tipkama za odabir predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju smatrati slikama jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne ulazi u područje primjene te direktive s obzirom na to da se u skladu s njezinom uvodnom izjavom 48. njome ne usklađuju nacionalni propisi o domaćem oglašavanju. U svakom slučaju, te slike marki cigareta ne predstavljaju slike pakiranja cigareta u smislu navedenog članka 8. stavka 8. One su prije dio postupka prodaje jer omogućuju potrošačima da izaberu marku cigareta koje žele kupiti.

55. Suprotno tomu, Komisija smatra da na treće prethodno pitanje treba odgovoriti potvrdno. Ona smatra da pojam slika jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 treba tumačiti široko na način da obuhvaća svako predstavljanje pakiranja cigareta. To proizlazi iz uporabe engleskog i francuskog izraza „image" s obzirom na zahtjev da, kao i kod označivanja hrane, potrošač mora raspolagati informacijama potrebnima za odabir uz potpuno poznavanje činjenica i da ga treba zaštititi od zavaravajućih tvrdnji, iz cilja osiguravanja visoke razine zaštite zdravlja ljudi u skladu s člankom 168. stavkom 1. UFEU-a i iz činjenice da bi u suprotnom slučaju potrošaču potrebna zdravstvena upozorenja bila vidljiva tek nakon što se pakiranje cigareta prenese na pokretnu traku blagajničkog pulta.

56. Smatram da slike marki cigareta koje ne predstavljaju vjeran prikaz jediničnog pakiranja, nego one koje prosječni potrošač povezuje s pakiranjem duhanskog proizvoda zbog njihova dizajna, treba smatrati slikama jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40.

57. Kao što je to navedeno u točki 2. ovog mišljenja, člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 određuje se da „[s]like jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja koja su usmjerena na potrošače" moraju biti usklađene s odredbama poglavlja II. glave II. te direktive, odnosno da, konkretno, moraju sadržavati potrebna zdravstvena upozorenja. Međutim, pojam slike jediničnog pakiranja ili vanjskog pakiranja nije određen člankom 8. stavkom 8. ili bilo kojim drugim odredbama direktive.

58. U skladu s ustaljenom sudskom praksom, značenje i doseg pojmova za koje pravo Unije ne daje nikakvu definiciju treba provesti u skladu s njihovim uobičajenim smislom u jeziku koji se u danom trenutku koristi, uzimajući u obzir kontekst u kojem se oni koriste i ciljeve postavljene

propisom kojeg su dio [26].

59. Kao prvo, pojam „slika” u svojem uobičajenom značenju ne obuhvaća samo predstavljanje ili pojavu neke osobe ili stvari već i reprodukciju ili imitaciju oblika osobe ili stvari. To upućuje na zaključak da pojam slike u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 obuhvaća, među ostalim, vjerne prikaze jediničnih pakiranja ili vanjskih pakiranja duhanskih proizvoda i, osobito, da taj pojam nije ograničen na fotografije. To nije slučaj samo s engleskim izrazom „image”, nego i s francuskim izrazom „image”, talijanskim izrazom „illustrazione” i njemačkim izrazom „Bild”, koji se upotrebljavaju u tim jezičnim verzijama navedenog članka 8. stavka 8.

60. Kao drugo, u članku 10. stavku 1. točki (a) Direktive 2014/40, kojim se propisuje da svako jedinično pakiranje i sva vanjska pakiranja duhanskih proizvoda za pušenje moraju sadržavati kombinirana zdravstvena upozorenja, ta se upozorenja opisuju kao ona koja sadržavaju tekstualno upozorenje i „odgovarajuću fotografiju u boji”. U članku 2. točki 33. te direktive kojom se određuje kombinirano zdravstveno upozorenje, upotrebljava se izraz „fotografija ili ilustracija”. Stoga, kada se upućuje na fotografiju, u članku 2. točki 33. i članku 10. stavku 1. točki (a) ne upotrebljava se izraz „slika”, koji se upotrebljava u članku 8. stavku 8., nego drugi izraz („fotografija” ili „ilustracija”). To upućuje na to da pojam „slika” u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 nije ograničen na fotografije jediničnih pakiranja. Isto vrijedi i za verziju na francuskom jeziku članka 2. točke 33. i članka 10. stavka 1. točke (a) u kojima se upotrebljavaju izrazi „photo ou […] illustration” i „photographie” a ne izraz „image” koji se upotrebljava u članku 8. stavku 8., za verziju na njemačkom jeziku članka 2. točke 33. i članka 10. stavka 1. točke (a) u kojima se upotrebljavaju izrazi „Fotografie oder Illustration” i „Farbfotografie” a ne izraz „Bild” koji se upotrebljava u članku 8. stavku 8. To je u određenoj mjeri manje točno za talijansku verziju članka 2. točke 33. i članka 10. stavka 1. točke (a) u kojima se upotrebljavaju izrazi „fotografia o […] illustrazione” i „fotografia”, dok se u članku 8. stavku 8. upotrebljava izraz „illustrazione”. Međutim, ukupno gledajući, čini se da te različite jezične verzije članka 2. točke 33. i članka 10. stavka 1. točke (a) upotrebljavaju drukčiji izraz (ili izraze) kada upućuju na stvarnu fotografiju.

61. Kao treće, smatram da je široko tumačenje pojma slikâ jediničnih pakiranja ili svih vanjskih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 na način da se ne odnosi samo na vjeran prikaz jediničnih pakiranja nego i na slike koje potrošači povezuju s pakiranjem duhanskih proizvoda u skladu s ciljevima te direktive i, konkretnije, s ciljem članka 8. te direktive.

62. U skladu s ustaljenom sudskom praksom, Direktivom 2014/40 nastoji se ostvariti dvostruki cilj, odnosno olakšati neometano funkcioniranje unutarnjeg tržišta za duhanske i srodne proizvode, uzimajući kao polazište visoku razinu zaštite ljudskog zdravlja, pogotovo za mlade ljude [27]. Kao što je to primijetio sud koji je uputio zahtjev, slika koju potrošač povezuje s pakiranjem duhanskog proizvoda može izazvati poriv za kupnju slično kao i vjerni prikaz. Taj se poriv može suzbiti potrebnim zdravstvenim upozorenjima. Stoga bi široko tumačenje pojma slikâ jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. na način da se odnosi i na slike koje potrošač povezuje s pakiranjem duhanskih proizvoda omogućilo pričvršćivanje tih upozorenja na te slike te stoga odvraćanje od kupnje duhanskih proizvoda i poboljšanje zaštite zdravlja ljudi.

[26] Presuda od 22. travnja 2021., Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, t. 22.)

[27] Presude od 4. svibnja 2016., Poljska/Parlament i Vijeće (C-358/14, EU:C:2016:323, t. 80.), od 4. svibnja 2016., Philip Morris Brands i dr. (C-547/14, EU:C:2016:325, t. 171. i 220.), od 17. listopada 2018., Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, t. 23.), od 30. siječnja 2019., Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, t. 38.) i od 22. studenoga 2018., Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, t. 40.)

63. Što se tiče cilja članka 8. stavka 8., smatram da je cilj te odredbe spriječiti izbjegavanje pravila navedenog u članku 8. stavku 1. Naime, člankom 8. stavkom 1. određuje se da svako jedinično pakiranje duhanskog proizvoda mora sadržavati potrebna zdravstvena upozorenja. Člankom 8. stavkom 3. osigurava se koristan učinak tog pravila zabranom skrivanja ili prekidanja tih upozorenja. Članak 8. stavak 8. se, među ostalim, odnosi na situaciju u kojoj trgovac na malo nastoji izbjeći svako izlaganje potrebnih zdravstvenih upozorenja na prodajnom mjestu izlaganjem slika pakiranja koje ne sadržavaju upozorenja umjesto jediničnih pakiranja koja sadržavaju ta upozorenja. Zahtjevom iz članka 8. stavka 8. da slike pakiranja duhanskih proizvoda također sadržavaju upozorenja nastoji se spriječiti ta situacija, čime se, na sličan način kao i člankom 8. stavkom 3., osigurava koristan učinak pravila iz članka 8. stavka 1. Širokim tumačenjem pojma slikâ pakiranja duhanskih proizvoda u smislu članka 8. stavka 8. na način da obuhvaća slike koje potrošač povezuje s jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda omogućila bi se potpuna učinkovitost članka 8. stavka 1. To je tako tim više što se u ovom predmetu koristan učinak članka 8. stavka 1. ne može osigurati primjenom zabrane iz članka 8. stavka 3. prve rečenice, kao što je to objašnjeno u točkama 47. do 52. ovog mišljenja.

64. Kao četvrto, tumačenje pojma slikâ jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 predloženo u točki 56. ovog mišljenja u skladu je s međunarodnim pravom. Naime, člankom 13. stavkom 4. FCTC-a propisuje se da „[k]ao minimum, a sukladno ustavu ili ustavnim načelima, svaka stranka treba: […] (b) zahtijevati da upozorenja o štetnosti po zdravlje kao i ostala odgovarajuća upozorenja i poruke prate oglašavanje, promidžbu i sponzoriranje”. Pojam „oglašavanje i promidžba duhanskih proizvoda i duhana” određen je člankom 1. točkom (c) FCTC-a kao „bilo koji oblik komercijalne objave, preporuke ili djelovanja s ciljem, učinkom ili mogućim učinkom izravnog ili neizravnog promicanja uporabe duhanskog proizvoda ili duhana”. U skladu s točkom 14. Smjernica za provedbu članka 13. Okvirne konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom (u daljnjem tekstu: Smjernice za provedbu članka 13. FCTC-a), „samoposlužni uređaji za prodaju […] samom svojom prisutnošću, predstavljaju sredstva oglašavanja ili promidžbe u smislu Konvencije”[28]. Iz toga proizlazi da u skladu s člankom 13. stavkom 4. točkom (b) FCTC-a samoposlužni uređaji za prodaju duhana, kao dio oglašavanja duhana, moraju biti „pra[ćeni]” ili, pak, sadržavati zdravstvena upozorenja[29].

65. Stoga mi se čini da pojam slikâ jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne obuhvaća samo vjerne prikaze tog pakiranja, nego i slike koje prosječni potrošač povezuje s jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda. Kao što je to istaknuo sud koji je uputio zahtjev, kako bi se utvrdilo može li se određena slika povezati s jediničnim pakiranjima, treba uzeti u obzir njezin dizajn u pogledu obrisa, proporcija, boje i logotipa marke.

66. Pitanje predstavljaju li u ovom predmetu slike marki cigareta prikazane na tipkama za odabir predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju slike koje prosječni potrošač povezuje s jediničnim pakiranjima duhanskih proizvoda zbog njihova dizajna jest činjenično pitanje koje treba ocijeniti sud koji je uputio zahtjev.

[28] Također treba uputiti na četvrtu točku Dodatka navedenim smjernicama, naslovljenu „Okvirni (nesveobuhvatni) popis oblika oglašavanja duhana, promidžbe i sponzorstva u smislu izraza iz Konvencije”, kojom se upućuje na „samoposlužne uređaje za prodaju duhanskih proizvoda”.

[29] Točno je da se u posljednjoj rečenici točke 40. Smjernica za provedbu članka 13. FCTC-a navodi da „[k]ako bi se povećala njihova učinkovitost, upozorenja ili druge poruke koje su obvezne za stranke na temelju članka 13. stavka 4. točke (b) Konvencije trebale bi biti *u skladu s* upozorenjima ili drugim porukama na pakiranjima u skladu sa zahtjevima iz članka 11. Konvencije” (moje isticanje), što podrazumijeva da zdravstvena upozorenja koja, u skladu s člankom 13. stavkom 4. točkom (b) FCTC-a moraju sadržavati samoposlužni uređaji za prodaju duhana nisu jednaka zdravstvenim upozorenjima koja, u skladu s člankom 11. stavkom 1. točkom (b) FCTC-a moraju sadržavati jedinična pakiranja i pakiranja duhanskih proizvoda. Međutim, iz članka 13. stavka 4. točke (b) FCTC-a i točke 14. Smjernica za provedbu članka 13. FCTC-a proizlazi da samoposlužni uređaji za prodaju duhana moraju sadržavati barem *neku vrstu* zdravstvenih upozorenja.

67. Stoga na treće prethodno pitanje treba odgovoriti na način da se pojam „slike jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja" duhanskih proizvoda u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40, ne odnosi samo na slike koje su vjeran prikaz jediničnih pakiranja ili svih vanjskih pakiranja, nego i na slike koje prosječni potrošač povezuje s jediničnim pakiranjima ili svim vanjskim pakiranjima zbog njihova dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boje ili logotipa marke.

## *D. Četvrto prethodno pitanje*

68. Svojim četvrtim prethodnim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita Sud je li, kad slika pakiranja cigareta koja ulazi u područje primjene članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne sadržava potrebna zdravstvena upozorenja, ta slika ipak u skladu s tom odredbom ako potrošač može vidjeti ta upozorenja prije nego što kupi pakiranje.

69. Iz odluke kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku proizlazi da je Oberlandesgericht München (Visoki zemaljski sud u Münchenu) utvrdio da se člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 zabranjuje uporaba slikâ pakiranja cigareta koje ne sadržavaju potrebna zdravstvena upozorenja samo ako se te slike prikazuju umjesto pakiranja prije sklapanja ugovora o prodaji. Sud koji je uputio zahtjev smatra da postoje sumnje u pogledu mogućnosti da se složi s Oberlandesgerichtom München (Visoki zemaljski sud u Münchenu).

70. JS tvrdi da, čak i kad bi se slike marki cigareta prikazane na tipkama za odabir predmetnog samoposlužnog uređaja za prodaju smatrale slikama jediničnih pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40, ne bi postojala povreda te odredbe s obzirom na to da potrošač vidi potrebna zdravstvena upozorenja kad mu ili joj se pakiranje predaje. Štoviše, on ili ona će ta upozorenja vidjeti svaki put kad puši cigaretu.

71. Komisija zastupa suprotno stajalište.

72. Smatram da, kad slika pakiranja cigareta koja ulazi u područje primjene članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne sadržava potrebna zdravstvena upozorenja, nije važno može li potrošač vidjeti ta upozorenja prije nego što kupi pakiranje.

73. Kao prvo, člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 propisuje se opće pravilo prema kojem slike jediničnih pakiranja moraju biti u skladu sa zahtjevima iz poglavlja II. glave II. te direktive, a osobito moraju sadržavati potrebna zdravstvena upozorenja. To pravilo ne podliježe nikakvim uvjetima ni ograničenjima. Stoga se člankom 8. stavkom 8. zabranjuje *uporaba* slika koje ne sadržavaju potrebna zdravstvena upozorenja, neovisno o bilo kakvom postupku kupnje. Dovoljno je da su slike „usmjeren[e] na potrošače", što je zasigurno slučaj sa slikama koje se upotrebljavaju u supermarketima, kao što je to slučaj u ovom predmetu.

74. Kao drugo, s obzirom na to da se člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 nastoji samo spriječiti izbjegavanje pravila predviđenog člankom 8. stavkom 1. te direktive, prema kojem svako pakiranje cigareta mora sadržavati potrebna zdravstvena upozorenja, ne može se prigovoriti da ne postoji povreda te prve odredbe ako potrošač ta upozorenja može vidjeti prije kupnje pakiranja cigareta. Takvo bi tumačenje bilo u suprotnosti s tekstom članka 8. stavka 8., kojim se također ne predviđa takva iznimka od pravila koje on sadržava. Drugim riječima, članak 8. stavak 8. ima za cilj ne samo spriječiti izbjegavanje članka 8. stavka 1., kao što je to objašnjeno u točki 63. ovog mišljenja, nego i dopuniti pravilo predviđeno tom odredbom.

75. Stoga na četvrto prethodno pitanje treba odgovoriti na način da kad slika jediničnog pakiranja ili svih vanjskih pakiranja duhanskog proizvoda u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne sadržava zdravstvena upozorenja predviđena u poglavlju II. glave II. te direktive, postoji povreda te odredbe čak i ako potrošač može vidjeti jedinično pakiranje ili vanjsko pakiranje koje sadržava ta upozorenja prije kupnje proizvoda.

## IV. Zaključak

76. S obzirom na navedeno, predlažem Sudu da na pitanja koja je uputio Bundesgerichtshof (Savezni vrhovni sud, Njemačka) odgovori na sljedeći način:

1. Kad se duhanski proizvod nudi na prodaju posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju kojim mora rukovati kupac kako bi se prije plaćanja proizvod prenio na pokretnu traku blagajničkog pulta, za taj se proizvod mora smatrati da je stavljen na tržište u smislu članka 2. točke 40. Direktive 2014/40/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 3. travnja 2014. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih i srodnih proizvoda i o stavljanju izvan snage Direktive 2001/37/EZ u trenutku kada se ponudi na prodaju posredstvom samoposlužnog uređaja za prodaju, a ne u trenutku plaćanja i kada stvarna fizička kontrola nad tim proizvodom prelazi s prodavatelja na kupca.

2. Zabrana skrivanja zdravstvenih upozorenja „drugim elementima” iz članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 ne odnosi se na slučaj u kojem je cjelokupno pakiranje duhanskog proizvoda skriveno jer je taj proizvod pohranjen u samoposlužnom uređaju za prodaju na način da ga potrošač ne može vidjeti.

3. Pojam „slike jediničnih pakiranja i svih vanjskih pakiranja” duhanskih proizvoda u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne odnosi se samo na slike koje su vjeran prikaz jediničnih pakiranja ili svih vanjskih pakiranja, nego i na slike koje prosječni potrošač povezuje s jediničnim pakiranjima ili svim vanjskim pakiranjima zbog njihova dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boje i logotipa marke.

4. Ako slika jediničnog pakiranja ili svih vanjskih pakiranja duhanskog proizvoda u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ne sadržava zdravstvena upozorenja predviđena u poglavlju II. glave II. te direktive, postoji povreda te odredbe čak i ako potrošač može vidjeti jedinično pakiranje ili vanjsko pakiranje koja sadržavaju upozorenja prije kupnje proizvoda.