Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA JEVGENIJA TANČEVA [*EVGENI TANCHEV*] SECINĀJUMI,
sniegti 2021. gada 15. jūlijā [1]

Lieta C-370/20

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

(*Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Direktīva 2014/40/ES – Brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kam ir jāatrodas uz katra tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības vai jebkāda ārējā iepakojuma – Tabakas tirdzniecības automāts – 2. panta 40. punkts – "Laišanas tirgū" jēdziens – 8. panta 3. punkts – Aizliegums noslēpt brīdinājumus par ietekmi uz veselību, "izmantojot citus līdzekļus" – 8. panta 8. punkts – Uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotu "attēlu", kas vērsti uz patērētājiem Eiropas Savienībā, jēdziens

1. Strīds pamatlietā attiecas uz tabakas izstrādājumu, kas tiek pārdoti ar tirdzniecības automāta starpniecību, marķēšanu un iepakojumu. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2014/40/ES [2] ir prasīts, lai uz katras tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības būtu izvietoti tajā paredzētie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Šīs direktīvas 8. panta 3. punktā ir precizēts, ka šiem brīdinājumiem ir jābūt pilnībā redzamiem, tostarp tos nedrīkst noslēpt, izmantojot konkrētus līdzekļus. Jautājums, kas rodas *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija), ir par to, vai tad, ja brīdinājumi par ietekmi uz veselību uz cigarešu paciņām nav redzami, kamēr paciņas tiek uzglabātas tirdzniecības automātā, ir pārkāpts aizliegums noslēpt brīdinājumus. Lai tas tā būtu, tirdzniecības automāts būtu jāuzskata par līdzekli, kas noslēpj brīdinājumus – par tādiem ir uzskatāmi, piemēram, apvalki un apvākojumi, uz kuriem ir tieša atsauce šīs direktīvas 8. panta 3. punktā –, un tas ir apšaubāmi.

2. Iesniedzējtiesa vēlas arī noskaidrot, vai ir pārkāpts Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā paredzētais noteikums, saskaņā ar kuru arī uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotajiem *attēliem* ir jāizvieto brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Proti, uz pamatlietā aplūkotā tirdzniecības automāta preču izvēles pogām ir attēloti dažādu cigarešu zīmolu attēli. Jautājums ir par to, vai šos attēlus var uzskatīt par attēliem šīs direktīvas 8. panta 8. punkta izpratnē, un tādā gadījumā uz tiem būtu jāizvieto brīdinājumi par ietekmi uz veselību, bet tas nav darīts.

[1] Oriģinālvaloda – angļu.

[2] Direktīva (2014. gada 3. aprīlis) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas un saistīto izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu un ar ko atceļ Direktīvu 2001/37/EK (OV 2014, L 127, 1. lpp.; labojums – OV 2015, L 150, 24. lpp.).

3. Tādējādi šī lieta sniedz Tiesai iespēju saistībā ar tabakas tirdzniecības automātu lemt par tvērumu prasībai, ka ne tikai uz katras tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības, bet arī uz šī iepakojuma attēliem ir jāizvieto Direktīvā 2014/40 paredzētie brīdinājumi par ietekmi uz veselību.

I. Tiesiskais regulējums

A. Eiropas Savienības tiesības

4. Direktīvas 2014/40 2. pantā ir paredzēts:

"Šajā direktīvā piemēro šādas definīcijas:

[..]

40) "laist tirgū" nozīmē padarīt izstrādājumus neatkarīgi no to ražošanas vietas pieejamus patērētājiem Savienībā par maksu vai bez tās, tostarp ar tālpārdošanas starpniecību; pārrobežu tālpārdošanas gadījumā uzskata, ka izstrādājumu laiž tirgū dalībvalstī, kurā atrodas patērētājs;

[..]."

5. Direktīvas 2014/40 8. pantā ir noteikts:

"1. Uz katras tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības un jebkāda ārējā iepakojuma ir izvietoti šajā nodaļā paredzētie brīdinājumi par ietekmi uz veselību tās dalībvalsts oficiālajā(-ās) valodā(-ās), kurā izstrādājumu laiž tirgū.

[..]

3. Dalībvalstis nodrošina, ka, laižot tabakas izstrādājumu tirgū, brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kas atrodas uz iepakojuma vienības vai jebkāda ārējā iepakojuma, ir drukāti tā, lai tos nevarētu noņemt vai izdzēst, un ir pilnībā redzami, tostarp tie nav daļēji vai pilnīgi noslēpti vai pārtraukti, izmantojot nodokļu markas, cenu zīmes, drošības elementus, apvalkus, apvākojumus, kastītes vai citus līdzekļus. Uz tādu tabakas izstrādājumu iepakojuma vienības, kas nav cigaretes un tinamā tabaka maisiņos, brīdinājumus par ietekmi uz veselību var piestiprināt ar uzlīmju palīdzību ar noteikumu, ka tās nav noņemamas. Atverot iepakojuma vienību, brīdinājumi par ietekmi uz veselību paliek neskarti, izņemot iepakojumus ar atliecamu augšējo vāciņu, kuriem brīdinājumus par ietekmi uz veselību iepakojuma vienības atvēršanas brīdī var pārplēst, bet vienīgi tā, lai tiktu nodrošināts teksta, fotoattēlu un informācijas par smēķēšanas atmešanu grafiskais veselums un uzskatāmība.

[..]

8. Uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotie attēli, kas reklāmas nolūkos vērsti uz patērētājiem Savienībā, atbilst šīs nodaļas noteikumiem."

B. Vācijas tiesības

6. *Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse* (Noteikumi par tabakas un saistītiem izstrādājumiem; turpmāk tekstā – "*TabakerzV*") 11. pantā "Vispārīgi tabakas izstrādājumu marķēšanas noteikumi" ir noteikts:

"(1) 12.–17. pantā norādīto tabakas izstrādājumu iepakojuma un ārējā iepakojuma noformēšanai un brīdinājumu par ietekmi uz veselību izvietošanai ir piemērojamas šādas vispārīgas prasības: brīdinājumi par ietekmi uz veselību

[..]

4. laižot tirgū, nedrīkst tikt daļēji vai pilnībā noslēpti vai pārtraukti, tas attiecas arī uz pārdošanas piedāvājumu; iepakojumu ar atliecamu augšējo vāciņu gadījumos brīdinājumus iepakojuma atvēršanas brīdī var pārplēst, bet vienīgi tā, lai tiktu nodrošināts grafiskais veselums un uzskatāmība,

[..].

(2) Iepakojuma un jebkāda ārējā iepakojuma attēlojums, kas reklāmas nolūkos vērsts uz patērētājiem Eiropas Savienībā, atbilst šīs apakšiedaļas noteikumiem."[3]

II. Pamatlietas faktiskie apstākļi un prejudiciālie jautājumi

7. JS pieder divi lielveikali Minhenē (Vācija). Tas no 2017. gada 20. maija pie šo veikalu kasēm piedāvāja pārdošanai cigaretes tirdzniecības automātā, kas redzams attēlā (turpmāk tekstā – "aplūkotais tirdzniecības automāts"):

[3] *TabakerzV* 11. panta 2. punktā minētā "apakšiedaļa" ir to 3. apakšiedaļa, kas attiecas uz iepakojumu un brīdinājumiem.



8. Aplūkotajā tirdzniecības automātā uzglabātās cigarešu paciņas patērētājam nebija redzamas. Lai gan uz šī tirdzniecības automāta izvietotās preču izvēles pogas ļāva atpazīt dažādus cigarešu zīmolus, tomēr uz tām nebija norādīti likumā noteiktie brīdinājumi par ietekmi uz veselību.

9. Pārdošana notika tādējādi, ka patērētājs sākotnēji lūdza kasieri aktivizēt tirdzniecības automātu un tad nospieda viņa vēlamās cigarešu zīmola izvēles pogu. Pēc tam cigarešu paciņa no tirdzniecības automāta izsniegšanas iedalījuma tika pārvietota uz kases lenti. Samaksa par cigarešu paciņu pēc tam tika veikta pie kases, ja patērētājs joprojām to vēlējās iegādāties. Šāda pārdošanas procedūras organizēšana ar tirdzniecības automāta starpniecību bija paredzēta zādzību un pārdošanas nepilngadīgajiem novēršanai.

10. *Pro Rauchfrei e.V.*, bezpeļņas apvienība, cēla prasību *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa, Vācija), lūdzot – galvenokārt – aizliegt JS piedāvāt pārdošanai tabakas izstrādājumus, tostarp cigaretes, veidā, kas noslēpj brīdinājumus par ietekmi uz veselību uz iepakojuma vienībām vai to ārējā iepakojuma, kā aprakstīts šo secinājumu 8. un 9. punktā, neizpildes gadījumā nosakot sankcijas. Pakārtoti – *Pro Rauchfrei* lūdza aizliegt JS piedāvāt pārdošanai tabakas izstrādājumus, tostarp cigaretes, veidā, ar kuru iepakojuma vienību ar brīdinājumiem par ietekmi uz veselību vietā tiek izvietoti vienību iepakojumu attēli bez brīdinājuma par ietekmi uz veselību, kā aprakstīts minētajos punktos, neizpildes gadījumā nosakot sankcijas.

11. *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa) ar 2018. gada 5. jūlija spriedumu šo prasību noraidīja.

12. Ar 2019. gada 25. jūlija spriedumu *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē, Vācija) noraidīja *Pro Rauchfrei* apelācijas sūdzību par *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa) spriedumu.

13. *Pro Rauchfrei* par *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē) spriedumu iesniedza revīzijas sūdzību *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa).

14. *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) uzskata, ka tas, vai revīzijas sūdzība tiks apmierināta, ir atkarīgs no Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma un 8. panta 8. punkta interpretācijas. Tāpēc tā nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai jēdziens "laišana tirgū" [Direktīvas 2014/40] 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē attiecas uz tabakas izstrādājumu piedāvāšanu, izmantojot preču tirdzniecības automātus, tādā veidā, ka, lai gan uz tajā esošajām cigarešu paciņām ir izvietoti likumā noteiktie brīdinājumi, tomēr cigarešu paciņas tirdzniecības automātā sākotnēji tiek glabātas patērētājam neredzamā veidā un uz tām esošie brīdinājumi kļūst redzami tikai pēc tam, kad klients izmanto tirdzniecības automātu, kuru pirms tam ir aktivizējis kasieris, un cigarešu paciņa tādējādi vēl pirms maksājuma veikšanas tiek izsniegta uz kases lentes?

2) Vai [Direktīvas 2014/40] 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt brīdinājumus, "izmantojot citus līdzekļus", attiecas uz gadījumu, kad, piedāvājot preces ar tirdzniecības automāta palīdzību, noslēpts tiek viss tabakas izstrādājuma iepakojums?

3) Vai [Direktīvas 2014/40] 8. panta 8. punktā ietvertais kritērijs "uz iepakojuma vienībām izvietotie attēli" ir izpildīts arī tad, ja attēlojums gan nav precīzs oriģinālā iepakojuma attēls, tomēr patērētājs attēlu, pamatojoties uz tā dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu, saista ar tabakas izstrādājuma iepakojumu?

4) Vai neatkarīgi no izmantotā attēlojuma tiek izpildītas [Direktīvas 2014/40] 8. panta 8. punktā noteiktās prasības, pat ja patērētājam pirms pirkuma līguma slēgšanas ir iespēja apskatīt cigarešu paciņas ar noteiktajiem brīdinājumiem?

15. Rakstveida apsvērumus iesniedza JS un Eiropas Komisija. Tiesas sēde šajā lietā nav notikusi.

III. Vērtējums

A. Pirmais prejudiciālais jautājums

16. Ar pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā Tiesai, vai jēdziens "laišana tirgū" Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē attiecas uz cigarešu paciņas noformēšanu, izmantojot tirdzniecības automātu, tādējādi, ka šīs paciņas sākotnēji tiek uzglabātas automātā un pircējam nav redzamas, līdz ar to uz tiem izvietotie brīdinājumi par ietekmi uz veselību kļūst redzami vienīgi tad, kad patērētājs iedarbina automātu un paciņa tiek izsniegta uz kases lentes, pirms par to tiek samaksāts.

17. Kā minēts šo secinājumu 1. punktā, uz katras tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības un jebkura ārējā iepakojuma saskaņā ar Direktīvas 2014/40 8. panta 1. punktu ir jāizvieto šīs direktīvas II sadaļas II nodaļā ietvertie brīdinājumi par ietekmi uz veselību (turpmāk tekstā – "prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību"). Šīs direktīvas 8. panta 3. punktā tostarp ir precizēts, ka šie brīdinājumi nevar tikt daļēji vai pilnībā noslēpti vai pārtraukti ar konkrētiem līdzekļiem.

18. Norādīšu, ka gan pienākums izvietot prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību, gan aizliegums tos pārtraukt vai noslēpt ir piemērojams, vienīgi "laižot tabakas izstrādājumu tirgū" atbilstoši Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punktam[4]. Jēdziens "laišana tirgū" Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punktā ir definēts šādi: "padarīt izstrādājumus neatkarīgi no to ražošanas vietas pieejamus patērētājiem Savienībā par maksu vai bez tās, tostarp ar tālpārdošanas starpniecību [..]".

19. Tādējādi ar pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai šajā gadījumā cigarešu paciņa ir jāuzskata par laistu tirgū: i) kad tā tiek piedāvāta pārdošanai ar aplūkotā tirdzniecības automāta starpniecību, proti, pirms tiek pieņemts lēmums veikt pirkumu; vai ii) brīdī, kad pārdevējs faktisko valdījumu pār šo paciņu pēc maksāšanas procesa nodod pircējam.

20. Norādīšu, ka saskaņā ar iesniedzējtiesas lēmumu *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē) uzskatīja, ka cigarešu paciņu piedāvāšana pārdošanai, izmantojot tirdzniecības automātu, neietilpst Direktīvas 2014/40 piemērošanas jomā, jo šī izvietošana ir "pārdošanas režīms", kas saskaņā ar šīs direktīvas 48. apsvērumu netiek saskaņots ar šo direktīvu[5]. Līdz ar to, pirms analizēju pirmo prejudiciālo jautājumu, uzskatu par nepieciešamu izvērtēt, vai Direktīva 2014/40 ir piemērojama šajā lietā.

1. Vai Direktīva 2014/40 ir piemērojama šajā lietā

21. Atšķirībā no *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē) iesniedzējtiesa, šķiet, sliecas uzskatīt, ka Direktīva 2014/40 ir piemērojama. Iesniedzējtiesa it īpaši norāda, ka, lai gan Direktīvas 2014/40 48. apsvērumā ir norādīts, ka tajā nav saskaņoti noteikumi par "vietējo reklāmu", šīs direktīvas 43. apsvērumā un 20. panta 5. punktā tomēr ir paredzēti noteikumi par elektronisko cigarešu reklāmu. Iesniedzējtiesa arī norāda, ka saskaņā ar Direktīvas 2014/40 60. apsvērumu un tās nosaukumu ar šo direktīvu ir saskaņoti noteikumi tostarp par tabakas izstrādājumu "noformēšanu", ko var saprast tādējādi, ka tas attiecas arī uz to noformēšanas apstākļiem.

22. Šajā ziņā JS apgalvo, ka i) Direktīvas 2014/40 48. apsvērums attiecas ne tikai uz elektroniskajām cigaretēm, bet arī uz tabakas izstrādājumiem; ii) cigarešu paciņu tirdzniecība ar tirdzniecības automāta starpniecību ir pārdošanas režīms šī apsvēruma izpratnē; un iii) līdz ar to cigarešu paciņu tirdzniecība ar tirdzniecības automāta starpniecību neietilpst šīs direktīvas piemērošanas jomā.

23. Komisija aizstāv pretēju viedokli. Tā apgalvo, ka, lai gan saskaņā ar Direktīvas 2014/40 48. apsvērumu tāds pārdošanas režīms kā tabakas izstrādājumu pārdošana ar tirdzniecības automāta starpniecību ietilpst dalībvalstu kompetencē, brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kas ir jāpiestiprina tabakas izstrādājumiem, ietilpst šīs direktīvas piemērošanas jomā, kas tos pilnībā saskaņo. Komisija it īpaši uzsver, ka Eiropas Savienības kompetencē ir tuvināt valsts tiesību normas, ar kurām tiek apieti pasākumi, kuru mērķis ir iekšējā tirgus darbība; tādi ir, piemēram, Direktīvas 2014/40 noteikumi marķēšanas jomā[6].

[4] "Kurā izstrādājumu laiž tirgū" saskaņā ar Direktīvas 2014/40 8. panta 1. punktu.

[5] No iesniedzējtiesas lēmuma izriet, ka "*Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē) ir uzskatījusi, ka cigarešu paciņu uzglabāšana attiecīgajā preču tirdzniecības automātā ir tikai pārdošanas režīms. Šī tiesa uzskata, ka no Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma izriet, ka šīs direktīvas mērķis tuvināt valstu tiesisko regulējumu neattiecas uz pārdošanas režīmu un reklāmu. Tādējādi šīs direktīvas attiecīgie noteikumi nav piemērojami cigarešu piedāvāšanai pārdošanai tirdzniecības automātos, kas tiek aplūkoti šajā lietā".

[6] Komisija pamatojas uz 2000. gada 5. oktobra spriedumu Vācija/Parlaments un Padome (C-376/98, EU:C:2000:544, 100. punkts).

24. Es uzskatu, ka Direktīva 2014/40 ir piemērojama šajā lietā.

25. Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma pirmajā teikumā ir noteikts, ka "ar šo direktīvu netiek saskaņoti noteikumi par vidi bez tabakas dūmiem *vai par vietējiem pārdošanas režīmiem, vai reklāmu*, vai zīmola paplašināšanu, [..] ar to netiek ieviesti arī lietotāju vecuma ierobežojumi attiecībā uz elektroniskajām cigaretēm vai uzpildes flakoniem"[7].

26. Manuprāt, Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma pirmais teikums attiecas vienīgi uz elektroniskajām cigaretēm un uzpildes flakoniem, nevis uz tādiem tabakas izstrādājumiem kā cigaretes[8]. Pirmkārt, šajā teikumā ir skaidra atsauce uz "elektroniskajām cigaretēm vai uzpildes flakoniem". Otrkārt, iepriekšējos apsvērumos, proti, 36.–47. apsvērumā, ir atsauce uz elektroniskajām cigaretēm vai nikotīnu saturošu šķidrumu[9], neminot tabakas izstrādājumus. Treškārt, šādu interpretāciju apstiprina Direktīvas 2014/40 sagatavošanas darbi. Eiropas Savienības Padomes prezidentūras sagatavotajā dokumentā[10] ir norādīts, ka a)–m) apsvērums – kas atbilst Direktīvas 2014/40 36.–48. apsvērumam – ir "ar 18. pantu saistīti apsvērumi" – tagad Direktīvas 2014/40 20. pants "Elektroniskās cigaretes". Konkrētāk, l) apsvērums ir gandrīz identisks Direktīvas 2014/40 48. apsvērumam.

27. Tomēr neatkarīgi no tā, vai Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma pirmais teikums ir vai nav piemērojams tabakas izstrādājumiem, šī direktīva, manuprāt, nevar tikt uzskatīta par tādu, ar kuru tiek saskaņoti valstu noteikumi par tabakas izstrādājumu tirdzniecību ar tirdzniecības automātu starpniecību vai valsts noteikumi par šo izstrādājumu reklāmu uz tabakas tirdzniecības automātiem.

28. Pirmkārt, ar Direktīvu 2014/40 nav saskaņoti valstu noteikumi par tabakas izstrādājumu pārdošanu ar tirdzniecības automātu starpniecību. Proti, Direktīvas 2014/40 1. pantā, kurā ir norādīts tās priekšmets, nav atsauces nedz uz pārdošanu ar tirdzniecības automātu starpniecību, nedz uz pārdošanas režīmu[11]. Turklāt pārdošanas ar tirdzniecības automātu starpniecību aizliegums vai ierobežojums bija paredzēts un noraidīts, veicot Direktīvas 2014/40 ietekmes novērtējumu[12]. Visbeidzot tabakas izstrādājumu tirdzniecība ar tirdzniecības automātu

7 Mans izcēlums.

8 Pilnības labad man jāprecizē, ka elektroniskās cigaretes nav tabakas izstrādājumi. Saskaņā ar Direktīvas 2014/40 2. panta 4. punktu tabakas izstrādājumi "kaut vai daļēji sastāv no tabakas". Tā tas nav attiecībā uz elektroniskajām cigaretēm, kuras, kā norādīts 2. panta 16. punktā, tiek izmantotas, lai "ieelpotu nikotīnu saturošu tvaiku". Elektroniskās cigaretes netiek izmantotas tabakas patēriņam, kā tas ir definēts 2. panta 1. punktā, proti, "tabakas augu lapas un citas dabīgas pārstrādātas vai nepārstrādātas daļas" (skat. arī spriedumu, 2016. gada 4. maijs, *Pillbox 38*, C-477/14, EU:C:2016:324, 37. un 38. punkts).

9 Tomēr – izņemot 42. un 45. apsvērumu. Savukārt 42. apsvērumā ir izmantota frāze "šie izstrādājumi", kas var tikt saprasta vienīgi kā atsauce uz iepriekšējā apsvērumā aprakstītajiem izstrādājumiem, proti, elektroniskajām cigaretēm. Turklāt 45. apsvērumā ietvertā atsauce uz "iespējamām negatīvām sekām" cilvēku veselībai atspoguļo 20. panta 9. punktu, kas attiecas vienīgi uz elektroniskajām cigaretēm; un šajā pašā apsvērumā ietvertā atsauce uz "drošības klauzulu" atbilst 20. panta 11. punktam, kas arī ir piemērojams vienīgi elektroniskajām cigaretēm.

10 Skat. Padomes 2013. gada 17. decembra dokumentu Nr. 17727/13 ANNEX (15. lpp.).

11 Izņemot 1. panta d) punktā minēto "tabakas izstrādājumu pārrobežu tālpārdošanu", kas patiešām nav "valsts" režīmi, kuri saskaņā ar Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma pirmo teikumu neietilpst šīs direktīvas piemērošanas jomā.

12 2012. gada 19. decembra Ietekmes novērtējums, kas pievienots Priekšlikumam Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas un saistīto izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu (SWD(2012) 452 *final*) (turpmāk tekstā – "Direktīvas 2014/40 ietekmes novērtējums"). Saskaņā ar Direktīvas 2014/40 ietekmes novērtējuma 1. daļas 4.1. iedaļu "dalībvalstu tiesību aktu tuvināšana attiecībā uz tabakas tirdzniecības automātiem (*TVM*) tika noraidīta, veicot ietekmes novērtējumu un konsultācijas ar sabiedrību. Šī politikas joma tika noraidīta, ņemot vērā bažas par subsidiaritāti un ņemot vērā jau labo progresu šajā jomā" (50. lpp.). Skat. arī 2010. gada septembra *RAND Europe* sagatavoto pētījumu "Tabakas izstrādājumu direktīvas pārskatīšanas ietekmes novērtējums" (turpmāk tekstā – "*RAND* pētījums"). Saskaņā ar *RAND* pētījumu trīs no Komisijas pavisam piecām paredzētajām iespējām ietvēra pasākumus attiecībā uz tabakas tirdzniecības automātiem: 3. iespēja ietvēra pasākumus, lai "padarītu tirdzniecības automātus nepieejamus nepilngadīgajiem", savukārt 4. un 5. iespējā tika apsvērts pilnīgs "tirdzniecības automātu aizliegums" (skat. 189., 219., 227. un 235. lpp.). *RAND* pētījums ir pieejams Eiropas Komisijas tīmekļvietnē.

starpniecību ietilpst Padomes Ieteikuma 2003/54/EK[13] piemērošanas jomā, kas saskaņā ar šī ieteikuma 16. apsvērumu attiecas uz "citiem" reklāmas, tirdzniecības un veicināšanas veidiem, kuri nav paredzēti Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2001/37/EK[14] (tagad atcelta un aizstāta ar Direktīvu 2014/40). Šajā ziņā ir jāatsaucas uz Ieteikuma 2003/54 1. punkta c) apakšpunktu, kurā dalībvalstīm ir ieteikts vai nu "ierobežot piekļuvi tabakas tirdzniecības automātiem vietās, kas ir pieejamas personām, kuras ir vecākas par valsts tiesībās noteikto vecumu tabakas izstrādājumu iegādei", vai arī, ja šāda vecuma ierobežojuma nav, "citādi ierobežot pieeju izstrādājumiem, kas tiek pārdoti, izmantojot šādus automātus".

29. Otrkārt, ar Direktīvu 2014/40 nav saskaņoti valstu noteikumi par tabakas izstrādājumu reklāmu tabakas tirdzniecības automātos. Proti, Direktīvas 2014/40 1. pantā, kurā ir norādīts šīs direktīvas priekšmets, nav atsauces nedz uz reklāmu tirdzniecības automātos, nedz uz jebkādu tabakas izstrādājumu reklāmu, lai vai kāds līdzeklis tam tiktu izmantots. Turklāt tabakas izstrādājumu reklāma tabakas tirdzniecības automātos ietilpst Ieteikuma 2003/54 piemērošanas jomā, kas, kā tas ir izklāstīts šo secinājumu 28. punktā, attiecas uz tādām reklāmas, tirdzniecības un veicināšanas darbībām, uz kurām neattiecas Direktīva 2014/40. Šajā ziņā ir jāatsaucas uz Ieteikuma 2003/54 2. punkta d) apakšpunktu, ar kuru dalībvalstīm tiek ieteikts "saskaņā ar valsts konstitūciju vai konstitucionālajiem principiem aizliegt" "izmantot [..] reklāmas veidus iekštelpās vai ārtelpās (piemēram, reklāmu tabakas tirdzniecības automātos)" [neoficiāls tulkojums][15].

30. Tomēr, lai gan ar Direktīvu 2014/40 nav saskaņoti valstu noteikumi par tabakas izstrādājumu pārdošanu ar tirdzniecības automātu starpniecību vai par reklāmu šādos automātos, no tā tomēr neizriet, ka šī direktīva šajā lietā nav piemērojama.

31. Pirmkārt, jautājums, kas ir uzdots Tiesai, nav par to, vai tabakas izstrādājumus var pārdot ar tirdzniecības automātu starpniecību (vai arī par to, vai tabakas izstrādājumu pārdošanu ar tirdzniecības automātu starpniecību var ierobežot attiecībā uz personām, kas pārsniedz likumā noteikto šo izstrādājumu iegādes vecumu). Jautājums ir par to, *vai tad, ja, kā tas, šķiet, ir Vācijā, valsts tiesiskais regulējums ļauj tabakas izstrādājumus tirgot ar tirdzniecības automāta starpniecību*, šajā automātā var, pirmām kārtām, pilnībā noslēpt pieprasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību uz tabakas izstrādājumiem, kas tajā atrodas, un, otrām kārtām, uz šo izstrādājumu izvēles pogām izvietot attēlus, uz kuriem nav izvietoti šie brīdinājumi. Šis jautājums ietilpst Direktīvas 2014/40 piemērošanas jomā, jo viens no šīs direktīvas mērķiem saskaņā ar tās 1. panta b) punktu ir tādu valsts noteikumu tuvināšana, kuri attiecas uz "dažiem tabakas izstrādājumu marķējuma un iepakojuma aspektiem, tostarp brīdinājumiem par ietekmi uz veselību". Nekas nenorāda uz to, ka attiecīgo tabakas izstrādājumu marķējuma un iepakojuma "aspektu" saskaņošana būtu ierobežota ar to pārdošanu ar konkrētiem līdzekļiem.

32. Otrkārt, Tiesai uzdotais jautājums nav par to, vai tabakas reklāma ir atļauta. Konkrētāk, nav jautājuma par to, vai tirdzniecības automātos var izvietot tabakas reklāmu. Jautājums ir par to, *vai tad, ja, kā tas, šķiet, ir Vācijas gadījumā, tabakas reklāma tirdzniecības automātos ir atļauta*, cigarešu zīmolu attēliem, kas atrodas uz tirdzniecības automāta izvēles pogām, ir jāpievieno vajadzīgie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Šis jautājums ietilpst Direktīvas 2014/40 piemērošanas jomā, jo viens no šīs direktīvas mērķiem saskaņā ar tās 1. panta b) punktu ir valstu

[13] 2002. gada 2. decembra Ieteikums par smēķēšanas novēršanu un iniciatīvām tabakas kontroles uzlabošanai (OV 2003, L 22, 31. lpp.).

[14] Direktīva (2001. gada 5. jūnijs) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu (OV 2001, L 194, 26. lpp.). Direktīva 2001/37 ir minēta Ieteikuma 2003/54 9. apsvērumā.

[15] Tāpat ir jāatsaucas uz Ieteikuma 2003/54 14. apsvērumu, saskaņā ar kuru tirdzniecības automātos "nevajadzētu pārraidīt reklāmu, kas nav obligāti vajadzīga, lai norādītu uz pārdotajiem produktiem".

noteikumu tuvināšana attiecībā uz brīdinājumiem par ietekmi uz veselību, kas ir jānorāda uz tabakas izstrādājumu iepakojuma vienībām un saskaņā ar tās 8. panta 8. punktu – uz šo iepakojuma vienību attēliem.

33. No tā es secinu, ka pretēji tam, ko apgalvo JS, Direktīva 2014/40 ir piemērojama šajā lietā.

2. Vai tabakas izstrādājumu noformējums, izmantojot aplūkoto tirdzniecības automātu, ir uzskatāms par laišanu tirgū

34. Kā minēts šo secinājumu 19. punktā, iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai šajā gadījumā cigarešu paciņa ir jāuzskata par laistu tirgū brīdī, kad tā tiek piedāvāta pārdošanai ar aplūkotā tirdzniecības automāta starpniecību, vai brīdī, kad pārdevējs faktisko valdījumu pār šo paciņu nodod pircējam pēc samaksas procesa.

35. JS apgalvo, ka neatkarīgi no tā, vai Direktīva 2014/40 ir piemērojama šajā lietā, tabakas izstrādājumu uzglabāšana aplūkotajā tirdzniecības automātā nevar tikt uzskatīta par laišanu tirgū.

36. Komisija apgalvo, ka, ņemot vērā tās vērtējumu par trešo un ceturto prejudiciālo jautājumu, šis jautājums nav jāizskata. Tomēr Komisija norāda, ka gadījumā, ja Tiesa nepiekristu Komisijas piedāvātajai Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta interpretācijai, tai būtu jākonstatē, ka cigarešu paciņa patiešām ir laista tirgū brīdī, kad tā tiek izsniegta uz kases lentes. Tas, vai šī paciņa ir laista tirgū agrāk, ir jāizlemj iesniedzējtiesai.

37. Es uzskatu, ka cigarešu paciņa tiek laista tirgū brīdī, kad tā tiek piedāvāta pārdošanai ar aplūkotā tirdzniecības automāta starpniecību.

38. Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punktā ir paredzēta plaša tabakas izstrādājumu "laišanas tirgū" jēdziena definīcija. Lai izstrādājumu uzskatītu par laistu tirgū, pietiek ar to, ka tas tiek padarīts pieejams patērētājiem Savienībā (tādējādi izslēdzot vairumtirdzniecību).

39. Konkrētāk, tā kā Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punktā nav nekādas atrunas attiecībā uz veidiem, kādos izstrādājums tiek padarīts pieejams patērētājam, šie veidi ir jāuzskata par nenozīmīgiem. Līdz ar to, ja tabakas izstrādājums tiek padarīts pieejams patērētājiem ar tirdzniecības automāta starpniecību, tas tiek laists tirgū šīs tiesību normas izpratnē. Šajā ziņā nav nozīmes tam, ka Eiropas Parlaments nav sekojis tā Juridiskās komitejas priekšlikumam grozīt 2. panta 40. punktu tādējādi, lai "laišana tirgū" nozīmētu "padarīt izstrādājumus pieejamus patērētājiem Savienībā par maksu vai bez tās, tostarp ar tālpārdošanas starpniecību vai *ar tirdzniecības automātu starpniecību* [..]" [16]. Viens iemesls, kādēļ šis piedāvājums netika pārņemts, varētu būt tāds, ka tas varētu tikt saprasts tādā nozīmē, ka tabakas izstrādājumu pārdošana ar tirdzniecības automātu starpniecību ir atļauta, lai gan, kā tas ir izklāstīts šo secinājumu 28. punktā, šis jautājums neietilpst Direktīvas 2014/40 piemērošanas jomā.

40. Turklāt saskaņā ar Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punktu izstrādājumu uzskata par laistu tirgū, ja tas ir darīts pieejams patērētājiem "par maksu vai bez tās". Tādējādi tabakas izstrādājumi, kas bez maksas padarīti pieejami patērētājiem, tiek laisti tirgū šīs tiesību normas izpratnē (protams, ja tabakas izstrādājumu bezmaksas izplatīšana ir atļauta, kas ir iespējams vienīgi tad, ja

[16] Skat. Juridiskās komitejas 2013. gada 25. jūnija atzinumu Eiropas Parlamenta 2013. gada 24. jūlija Ziņojumā par Priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas un saistīto izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu (22. grozījums, 273. lpp.).

tas nenotiek saistībā ar tādu pasākumu vai darbību sponsorēšanu, kam ir pārrobežu ietekme un kā tiešas vai netiešas sekas ir šādu izstrādājumu popularizēšana)[17]. Citiem vārdiem sakot, nav nepieciešams, lai tabakas izstrādājumi tiktu piedāvāti pārdošanai. Pietiek ar to, ka tie tiek padarīti pieejami patēriņam. No tā izriet, ka tad, ja tabakas izstrādājumi tiek piedāvāti pārdošanā, tie ir jāuzskata par laistiem tirgū pirms to iegādes un pirms samaksas par tiem.

41. Šajā gadījumā no šo secinājumu 39. un 40. punkta izriet, ka cigarešu paciņa tiek laista tirgū, tiklīdz tā tiek piedāvāta pārdošanai aplūkotajā tirdzniecības automātā, nevis tad, kad par šo paciņu tiek samaksāts un pārdevējs faktisko valdījumu pār to nodod pircējam.

42. Līdz ar to uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir jāatbild, ka tad, ja tabakas izstrādājums tiek piedāvāts pārdošanai ar tirdzniecības automāta starpniecību, kurš patērētājam ir jāizmanto, lai izstrādājums tiktu izsniegts uz kases lentes, pirms tiek samaksāts par to, šis izstrādājums Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punkta izpratnē ir uzskatāms par laistu tirgū brīdī, kad tas tiek piedāvāts pārdošanai ar šī tirdzniecības automāta starpniecību, nevis brīdī, kad par to ir samaksāts un pārdevējs faktisko valdījumu pār šo izstrādājumu nodod pircējam.

B. Otrais prejudiciālais jautājums

43. Ar otro jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā Tiesai, vai Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību ar "citiem līdzekļiem" aptver situāciju, kurā viss iepakojums, uz kura ir šie brīdinājumi, ir apslēpts, jo cigarešu paciņa nav redzama, kad tā atrodas tirdzniecības automātā.

44. Ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmo teikumu ir efektīvi aizliegts, laižot tabakas izstrādājumu tirgū, brīdinājumu par ietekmi uz veselību uz tabakas izstrādājumu iepakojuma vienības un jebkāda ārējā iepakojuma "daļēji vai pilnīgi noslēpt vai pārtraukt, izmantojot nodokļu markas, cenu zīmes, drošības elementus, apvalkus, apvākojumus, kastītes *vai citus līdzekļus*"[18].

45. Šajā ziņā JS apgalvo, ka tad, ja prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kas izvietoti uz iepakojuma vienības, ir noslēpti, jo šis iepakojums nav redzams, kad tas atrodas tirdzniecības automātā, Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkts neesot pārkāpts. Tirdzniecības automāts nav "līdzeklis", kas noslēpj prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību šīs tiesību normas izpratnē. Šādi "līdzekļi" var būt vienīgi lietas, kas apdraud prasītā brīdinājuma par ietekmi uz veselību integritāti, nevis lietas, ko izmanto tabakas izstrādājumu tirdzniecībai.

46. Komisija apgalvo, ka, ņemot vērā tās vērtējumu par trešo un ceturto prejudiciālo jautājumu, otrais jautājums nav jāizskata. Tomēr Komisija norāda, ka gadījumā, ja Tiesa nepiekristu tās piedāvātajai Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta interpretācijai, tai būtu jākonstatē, ka aplūkotais tirdzniecības automāts nevar tikt uzskatīts par "līdzekli", kas noslēpj prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību šīs direktīvas 8. panta 3. punkta izpratnē. Komisija uzskata, ka nav nekāda iemesla šo normu interpretēt plaši tādējādi, ka būtu pārkāpts 8. panta 3. punkts vienīgi tādēļ, ka mazumtirdzniecības telpās tirgotie tabakas izstrādājumi nav izvietoti šajās telpās. Prasīto brīdinājumu par ietekmi uz veselību efektivitāte var tikt nodrošināta ar citiem līdzekļiem, tādiem kā preču izvēles pogu atbilstība Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktam.

[17] Atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2003/33/EK (2003. gada 26. maijs) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas izstrādājumu reklāmu un ar to saistīto sponsordarbību (OV 2003, L 152, 16. lpp.) 5. panta 2. punktam.

[18] Mans izcēlums.

47. Es uzskatu, ka Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību "ar citiem līdzekļiem" neattiecas uz gadījumu, kad ir apslēpts viss tabakas izstrādājumu iepakojums, jo šie izstrādājumi atrodas tirdzniecības automātā.

48. Pirmkārt, Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā ir norādīts, ka *prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību* uz tabakas izstrādājumu iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma nedrīkst tikt daļēji vai pilnīgi noslēpti. Tajā nav norādīts, ka *iepakojuma vienības*, uz kurām ir izvietoti šie brīdinājumi, nedrīkst tikt noslēpti mazumtirdzniecības veikalos (lai nodrošinātu pilnīgu brīdinājumu redzamību) [19].

49. Otrkārt, ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmo teikumu, ciktāl tajā ir noteikts, ka prasītajiem brīdinājumiem par ietekmi uz veselību ir jābūt "drukātiem tā, lai tos nevarētu noņemt vai izdzēst", un tos nevar "daļēji" noslēpt vai "pārtraukt", tiek paredzēts nodrošināt, lai netiktu apdraudēta prasīto brīdinājumu par ietekmi uz veselību integritāte. Iepakojuma vienību, uz kuriem izvietoti šie brīdinājumi, uzglabāšana tirdzniecības automātā nekādi neietekmē brīdinājumu integritāti.

50. Treškārt, ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmo teikumu netiek vienkārši aizliegts noslēpt prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību. Tajā drīzāk ir precizēts, ka šie brīdinājumi nedrīkst tikt noslēpti, izmantojot noteiktus līdzekļus, proti, "nodokļu markas, cenu zīmes, drošības elementus, apvalkus, apvākojumus, kastītes *vai citus līdzekļus*" [20]. Ir skaidrs, ka tirdzniecības automāts nav vienkārša "kastīte" un vēl jo mazāk – apvalks vai apvākojums. Manuprāt, nevar arī uzskatīt, ka tas ietilptu Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētā aizlieguma piemērošanas jomā atsauces dēļ uz "citiem līdzekļiem", ar kuriem tiek noslēpti prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Tas, ka šajā tiesību normā nav definēti šie "citi līdzekļi", nenozīmē, ka *jebkas*, kas noslēpj brīdinājumus, ietilptu aizlieguma piemērošanas jomā. Drīzāk lietas, kas ir uzskaitītas kā piemēri, liek domāt, ka "citi līdzekļi" ir vai nu jāpiestiprina aplūkotā tabakas izstrādājuma iepakojumam (piemēram, nodokļu markas, cenu zīmes un drošības elementi), vai arī tiem pašiem ir jābūt šī iepakojuma (elementiem), ieskaitot "ārējo iepakojumu", kas definēts Direktīvas 2014/40 2. panta 29. punktā (piemēram, apvalki, apvākojumi un kastītes). Tas tā nav tirdzniecības automāta gadījumā, kuru nevar uzskatīt par iepakojumu, jo tā mērķis (atšķirībā no apvalkiem, apvākojumiem un kastītēm) nav norobežot vai pat uzglabāt vienu vai vairākas tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības, bet gan padarīt šos izstrādājumus pieejamus pārdošanai.

51. Ceturtkārt, Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma interpretācija, kas piedāvāta šo secinājumu 47. punktā, atbilst starptautiskajām tiesībām. Man jānorāda, ka Eiropas Savienība un tās dalībvalstis ir Pasaules Veselības organizācijas Vispārējās konvencijas par tabakas uzraudzību, kas parakstīta Ženēvā 2003. gada 21. maijā (turpmāk tekstā – "VKTU"), dalībnieces un tās noteikumi tām ir saistoši [21]. VKTU 11. panta 1. punktā ir noteikts, ka katra konvencijas puse "[..] pieņems un ieviesīs [..] efektīvus pasākumus, lai nodrošinātu sekojošo: [..] b) katrai paciņai un tabakas izstrādājumu paciņai un jebkādam ārējam iepakojumam un šādu izstrādājumu marķēšanai arī ir jāietver veselības brīdinājumi, kas apraksta postošās tabakas lietošanas sekas [..]". Man arī

[19] Patiesībā Direktīvas 2014/40 sagatavošanas darbos bija paredzēta (un noraidīta) pretēja pieeja, proti, tabakas izstrādājumu izvietošanas tirdzniecības vietās ierobežojumu vai pilnīga aizlieguma ieviešana. Šajā ziņā skat. Direktīvas 2014/40 ietekmes novērtējuma 1. daļas 4.1. iedaļu (50. lpp.), kā arī *RAND* pētījumu (227. un 233. lpp.).

[20] Mans izcēlums.

[21] Skat. Direktīvas 2014/40 7. apsvērumu. Skat. arī šīs direktīvas 1. pantu, kurā ir norādīts, ka tās mērķis ir "pildīt Savienības *pienākumus*, kas noteikti [VKTU]" (mans izcēlums).

jānorāda, ka VKTU puses ir pieņēmušas vadlīniju kopumu šīs konvencijas īstenošanai, kuras, lai gan tām nav saistoša spēka, tomēr ir vērstas uz to, lai īstenotu izšķirošu ietekmi uz Eiropas Savienības pieņemto noteikumu saturu attiecīgajā jomā[22]. Vadlīniju Pasaules Veselības organizācijas Vispārējās konvencijas par tabakas uzraudzību 11. panta piemērošanai (turpmāk tekstā – "VKTU 11. panta piemērošanas vadlīnijas") 10. punktā ir paredzēts, ka "Pusēm būtu jānodrošina, lai veselības brīdinājumi [..] netiktu aizklāti ar citiem obligātiem iesaiņojumiem un marķējuma apzīmējumiem vai komerciālajiem ieliktņiem vai uzlīmētiem elementiem" [neoficiāls tulkojums] vai "citiem apzīmējumiem, piemēram, nodokļu markām un apzīmējumiem, kā paredzēts Konvencijas 15. pantā". Tādējādi saskaņā ar VKTU 11. panta piemērošanas vadlīniju 10. punktu vienīgie elementi, kas nevar aizklāt brīdinājumus par ietekmi uz veselību, ir, i) "citi obligātie iesaiņojuma un marķējuma apzīmējumi"[23], tostarp VKTU 15. pantā prasītie apzīmējumi[24], un ii) "komerciāli ieliktņi vai uzlīmēti elementi"[25]. Ir skaidrs, ka tirdzniecības automāts neietilpst nevienā no šīm kategorijām. Tāpat minēto vadlīniju 54. punktā ir noteikts, ka "Pusēm būtu jānodrošina, lai pielīmējamas etiķetes, uzlīmes, futrāļi, rokturi, aploksnes, iepakojums un tabakas tirgotāju reklāmas ieliktņi vai uzlīmēti elementi neaizklātu, neiznīcinātu vai nesabojātu veselības brīdinājumus". Jau atkal nevienu no šiem jēdzieniem nevar piemērot tirdzniecības automāta apzīmēšanai. Visas lietas, kas saskaņā ar VKTU 11. panta piemērošanas vadlīniju 10. un 54. punktu nedrīkst aizklāt brīdinājumus par ietekmi uz veselību, ir lietas, kuras var uzlikt vai piestiprināt iepakojuma vienības iekšienē vai ārienē.

52. Tādējādi uz otro prejudiciālo jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt brīdinājumus par ietekmi uz veselību ar "citiem līdzekļiem" neattiecas uz gadījumu, kad viss tabakas izstrādājuma iepakojums ir apslēpts, jo šis izstrādājums tiek uzglabāts tirdzniecības automātā tādā veidā, ka patērētājam tas nav redzams.

C. Par trešo prejudiciālo jautājumu

53. Ar trešo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā Tiesai, vai attēls, kurš nav precīzs oriģinālā iepakojuma attēls, bet kuru tomēr patērētājs, pamatojoties uz tā dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu, saista ar cigarešu iepakojumu, ir uzskatāms par "uz iepakojuma vienībām izvietoto attēlu" Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē.

54. JS uzskata, ka uz trešo jautājumu būtu jāatbild noliedzoši. Tas uzskata, ka jautājums par to, vai aplūkotā tirdzniecības automāta izvēles pogās norādītie cigarešu zīmolu attēli var tikt uzskatīti par attēliem, kas izvietoti uz iepakojuma vienībām, Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē, neietilpst šīs direktīvas piemērošanas jomā, jo saskaņā ar tās 48. apsvērumu tā nesaskaņo valsts tiesisko regulējumu reklāmas jomā. Katrā ziņā šie cigarešu zīmolu attēli nav uzskatāmi par cigarešu paciņu attēliem 8. panta 8. punkta izpratnē. Tie drīzāk ir daļa no pārdošanas procesa, jo tie ļauj patērētājiem izvēlēties cigarešu, kuras tie vēlas iegādāties, zīmolu.

55. *A contrario* Komisija uzskata, ka uz trešo jautājumu ir jāatbild apstiprinoši. Tā uzskata, ka "uz iepakojuma vienības izvietoto attēlu" jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē ir jāinterpretē plaši tādējādi, ka tas aptver jebkādu cigarešu paciņas attēlojumu. Tas izrietot no

[22] Spriedums, 2016. gada 4. maijs, Polija/Parlaments un Padome (C-358/14, EU:C:2016:323, 47. punkts).

[23] Proti, "informācija par attiecīgajām tabakas izstrādājumu sastāvdaļām un izplūdi [emisijām]", kas būtu jāizvieto uz katras tabakas izstrādājumu iepakojuma vienības un ārējā iepakojuma (skat. VKTU 11. panta 2. punktu).

[24] VKTU 15. pantā prasīto marķējumu mērķis ir novērst tabakas izstrādājumu nelikumīgu tirdzniecību. To ekvivalenti Direktīvā 2014/40 ir tās 15. un 16. pantā paredzētā marķēšana unikālā un drošā veidā.

[25] Precizēšu, ka VKTU 11. panta piemērošanas vadlīniju 6. punktā "uzlīmēts elements" ir definēts kā "jebkurš paziņojums, kas piestiprināts individuāla iepakojuma ārpusē un/vai kastītei, kuru patērētāji iegādājas mazumtirdzniecībā [..]".

angļu un franču valodas vārda "image" izmantošanas; no prasības, ka patērētāja rīcībā, tāpat kā pārtikas marķējuma gadījumā, ir jābūt informācijai, lai tas varētu izdarīt izvēli, pilnībā pārzinot faktus, un lai patērētājs tiktu aizsargāts pret maldinošām norādēm; no mērķa nodrošināt augstu cilvēku veselības aizsardzības līmeni atbilstoši LESD 168. panta 1. punktam; un no tā, ka pretējā gadījumā patērētājs prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību redzētu tikai pēc tam, kad cigarešu paciņa tiktu izsniegta uz kases lentes.

56. Es uzskatu, ka cigarešu zīmolu attēli, kuri nav precīzi iepakojuma vienību attēli, bet kurus vidusmēra patērētājs sasaista ar tabakas iepakojumu tā dizaina dēļ, ir jāuzskata par "uz iepakojuma vienības izvietoto attēlu" Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē.

57. Kā minēts šo secinājumu 2. punktā, Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā ir norādīts, ka "uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotajiem attēliem, kas [..] vērsti uz patērētājiem", ir jāatbilst šīs direktīvas II sadaļas II nodaļas noteikumiem, proti, uz tiem it īpaši ir jāizvieto prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Tomēr uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietoto attēlu jēdziens nav definēts ne direktīvas 8. panta 8. punktā, ne kādā citā tās noteikumā.

58. Saskaņā ar judikatūru tādu jēdzienu nozīme un apjoms, kuriem Savienības tiesībās nav sniegta nekāda definīcija, ir jānoskaidro saskaņā ar to ierasto nozīmi ikdienas valodā, ņemot vērā kontekstu, kādā tie tiek lietoti, un ar tiesisko regulējumu, kurā tie ietilpst, sasniedzamos mērķus [26].

59. Pirmkārt, jēdziens "attēls" tā ierastajā nozīmē attiecas ne tikai uz personas vai lietas attēlu vai līdzību, bet arī uz personas vai lietas formas reprodukciju vai imitāciju. Tas rosina domāt, ka attēla jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē neizsmeļoši ietver tabakas izstrādājumu iepakojuma vienību vai ārējā iepakojuma precīzus attēlus un it īpaši – ka šis jēdziens attiecas ne tikai uz fotogrāfijām. Tā tas ir ne tikai saistībā ar angļu valodas vārdu "image", bet arī attiecībā uz franču valodas vārdu "image", itāļu valodas vārdu "illustrazione" un vācu valodas vārdu "Bild", kas izmantoti šajās 8. panta 8. punkta valodu versijās.

60. Otrkārt, Direktīvas 2014/40 10. panta 1. punkta a) apakšpunktā, kurā ir paredzēts, ka uz katras smēķēšanai paredzēta tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības un jebkāda ārējā iepakojuma ir jāizvieto kombinēti brīdinājumi par ietekmi uz veselību, ir aprakstīts, ka šo brīdinājumu veido rakstisks brīdinājums un "attiecīgs krāsains fotoattēls". Šīs direktīvas 2. panta 33. punktā, kurā ir definēts kombinētais brīdinājums par ietekmi uz veselību, ir izmantots jēdziens "fotoattēls vai ilustrācija". Tādējādi, atsaucoties uz fotoattēlu, 2. panta 33. punktā un 10. panta 1. punkta a) apakšpunktā netiek izmantots 8. panta 8. punktā izmantotais jēdziens "attēls", bet gan atšķirīgs jēdziens ("fotoattēls" vai "ilustrācija"). Tas rosina domāt, ka "attēla" jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē attiecas ne tikai uz iepakojuma vienību fotogrāfijām. Tas pats attiecas uz 2. panta 33. punkta un 10. panta 1. punkta a) apakšpunkta franču valodas versiju, kurā ir izmantoti jēdzieni "photo ou [..] illustration" un "photographie", nevis jēdziens "image", kas izmantots 8. panta 8. punktā; 2. panta 33. punkta un 10. panta 1. punkta a) apakšpunkta vācu valodas versijā ir izmantoti jēdzieni "Fotografie oder Illustration" un "Farbfotografie", nevis 8. panta 8. punktā izmantotais jēdziens "Bild". Tā tas gluži nav 2. panta 33. punkta un 10. panta 1. punkta a) apakšpunkta itāļu valodas versijā, kurā ir izmantoti jēdzieni "fotografia o [..] illustrazione" un "fotografia", savukārt 8. panta 8. punktā ir izmantots jēdziens

[26] Spriedums, 2021. gada 22. aprīlis, *Austrian Airlines* (C-826/19, EU:C:2021:318, 22. punkts).

"illustrazione". Tomēr kopumā šajās dažādajās 2. panta 33. punkta un 10. panta 1. punkta a) apakšpunkta valodu versijās, šķiet, ir izmantots cits jēdziens (vai jēdzieni), ja tajās patiešām ir atsauce uz fotogrāfiju.

61. Treškārt, manuprāt, uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietoto attēlu jēdziena Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē plaša interpretācija, to saprotot tādējādi, ka tas attiecas ne tikai uz precīziem iepakojuma vienību attēliem, bet arī uz attēliem, kurus patērētāji saista ar tabakas iepakojumu, atbilst šīs direktīvas mērķiem un, konkrētāk, šīs direktīvas 8. panta mērķim.

62. Saskaņā ar judikatūru Direktīvai 2014/40 ir dubults mērķis sekmēt netraucētu tabakas un ar to saistītu izstrādājumu iekšējā tirgus darbību, vienlaikus par pamatu ņemot cilvēku, īpaši jauniešu, augstu veselības aizsardzības līmeni[27]. Kā norāda iesniedzējtiesa, attēls, ko patērētājs saista ar tabakas iepakojumu, tāpat kā precīzs attēls, var izraisīt impulsīvu pirkumu. Šo impulsu var apkarot ar prasītajiem brīdinājumiem par ietekmi uz veselību. Tādējādi uz iepakojuma vienībām izvietoto attēlu jēdzienu 8. panta 8. punkta izpratnē plaša interpretācija, to saprotot tādējādi, ka tas attiecas arī uz attēliem, kurus patērētājs saista ar tabakas iepakojumu, ļautu šos brīdinājumus piestiprināt uz šiem attēliem, tādējādi atturot no tabakas izstrādājumu iegādes un uzlabojot cilvēku veselības aizsardzību.

63. Attiecībā uz 8. panta 8. punkta mērķi man šķiet, ka šīs tiesību normas mērķis ir novērst 8. panta 1. punktā paredzētā noteikuma apiešanu. Proti, 8. panta 1. punktā ir norādīts, ka uz katras tabakas izstrādājuma iepakojuma vienības ir jābūt izvietotiem brīdinājumiem par ietekmi uz veselību. Direktīvas 8. panta 3. punkts nodrošina šī noteikuma efektivitāti, aizliedzot noslēpt vai pārtraukt šos brīdinājumus. Direktīvas 8. panta 8. punkts tostarp attiecas uz situāciju, kurā mazumtirgotājs cenšas izvairīties no jebkāda prasīto brīdinājumu par ietekmi uz veselību izstādīšanas tirdzniecības vietā, iepakojuma vienību, uz kuriem ir izvietoti šie brīdinājumi, vietā izvietojot šo iepakojumu attēlus, uz kuriem nav izvietoti brīdinājumi. Pieprasot, lai uz tabakas iepakojuma attēliem arī būtu izvietoti brīdinājumi, 8. panta 8. punkta mērķis ir novērst šādu situāciju, tādējādi līdzīgi 8. panta 3. punktam nodrošinot 8. panta 1. punktā paredzētā noteikuma efektivitāti. Tabakas iepakojuma attēlu jēdziena 8. panta 8. punkta izpratnē plaša interpretācija tādējādi, ka tas aptver attēlus, kurus patērētājs saista ar tabakas izstrādājumu iepakojuma vienībām, ļautu nodrošināt pilnīgu 8. panta 1. punkta efektivitāti. Tas tā ir vēl jo vairāk tāpēc, ka šajā lietā 8. panta 1. punkta efektivitāti nevar nodrošināt, piemērojot 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzēto aizliegumu, kā tas ir izklāstīts šo secinājumu 47.–52. punktā.

64. Ceturtkārt, uz iepakojuma vienībām izvietoto attēlu jēdziena Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē interpretācija, kas piedāvāta šo secinājumu 56. punktā, atbilst starptautiskajām tiesībām. Proti, VKTU 13. panta 4. punktā ir noteikts – "kā minimums un saskaņā ar tās konstitūciju vai konstitūcijas principiem katra Puse: [..] b) pieprasīs, lai veselības vai citi atbilstoši brīdinājumi vai paziņojumi būtu izvietoti uz visām tabakas reklāmām un, kur atbilstošs, veicināšanai un sponsorēšanai". Jēdziens "tabakas reklāma un veicināšana" VKTU 1. panta c) punktā ir definēts kā "jebkura komerciāla komunikācija, rekomendācija vai darbība ar mērķi ietekmēt vai iespējami ietekmēt tabakas izstrādājumu vai tabakas izmantošanu vai nu tiešā, vai netiešā veidā". Saskaņā ar Vadlīniju par Pasaules Veselības organizācijas Vispārējās konvencijas par tabakas kontroli 13. panta piemērošanu (turpmāk tekstā – "VKTU 13. panta piemērošanas

[27] Spriedumi, 2016. gada 4. maijs, Polija/Parlaments un Padome (C-358/14, EU:C:2016:323, 80. punkts); 2016. gada 4. maijs, *Philip Morris Brands* u.c. (C-547/14, EU:C:2016:325, 171. un 220. punkts); 2018. gada 17. oktobris, *Günter Hartmann Tabakvertrieb* (C-425/17, EU:C:2018:830, 23. punkts); 2019. gada 30. janvāris, *Planta Tabak* (C-220/17, EU:C:2019:76, 38. punkts), un 2018. gada 22. novembris, *Swedish Match* (C-151/17, EU:C:2018:938, 40. punkts).

vadlīnijas") 14. punktu "tirdzniecības automāti [..] paši par sevi ir reklāmas vai veicināšanas līdzekļi Konvencijas izpratnē"[28]. No tā izriet, ka saskaņā ar VKTU 13. panta 4. punkta b) apakšpunktu uz tabakas tirdzniecības automātiem kā tabakas reklāmas veida ir "jāizvieto" vai – drīzāk – jānorāda brīdinājumi par ietekmi uz veselību[29].

65. Tādējādi man šķiet, ka uz iepakojuma vienībām izvietoto attēlu jēdzienam Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē ir jāattiecas ne tikai uz šī iepakojuma precīziem attēliem, bet arī uz attēliem, kurus vidusmēra patērētājs saista ar tabakas izstrādājumu iepakojuma vienībām. Kā norāda iesniedzējtiesa, lai noteiktu, vai konkrēts attēls var tikt saistīts ar iepakojuma vienībām, ir jāņem vērā tā dizains attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu.

66. Jautājums par to, vai šajā lietā cigarešu zīmolu attēli, kas atrodas uz aplūkotā tirdzniecības automāta izvēles pogām, ir uzskatāmi par attēliem, kurus vidusmēra patērētājs saista ar tabakas izstrādājumu iepakojuma vienībām to dizaina dēļ, ir fakta jautājums, kas ir jāizvērtē iesniedzējtiesai.

67. Līdz ar to uz trešo prejudiciālo jautājumu ir jāatbild, ka tabakas izstrādājumu "uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietoto attēlu" jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē attiecas ne tikai uz attēliem, kas ir precīzi iepakojuma vienību vai jebkādu ārējo iepakojumu attēli, bet arī uz attēliem, kurus vidusmēra patērētājs saista ar iepakojuma vienībām vai jebkuru ārējo iepakojumu, pamatojoties uz to dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu.

D. Ceturtais prejudiciālais jautājums

68. Ar ceturto jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā Tiesai, vai gadījumā, ja uz cigarešu paciņas attēla, uz kuru attiecas Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta piemērošanas joma, nav izvietoti prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, šis attēls tomēr atbilst šai tiesību normai, ja patērētājam ir iespēja šos brīdinājumus redzēt pirms paciņas iegādes.

69. No lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu izriet, ka *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē) ir konstatējusi, ka ar Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktu ir aizliegts izmantot cigarešu paciņu attēlus, uz kuriem nav izvietoti prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, vienīgi tad, ja šie attēli ir izvietoti paciņu vietā pirms pirkuma līguma noslēgšanas. Iesniedzējtiesa uzskata, ka ir apšaubāmi, vai var piekrist *Oberlandesgericht München* (Federālās zemes Augstākā tiesa Minhenē).

70. JS uzskata – pat ja uz aplūkotā tirdzniecības automāta izvēles pogām esošie cigarešu zīmolu attēli tiktu uzskatīti par iepakojuma vienību attēliem Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē, šī tiesību norma nebūtu pārkāpta, jo patērētājs redz prasītos brīdinājumus par ietekmi uz veselību, kad iepakojums viņam tiek nodots. Turklāt viņš šos brīdinājumus redz katru reizi, kad viņš aizsmēķē cigareti.

[28] Tāpat ir jāatsaucas uz šo vadlīniju pielikuma ceturto ievilkumu "Tabakas reklāmas, veicināšanas un sponsorēšanas veidu indikatīvs (neizsmeļošs) saraksts Konvencijas izpratnē", kurā ir atsauce uz "tabakas izstrādājumu tirdzniecības automātiem".

[29] Protams, VKTU 13. panta piemērošanas vadlīniju 40. punkta pēdējā teikumā ir norādīts, ka, "lai palielinātu to efektivitāti, brīdinājumiem vai citiem paziņojumiem, ko Puses pieprasa saskaņā ar Konvencijas 13.4. panta b) punktu, ir jābūt *saskaņotiem ar* brīdinājumiem vai citiem paziņojumiem par iepakojumu, kas ir pieprasīti saskaņā ar Konvencijas 11. pantu" (mans izcēlums), – tas nozīmē, ka brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kas saskaņā ar VKTU 13. panta 4. punkta b) apakšpunktu ir jāizvieto uz tabakas tirdzniecības automātiem, *nav identiski* brīdinājumiem par veselību, kas ir jāizvieto uz iepakojumu vienībām un tabakas izstrādājumu iepakojumiem saskaņā ar VKTU 11. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Tomēr no VKTU 13. panta 4. punkta b) apakšpunkta un VKTU 13. panta īstenošanas vadlīniju 14. punkta skaidri izriet, ka uz tabakas tirdzniecības automātiem ir jāizvieto vismaz *kāda veida* brīdinājumi par ietekmi uz veselību.

71. Komisija aizstāv pretēju viedokli.

72. Es uzskatu, ka tad, ja uz cigarešu paciņas attēla, uz kuru attiecas Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta piemērošanas joma, nav izvietoti prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, nav nozīmes tam, vai patērētājam ir iespēja redzēt šos brīdinājumus pirms šīs paciņas iegādes.

73. Pirmkārt, Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā ir paredzēts vispārīgs noteikums, saskaņā ar kuru iepakojuma vienību attēliem ir jāatbilst šīs direktīvas II sadaļas II nodaļas prasībām, it īpaši prasībai, ka uz tiem ir jāizvieto prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Šis noteikums nav saistīts ne ar kādiem nosacījumiem vai ierobežojumiem. Tādējādi ar 8. panta 8. punktu ir aizliegts *izmantot* attēlus, kuros nav iekļauti prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, neatkarīgi no jebkāda pirkuma procesa. Pietiek ar to, ka attēli "ir vērsti uz patērētājiem", kā tas noteikti ir lielveikalos izmantoto attēlu gadījumā, tostarp šajā lietā.

74. Otrkārt, nevar iebilst, ka, ņemot vērā, ka Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta mērķis ir vienīgi novērst šīs direktīvas 8. panta 1. punktā paredzētā noteikuma, ka katrā cigarešu paciņā ir jāiekļauj prasītie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, apiešanu, šī pirmā tiesību norma nav pārkāpta, ja patērētājs šos brīdinājumus var redzēt, pirms tas iegādājas cigarešu paciņu. Šāda interpretācija būtu pretrunā 8. panta 8. punkta formulējumam, kurā nav ietverts arī šāds izņēmums no tajā paredzētā noteikuma. Citiem vārdiem sakot, 8. panta 8. punkta mērķis ir ne tikai novērst 8. panta 1. punkta apiešanu, kā tas ir izklāstīts šo secinājumu 63. punktā, bet arī papildināt šajā tiesību normā paredzēto noteikumu.

75. Tādējādi uz ceturto uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka tad, ja uz tabakas izstrādājuma iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotajiem attēliem Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē nav izvietoti šīs direktīvas II sadaļas II nodaļā paredzētie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, šī tiesību norma ir pārkāpta pat tad, ja patērētājam ir iespēja redzēt iepakojuma vienību vai ārējo iepakojumu, uz kura ir izvietoti šie brīdinājumi, pirms viņš izstrādājumu iegādājas.

IV. Secinājumi

76. Ņemot vērā iepriekš minēto, ierosinu Tiesai uz *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

1) Ja tabakas izstrādājums tiek piedāvāts pārdošanā ar tirdzniecības automāta starpniecību, kurš patērētājam ir jāizmanto, lai izstrādājums tiktu izsniegts uz kases lentes, pirms par to tiek samaksāts, šis izstrādājums Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2014/40/ES (2014. gada 3. aprīlis) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas un saistīto izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu un ar ko atceļ Direktīvu 2001/37/EK 2. panta 40. punkta izpratnē ir uzskatāms par laistu tirgū brīdī, kad tas tiek piedāvāts pārdošanai ar šī tirdzniecības automāta starpniecību, nevis brīdī, kad par to ir samaksāts un pārdevējs faktisko valdījumu pār šo izstrādājumu nodod pircējam.

2) Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt brīdinājumus par ietekmi uz veselību ar "citiem līdzekļiem" neattiecas uz gadījumu, kad viss tabakas izstrādājuma iepakojums ir apslēpts, jo šis izstrādājums tiek uzglabāts tirdzniecības automātā tādā veidā, ka patērētājam tas nav redzams.

3) Tabakas izstrādājumu "uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietoto attēlu" jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē attiecas ne tikai uz attēliem, kas ir precīzi iepakojuma vienību vai jebkādu ārējo iepakojumu attēli, bet arī uz attēliem, kurus vidusmēra patērētājs saista ar iepakojuma vienībām vai jebkuru ārējo iepakojumu, pamatojoties uz to dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu.

4) Ja uz tabakas izstrādājuma iepakojuma vienībām vai jebkāda ārējā iepakojuma izvietotajiem attēliem Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē nav izvietoti šīs direktīvas II sadaļas II nodaļā paredzētie brīdinājumi par ietekmi uz veselību, šī tiesību norma ir pārkāpta pat tad, ja patērētājam ir iespēja redzēt iepakojuma vienību vai ārējo iepakojumu, uz kura ir izvietoti šie brīdinājumi, pirms viņš izstrādājumu iegādājas.