Сборник съдебна практика

ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛНИЯ АДВОКАТ
Е. ТАНЧЕВ
представено на 15 юли 2021 година [1]

Дело C-370/20

Pro Rauchfrei e.V.
срещу
JS e.K.

(Преюдициално запитване, отправено от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия)

„Директива 2014/40/ЕС — Здравни предупреждения, които се поставят на всяка потребителска опаковка на тютюневите изделия и на всяка външна опаковка — Автомат за продажба на тютюневи изделия — Член 2, точка 40 — Понятието „пускане на пазара“ — Член 8, параграф 3 — Забрана за „скриване“ на здравните предупреждения от „други елементи“ — Член 8, параграф 8 — Понятието „изображения“ на потребителски опаковки и на всякакви външни опаковки, предназначени за потребителите в Европейския съюз“

1. Спорът в главното производство се отнася до етикетирането и опаковането на тютюневи изделия, продавани чрез автомати за продажба. Директива 2014/40/ЕС на Европейския парламент и Съвета [2] изисква на всяка потребителска опаковка на тютюневи изделия да се поставят предвидените от нея здравни предупреждения. Член 8, параграф 3 от Директивата уточнява, че тези предупреждения трябва да бъдат изцяло видими, включително да не бъдат скривани от определени елементи. Въпросът пред Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) е нарушава ли се забраната за скриване на предупрежденията, когато здравните предупреждения върху цигарените кутии не са видими при съхраняване на кутиите в автомат за продажба. За да има нарушение, автоматът за продажба би следвало да се разглежда, наред, например, с изрично посочените в член 8, параграф 3 обвивки и обложки, като елемент, който скрива предупрежденията, което е спорно.

2. Запитващата юрисдикция също иска да установи дали има нарушение на предвиденото в член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 правило, че на *изображенията* на потребителските опаковки и на всякакви външни опаковки също трябва да се поставят здравни предупреждения. Наистина, върху поставените на въпросния автомат за продажба бутони за избор на изделие, предмет на разглеждане в главното производство, се виждат изображения на различни марки цигари. Въпросът е дали тези изображения могат да се

[1] Език на оригиналния текст: английски.

[2] Директива от 3 април 2014 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи и свързани с тях изделия и за отмяна на Директива 2001/37/ЕО (ОВ L 127, 2014 г., стр. 1 и поправка в ОВ L 150, 2015 г., стр. 24).

считат за изображения по смисъла на член 8, параграф 8 от тази директива, като в такъв случай на тях би било необходимо да са поставени здравни предупреждения, което не е направено.

3. Следователно настоящото дело предоставя възможност на Съда да се произнесе във връзка с автомат за продажба на тютюневи изделия относно обхвата на изискването не само всяка потребителска опаковка на тютюнево изделие, но и на изображенията на тази опаковка да се поставят предвидените в Директива 2014/40 здравни предупреждения.

I. Правна уредба

A. Правото на Европейския съюз

4. Член 2 от Директива 2014/40 предвижда:

„За целите на настоящата директива се прилагат следните определения:

[…]

40) „пускане на пазара“ означава предоставянето на изделия, независимо къде са произведени, на потребителите в Съюза срещу заплащане или безплатно, включително чрез продажба от разстояние; в случай на трансгранични продажби от разстояние изделието се счита за пуснато на пазара в държавата членка, в която се намира потребителят;

[…]“.

5. Член 8 от Директива 2014/40 гласи:

„1. На всяка потребителска опаковка на тютюневите изделия и на всяка външна опаковка се поставят предвидените в настоящата глава здравни предупреждения на официалния език или официалните езици на държавата членка, където изделието се пуска на пазара.

[…]

3. Държавите членки гарантират, че когато тютюневите изделия се пускат на пазара, здравните предупреждения върху потребителската опаковка и върху всички външни опаковки са отпечатани по начин, който не позволява те да бъдат отстранени, и са незаличими и изцяло видими, включително не се скриват или прекъсват изцяло или отчасти от бандероли, етикети с цената, защитни елементи, обвивки, обложки, кутии или други елементи. Върху потребителските опаковки на тютюневите изделия, различни от цигари и тютюн за ръчно свиване на цигари в калъф, здравните предупреждения могат да се поставят чрез стикери, при условие че тези стикери не могат да бъдат отстранени. Здравните предупреждения остават цялостни при отварянето на потребителската опаковка, с изключение на пакетите със затварящо се капаче, при които здравните предупреждения могат да бъдат разделени при отварянето на опаковката, но единствено по начин, гарантиращ графичната цялост и видимостта на текста, снимките и информацията за преустановяване на употребата на тютюневи изделия.

[…]

8. Изображенията на потребителските опаковки и на всякакви външни опаковки, насочени към потребителите в Съюза, отговарят на разпоредбите от настоящата глава“.

Б. Германското законодателство

6. Член 11 от Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Правилник за тютюневите изделия и свързаните с тях изделия, наричан по-нататък „TabakerzV“), озаглавен „Общи разпоредби за етикетирането на тютюневи изделия“, гласи:

„(1) За оформлението и поставянето на посочените в членове 12–17 здравни предупреждения на опаковките и външните опаковки на тютюневите изделия се прилагат следните общи изисквания: Здравните предупреждения

[…]

4. не могат да се скриват или прекъсват изцяло или отчасти в момента на пускане на пазара, включително в момента на предлагане за продажба; за пакетите със затварящо се капаче, при които предупрежденията се разделят при отварянето на опаковката, това може да бъде направено единствено по начин, гарантиращ графичната цялост и четливост

[…]

(2) Възпроизвеждането на опаковки и на външни опаковки, предназначено за промоционални дейности, насочени към потребителите в Европейския съюз, отговаря на изискванията на настоящия подраздел“ [3].

II. Спорните факти в главното производство и преюдициалните въпроси

7. JS стопанисва два супермаркета в Мюнхен (Германия). От 20 май 2017 г. на касите в тези магазини предлага за продажба цигари от показания по-долу на снимката автомат за продажба (наричан по-нататък „въпросният автомат за продажба“):

[3] Посоченият в член 11, параграф 2 от TabakerzV „подраздел“ е подраздел 3 от него, който урежда опаковането и предупрежденията.



8. Наличните във въпросния автомат за продажба кутии цигари не са видими за клиента. Въпреки че върху бутоните за избор на изделие на този автомат за продажба се виждат различни марки цигари, те не показват изискваните от закона здравни предупреждения.

9. Продажбата се осъществява, като клиентът първо иска от служител на касата да включи автомата за продажба, а след това натиска бутона за избор на желаната марка цигари. Подаващото устройство на автомата пуска кутията цигари върху касовата лента. След това плащането се осъществява на касата, ако клиентът не се е отказал от намерението си за покупка. Организирането на процеса на продажба с автомат за продажба се прави с цел предотвратяване на кражби и на продажби на непълнолетни лица.

10. Pro Rauchfrei e.V., сдружение с нестопанска цел, предявява пред Landgericht München I (Областен съд Мюнхен I, Германия) иск за налагане на JS на забрана да предлага за продажба тютюневи изделия, по-специално цигари, по начин, при който здравните предупреждения върху потребителските опаковки или върху външните им опаковки са скрити, както е описано в точки 8 и 9 по-горе, а при неизпълнение на тази забрана да му бъде наложена имуществена санкция. При условията на евентуалност Pro Rauchfrei иска да се забрани на JS да предлага за продажба тютюневи изделия, по-специално цигари, по начин, при който вместо потребителските опаковки със здравни предупреждения се виждат изображения на потребителски опаковки без такива предупреждения, както е описано в същите точки.

11. С решение от 5 юли 2018 г. Landgericht München I (Областен съд Мюнхен I) отхвърля иска.

12. С решение от 25 юли 2019 г. Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен, Германия) отхвърля жалбата на Pro Rauchfrei срещу решението на Landgericht München I (Областен съд Мюнхен I).

13. Pro Rauchfrei подава ревизионна жалба срещу решението на Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен) пред Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд).

14. Според Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд) успехът на ревизионната жалба зависи от тълкуването на член 8, параграф 3, първо изречение и член 8, параграф 8 от Директива 2014/40. Поради това той спира производството по делото и отправя до Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Включва ли понятието за пускане на пазара по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от [Директива 2014/40] предлагането на тютюневи изделия чрез автомати по такъв начин, че намиращите се в автомата цигарени опаковки, макар и да притежават изискваните от закона предупреждения, са поставени в автомата по такъв начин, че тези предупреждения предварително не са видими за потребителя, а стават видими едва след като отключеният преди това от персонала на касата автомат бъде задействан от клиента и по този начин цигарената опаковка се придвижи върху касовата лента още преди процеса на плащане?

2) Включва ли съдържащата се в член 8, параграф 3, първо изречение от [Директива 2014/40] забрана за „скриване на предупрежденията от други елементи“ също и случая, когато при презентиране на стоки чрез автомат се скрива цялата потребителска опаковка на тютюневото изделие?

3) Налице ли е признакът „изображения на потребителски опаковки“ по член 8, параграф 8 от [Директива 2014/40] и тогава, когато дадено изображение не е същинското изображение на оригиналната опаковка, но поради неговото оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката потребителят го асоциира с опаковка на тютюнево изделие?

4) Независимо от използваното изображение, изпълнени ли са изискванията на член 8, параграф 8 от [Директива 2014/40] и тогава, когато преди сключване на договора за покупка потребителят има възможност да види цигарените опаковки с изискваните от закона предупреждения?

15. Писмени становища представят JS и Европейската комисия. По настоящото дело не е проведено съдебно заседание.

III. Анализ

A. По първия преюдициален въпрос

16. С първия въпрос запитващата юрисдикция по същество иска от Съда да установи дали понятието за пускане на пазара по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 включва представянето на кутии цигари чрез автомати за продажба по такъв начин, че тези кутии първоначално се съхраняват в автомата, без да са видими за

потребителя, поради което поставените върху тях здравни предупреждения стават видими едва след като автоматът бъде задействан от клиента и кутията бъде поставена на касовата лента, преди да се извърши плащане.

17. Както посочих в точка 1 по-горе, съгласно член 8, параграф 1 от Директива 2014/40 на всяка потребителска опаковка на тютюневи изделия и на всяка външна опаковка трябва да се поставят предвидените в дял II, глава II от тази директива здравни предупреждения (наричани по-нататък „задължителните здравни предупреждения“). Член 8, параграф 3 от същата директива уточнява по-специално че тези предупреждения не могат да се скриват или прекъсват изцяло или отчасти от определени елементи.

18. Отбелязвам, че съгласно член 8, параграф 3 от Директива 2014/40 задължението за поставяне на задължителните здравни предупреждения, както и забраната за тяхното прекъсване или скриване, се прилага само „когато тютюневите изделия се пускат на пазара“ [4]. Член 2, точка 40 от Директива 2014/40 съдържа следното определение на понятието за пускане на пазара: „предоставянето на изделия, независимо къде са произведени, на потребителите в Съюза срещу заплащане или безплатно, включително чрез продажба от разстояние […]“.

19. Следователно с първия си въпрос запитващата юрисдикция по същество иска да установи дали в разглеждания случай трябва да се счита, че кутия цигари се пуска на пазара: i) когато се предлага за продажба чрез въпросния автомат за продажба, тоест преди да е взето решение за покупката, или ii) в момента на преминаване на фактическата власт върху кутията от продавача към клиента, тоест след извършване на плащане.

20. Следва да се отбележи, че според акта за преюдициално запитване Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен) счита, че предлагането за продажба на кутии цигари чрез автомат за продажба не попада в обхвата на Директива 2014/40, доколкото представянето по този начин е „търговск[о решение]“, което съгласно съображение 48 от директивата тя не хармонизира [5]. Затова преди да анализирам първия преюдициален въпрос, считам за необходимо да се разгледа въпросът дали Директива 2014/40 е приложима в настоящия случай.

1. Приложима ли е Директива 2014/40 в разглеждания случай

21. За разлика от Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен), запитващата юрисдикция изглежда е склонна да приеме, че Директива 2014/40 е приложима. По-специално запитващата юрисдикция отбелязва, че макар съображение 48 от Директива 2014/40 да посочва, че тя не хармонизира правилата относно „вътрешната реклама“, съображение 43 и член 20, параграф 5 все пак определят правила относно рекламирането на електронни цигари. Освен това запитващата юрисдикция посочва, че според съображение 60 и заглавието на Директива 2014/40 тя хармонизира в частност разпоредбите относно „представянето“ на тютюневите изделия, което може да се разбира като включващо и обстоятелствата, при които се осъществява тяхното презентиране.

[4] „[К]ъдето изделието се пуска на пазара“ съгласно член 8, параграф 1 от Директива 2014/40.

[5] Според акта за преюдициално запитване „[Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен)] приема, че съхраняването на потребителските опаковки цигари във въпросния автомат за продажба е просто търговско решение. Според посочения съд от съображение 48 от Директива 2014/40 следва, че целта на тази директива за сближаване на националните разпоредби не обхваща търговските решения и рекламата. Следователно посочените разпоредби от тази директива не са приложими относно предлагането за продажба на цигари чрез автомати за продажба, което е предмет на разглеждане по настоящото дело“.

22. В това отношение JS твърди, че i) съображение 48 от Директива 2014/40 се прилага не само за електронните цигари, но и за тютюневите изделия; ii) продажбата на кутии цигари чрез автомат за продажба представлява търговско решение по смисъла на това съображение и iii) следователно продажбата на кутии цигари чрез автомат за продажба попада извън обхвата на тази директива.

23. Комисията заема обратното становище. Тя твърди, че макар според съображение 48 от Директива 2014/40 търговските решения, например продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба, да са от компетентността на държавите членки, здравните предупреждения, които се поставят на тютюневите изделия, попадат в обхвата на директивата и тя изцяло ги хармонизира. Комисията по-специално подчертава, че Европейският съюз е компетентен да сближава национални разпоредби, които заобикалят мерки, свързани с функционирането на вътрешния пазар, например разпоредбите на Директива 2014/40 относно етикетирането [6].

24. Считам, че Директива 2014/40 е приложима към разглеждания случай.

25. Първото изречение на съображение 48 от Директива 2014/40 гласи, че „[…] настоящата директива не хармонизира правилата относно среда без тютюнев дим *или относно вътрешните търговски [решения], вътрешната реклама* или разширяването на марката и върху други категории изделия, нито пък въвежда възрастови граници за електронните цигари или контейнерите за многократно пълнене“ [7].

26. Според мен първото изречение на съображение 48 от Директива 2014/40 се прилага само за електронните цигари и контейнерите за многократно пълнене, а не за тютюневи изделия като цигарите [8]. Това е така, защото, първо, в това изречение изрично се посочват „електронните цигари или контейнерите за многократно пълнене“. Второ, във всички предходни съображения — а именно съображения 36—47 — става дума за електронни цигари или течност, съдържаща никотин [9], без да се споменават тютюневите изделия. Трето, това тълкуване се потвърждава от подготвителните работи по Директива 2014/40. В документ, изготвен от председателството на Съвета на Европейския съюз [10], се посочва, че съображения a)—m), съответстващи на съображения 36—48 от Директива 2014/40, са „съображения, свързани с член 18“ — понастоящем член 20 от Директива 2014/40, озаглавен „Електронни цигари“. По-специално, съображение l е почти идентично със съображение 48 от Директива 2014/40.

6 Комисията се позовава на решение от 5 октомври 2000 г., Германия/Парламент и Съвет (C-376/98, EU:C:2000:544, т. 100).

7 Курсивът е мой.

8 За пълнота следва да уточня, че електронните цигари не са тютюневи изделия. Съгласно член 2, точка 4 от Директива 2014/40 тютюневите изделия трябва да „са съставени, дори частично, от тютюн“. Това не е така при електронните цигари, които, както посочва член 2, точка 16, се използват „за консумация на съдържащи никотин пари“. Електронните цигари не се използват за консумация на тютюн, определен в член 2, точка 1 като „листа и други естествени преработени или непреработени части на тютюневото растение“ (вж. решение от 4 май 2016 г., Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, точки 37 и 38).

9 С изключение обаче на съображения 42 и 45. Все пак в съображение 42 се използва изразът „тези изделия“, който може да се разбира единствено като препратка към изделията, посочени в предходното съображение, а именно електронните цигари. Освен това упоменаването в съображение 45 на „предполагаемите неблагоприятни последици“ за човешкото здраве отразява член 20, параграф 9, който се прилага само за електронните цигари, а споменатата в същото съображение „предпазна клауза“ е в съответствие с член 20, параграф 11, който също е приложим само за електронните цигари.

10 Вж. документ № 17727/13 ANNEX на Съвета от 17 декември 2013 г. (на стр. 15).

27. Все пак, независимо дали първото изречение на съображение 48 от Директива 2014/40 се прилага за тютюневите изделия или не, според мен не може да се счита, че тази директива хармонизира националните разпоредби относно продажбата на тютюневи изделия, предлагани чрез автомати за продажба, нито националните разпоредби относно рекламирането на тези изделия на автоматите за продажба на тютюневи изделия.

28. Първо, Директива 2014/40 не хармонизира националните разпоредби относно продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба. Всъщност член 1 от Директива 2014/40, който урежда предмета ѝ, не споменава продажбите чрез автомати за продажба, нито търговските решения[11]. Освен това забраната или ограничаването на продажбите чрез автомати за продажба е било предвидено и отхвърлено в оценката на въздействието на Директива 2014/40[12]. Накрая, продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба попада в обхвата на Препоръка 2003/54/ЕО на Съвета[13], която съгласно съображение 16 разглежда практики за рекламиране, маркетинг и промотиране, „различни“ от тези, които са включени по-специално в Директива 2001/37/ЕО на Европейския парламент и на Съвета[14] (понастоящем отменена и заменена от Директива 2014/40). В това отношение следва да се посочи точка 1, буква в) от Препоръка 2003/54/ЕО, в която на държавите членки се препоръчва „[да се] огранич[и] достъп[ът] до автоматите за продажба на тютюневи изделия само до места, достъпни за лица над определената в националното законодателство минимална възраст за закупуване на тютюневи изделия“ или, ако не съществува такова възрастово ограничение, „[да се] огранич[и] по друг начин достъп[ът] до изделията, продавани чрез такива автомати“ [неофициален превод].

29. Второ, Директива 2014/40 не хармонизира националните разпоредби относно рекламата на тютюневи изделия на автомати за продажба на тютюневи изделия. Всъщност в член 1 от Директива 2014/40, който урежда предмета на Директивата, изобщо не се споменава рекламата върху автоматите за продажба на тютюневи изделия, нито рекламата на тютюневи изделия, независимо от носителя ѝ. Освен това рекламата на тютюневи изделия върху автомати за продажба на тютюневи изделия попада в обхвата на Препоръка 2003/54, която, както поясних в точка 28 по-горе, се отнася за практики на рекламиране, маркетинг и промотиране, които са извън обхвата на Директива 2014/40. В това отношение следва да се посочи точка 2, буква г) от Препоръка 2003/54, в която на държавите членки се

[11] С изключение на „трансграничните продажби на тютюневи изделия от разстояние“ в член 1, буква г), които именно не са „вътрешни“ търговски решения, изключени съгласно първото изречение на съображение 48 от Директива 2014/40 от нейния обхват.

[12] Оценка на въздействието от 19 декември 2012 г., съпътстваща предложението за директива на Европейския парламент и на Съвета за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи и свързани с тях изделия (SWD(2012) 452 окончателен) (наричана по-нататък „оценката на въздействието на Директива 2014/40“). Съгласно част I, раздел 4.1 от оценката на въздействието на Директива 2014/40 „сближаването на законодателствата на държавите членки относно автоматите за продажба на тютюневи изделия („TVM“) е отхвърлено в оценката за въздействие и на общественото допитване. Тази област от политиката е отхвърлена поради съображения за субсидиарност и вече постигнатия напредък в нея“ (стр. 50). Вж. още изготвеното от RAND Europe проучване, озаглавено Assessing the Impacts of Revising the Tobacco Products Directive (Оценка на въздействието на промените в директивата за тютюневите изделия) от септември 2010 г (наричано по-нататък „проучването на RAND“). Според проучването на RAND три от петте предвидени от Комисията варианта съдържат мерки относно автоматите за продажба на тютюневи изделия: Вариант 3 включва мерки, с помощта на които „автоматите за продажба на тютюневи изделия стават недостъпни за непълнолетни лица“, а варианти 4 и 5 предвиждат „пълна забрана на автоматите за продажба“ (вж. стр. 189, 219, 227 и 235). Проучването на RAND може да бъде намерено на уебсайта на Европейската комисия.

[13] Препоръка от 2 декември 2002 година за превенция на тютюнопушенето и инициативи за подобряване на контрола на тютюна (ОВ L 22, 2003 г., стр. 31).

[14] Директива от 5 юни 2001 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи изделия (ОВ L 194, 2001 г., стр. 26; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 7, стр. 125). Директива 2001/37 е спомената в съображение 9 от Препоръка 2003/54.

препоръчва „в съответствие с националните конституции или конституционни принципи да забранят“ „използването на […] рекламни техники на открито или закрито (например рекламата върху автомати за продажба на тютюневи изделия)“ [неофициален превод] [15].

30. Все пак, макар Директива 2014/40 да не хармонизира националните разпоредби относно продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба или относно рекламата върху такива автомати, от това не следва, че Директивата е неприложима в разглеждания случай.

31. Първо, въпросът пред Съда не е дали тютюневите изделия могат да се продават чрез автомати за продажба (нито дали продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба може да се ограничи само за лица над законоустановената минимална възраст за закупуване на такива изделия). Въпросът е, *доколкото националното законодателство допуска продажбата на тютюневи изделия чрез автомат за продажба, какъвто явно е случаят в Германия*, дали този автомат може, от една страна, изцяло да скрива задължителните здравни предупреждения върху намиращите се в него тютюневи изделия и от друга страна, да показва върху бутоните за избор изображения на тези изделия без тези предупреждения. Този въпрос попада в обхвата на Директива 2014/40, тъй като съгласно член 1, буква б) от тази директива една от целите ѝ е сближаването на националните норми относно „някои аспекти на етикетирането и опаковането на тютюневите изделия, включително здравните предупреждения“. По нищо не личи, че хармонизирането на релевантните „аспекти“ на етикетирането и опаковането на тютюневите изделия се ограничава до продажбата им с конкретни способи.

32. Второ, въпросът пред Съда не е дали рекламата на тютюневи изделия е разрешена или не. По-конкретно, въпросът не е дали на автоматите за продажба могат да се поставят реклами на тютюневи изделия. Въпросът е дали, *доколкото рекламирането върху автоматите за продажба е разрешено, какъвто явно е случаят в Германия*, изображенията на марки цигари, поставени върху бутоните за избор на автомат за продажба, трябва да бъдат придружени от задължителните здравни предупреждения. Този въпрос попада в обхвата на Директива 2014/40, тъй като съгласно член 1, буква б) от тази директива една от целите ѝ е сближаването на националните норми относно здравните предупреждения, които трябва да се поставят върху потребителските опаковки на тютюневите изделия, а съгласно член 8, параграф 8 и върху изображенията на тези потребителски опаковки.

33. Стигам до извода, че противно на твърдението на JS, Директива 2014/40 е приложима в разглеждания случай.

2. Представлява ли пускане на пазара предлагането на тютюневи изделия чрез въпросния автомат за продажба?

34. Както посочих в точка 19 по-горе, запитващата юрисдикция по същество иска да установи дали в разглеждания случай трябва да се счита, че кутия цигари се пуска на пазара, когато се предлага за продажба чрез въпросния автомат за продажба, или в момента на преминаване на фактическата власт над кутията от продавача към клиента след извършване на плащането.

[15] Следва да се посочи още съображение 14 от Препоръка 2003/54, съгласно което на автоматите за продажба „не трябва да се поставят реклами, освен строго необходимото за обозначаване на продаваните изделия“ [неофициален превод].

35. JS твърди, че независимо дали Директива 2014/40 е приложима в разглеждания случай съхраняването на тютюневи изделия във въпросния автомат за продажба не може да представлява пускане на пазара.

36. Според Комисията не е нужно да се разглежда този въпрос предвид нейното становище по трети и четвърти въпрос. Комисията обаче счита, че ако Съдът не се съгласи с предложеното от нея тълкуване на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, той трябва да приеме, че в момента, в който се постави на касовата лента, цигарената кутия безспорно е пусната на пазара. Запитващата юрисдикция е компетентна да прецени дали кутията е била пусната на пазара на по-ранен етап.

37. Според мен кутия цигари се пускат на пазара в момента, в който бъде предложена за продажба чрез въпросния автомат за продажба.

38. Член 2, точка 40 от Директива 2014/40 дава широко определение на понятието за пускане на пазара на тютюневи изделия. За да се счита, че дадено изделие е пуснато на пазара, е достатъчно то да е предоставено на потребителите в Съюза (което изключва продажбата на едро).

39. По-специално, при липсата на уговорка в член 2, точка 40 от Директива 2014/40 относно начина на предоставяне на изделието на потребителите, трябва да се приеме, че начинът му на предоставяне е без значение. Следователно когато тютюневото изделие се предоставя на потребителите чрез автомат за продажба, то е пуснато на пазара по смисъла на тази разпоредба. В това отношение е без значение, че Европейският парламент не приема предложението на своята Комисия по правни въпроси да измени член 2, точка 40, така че понятието „пускане на пазара“ да означава „предоставянето на изделия на потребителите в Съюза срещу заплащане или безплатно, включително чрез продажба от разстояние *или чрез автомати за продажба* […]“ [16]. Всъщност една от възможните причини да не бъде прието това предложение е, че то би могло да се разбира в смисъл, че се разрешава продажбата на тютюневи изделия чрез автомати за продажба, докато този въпрос е извън обхвата на Директива 2014/40, както поясних в точка 28 по-горе.

40. Освен това съгласно член 2, точка 40 от Директива 2014/40 дадено изделие се счита за пуснато на пазара, когато е предоставено на потребителите „срещу заплащане или безплатно“. Следователно тютюневите изделия, предоставени на потребителите безплатно, са пуснати на пазара по смисъла на тази разпоредба (доколкото, очевидно, безплатното разпространение на тютюневи изделия е разрешено, стига да не се осъществява в рамките на спонсорство на дейности или прояви с трансгранично въздействие и да води пряко или непряко до рекламиране на такива изделия) [17]. С други думи, не е нужно тютюневите изделия да са предоставени за продажба. Достатъчно е да са предоставени за консумация. Следователно когато тютюневите изделия са предоставени за продажба, трябва да се счита, че те са пуснати на пазара, преди да бъдат закупени и преди да е извършено плащане.

[16] Вж. Становище на Комисията по правни въпроси от 25 юни 2013 г., приложено към Доклад на Европейския парламент от 24 юли 2013 година относно предложението за директива на Европейския парламент и на Съвета за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи и свързани с тях изделия (изменение 22 на стр. 324).

[17] Съгласно член 5, параграф 2 от Директива 2003/33/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 май 2003 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно рекламирането и спонсорството на тютюневи изделия (ОВ L 152, 2003 г., стр. 16; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 10, стр. 4).

41. В настоящия случай от точки 39 и 40 по-горе следва, че кутията цигари се пуска на пазара със самото ѝ предлагане за продажба във въпросния автомат за продажба, а не при заплащането ѝ и преминаването на фактическата власт от продавача към потребителя.

42. Следователно на първия преюдициален въпрос следва да се отговори, че когато тютюнево изделие се предлага за продажба чрез автомат за продажба, който трябва да бъде задействан от купувача, за да се постави изделието върху касовата лента, преди да се извърши плащане, трябва да се счита, че това изделие се пуска на пазара по смисъла на член 2, точка 40 от Директива 2014/40 в момента, в който се предлага за продажба чрез автомата за продажба, а не в момента на плащането и преминаването на фактическата власт върху изделието от продавача към купувача.

Б. По втория преюдициален въпрос

43. С втория въпрос запитващата юрисдикция по същество иска от Съда да установи дали забраната за скриване на задължителните здравни предупреждения от „други елементи“, установена в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40, обхваща хипотезата, в която е скрита цялата опаковка, на която са поставени тези предупреждения, тъй като кутията цигари не се вижда, докато е в автомата за продажба.

44. Член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 действително забранява здравните предупреждения върху потребителската опаковка и върху всички външни опаковки на тютюневите изделия да „се скриват или прекъсват изцяло или отчасти от бандероли, етикети с цената, защитни елементи, обвивки, обложки, кутии *или други елементи*“ [18], когато тютюневите изделия се пускат на пазара.

45. В това отношение JS твърди, че липсва нарушение на член 8, параграф 3 от Директива 2014/40, доколкото задължителните здравни предупреждения върху потребителската опаковка са скрити поради това, че опаковката не се вижда, когато се намира в автомат за продажба. Автоматът за продажба не е „елемент“, който скрива задължителните здравни предупреждения по смисъла на тази разпоредба. Такива „елементи“ могат да бъдат само предмети, които нарушават целостта на задължителните здравни предупреждения, а не предмети, използвани за продажбата на тютюневи изделия.

46. Според Комисията, предвид нейното становище по третия и четвъртия преюдициален въпрос, не е нужно да се разглежда вторият въпрос. Комисията обаче посочва, че ако Съдът не се съгласи с предложеното от нея тълкуване на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, той би трябвало да приеме, че въпросният автомат за продажба не може да се счита за „елемент“, който скрива задължителните здравни предупреждения по смисъла на член 8, параграф 3 от тази директива. Според Комисията няма основание за широко тълкуване на тази разпоредба в смисъл, че е налице нарушение на член 8, параграф 3 поради самия факт, че не са изложени продаваните в обекта за търговия на дребно тютюневи изделия. Ефективността на задължителните здравни предупреждения може да се осигури по друг начин — например като се гарантира, че бутоните за избор на стоките са в съответствие с член 8, параграф 8 от Директива 2014/40.

[18] Курсивът е мой.

47. Според мен забраната за скриване на задължителните здравни предупреждения от „други елементи“, установена в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40, не обхваща хипотезата, при която цялата опаковка на тютюневите изделия е скрита, когато те се намират в автомат за продажба.

48. Първо, член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 сочи, че *задължителните здравни предупреждения* върху потребителската опаковка на тютюневите изделия и върху всички външни опаковки не трябва да се скриват изцяло или отчасти. В него не се посочва, че в магазините за продажба на дребно *потребителските опаковки*, върху които са поставени тези предупреждения, не трябва да са скрити (за да се гарантира, че предупрежденията са изцяло видими) [19].

49. Второ, доколкото член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 предвижда, че задължителните здравни предупреждения трябва да са „отпечатани по начин, който не позволява те да бъдат отстранени“, да са „незаличими“ и че не могат „отчасти“ да се „скриват или прекъсват“, този текст има за цел да гарантира, че не се нарушава целостта на задължителните здравни предупреждения. Съхраняването на потребителските опаковки, на които са поставени тези предупреждения, в автомат за продажба не влияе върху целостта на предупрежденията.

50. Трето, член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 не просто забранява да се скриват задължителните здравни предупреждения. По-скоро той уточнява, че тези предупреждения не трябва да се скриват от определени елементи, а именно „бандероли, етикети с цената, защитни елементи, обвивки, обложки, кутии *или други елементи*“ [20]. Очевидно автоматът не е просто „кути[я]“, още по-малко обвивка или обложка. Според мен не може също така да се приеме, че той попада в обхвата на предвидената в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 забрана въз основа на упоменаването на „други елементи“, които скриват задължителните здравни предупреждения. Всъщност това, че разпоредбата не определя тези „други елементи“, не означава, че *всичко*, което скрива предупрежденията, се включва в обхвата на забраната. Обратно, от примерно изброените елементи може да се предположи, че „други[те] елементи“ трябва или да са закрепени към опаковката на въпросното тютюнево изделие (като бандероли, етикети с цената и защитни елементи), или самите те да са (елементи от) тази опаковка, включително „външна[та] опаковка“, както е определена в член 2, точка 29 от Директива 2014/40 (като обвивки, обложки и кутии). Това не е така при автомата за продажба, който не може да се разглежда като опаковка, тъй като предназначението му (за разлика от това на обвивките, обложките и кутиите) не е да защитава, нито дори да съхранява една или повече потребителски опаковки с тютюневи изделия, а да предостави тези изделия за продажба.

51. Четвърто, предложеното в точка 47 по-горе тълкуване на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 е в съответствие с международното право. Следва да отбележа, че Европейският съюз и държавите членки са страни по Рамковата конвенция за контрол на тютюна на Световната здравна организация, подписана в Женева на 21 май 2003 г. (наричана по-нататък „РККТ“), чиито разпоредби са обвързващи за тях [21]. Член 11,

[19] Всъщност в подготвителните работи по приемането на Директива 2014/40 е предвиден (и отхвърлен) обратният подход, а именно въвеждането на ограничения или на пълна забрана за излагане на тютюневи изделия в обектите за продажба Вж. в това отношение част 1, раздел 4.1 от оценката на въздействието на Директива 2014/40 (на стр. 50) и проучването на RAND (на стр. 227 и 233).

[20] Курсивът е мой.

[21] Вж. съображение 7 от Директива 2014/40. Вж. още член 1 от тази директива, който гласи, че Директивата има за цел „да се изпълнят *задълженията* на Съюза съгласно [РККТ]“.

параграф 1 от РККТ гласи, че страните по тази конвенция „ще приема[т] и прилага[т] ефективни мерки […], с които да се осигури: […] б) всяка опаковка или пакет на тютюневи изделия и всяко външно пакетиране и етикетиране на такива продукти [да] има предупреждение за здравето, описващо вредните ефекти от употребата на тютюн […]“. Следва още да спомена, че страните по РККТ приемат набор от насоки за прилагането на тази конвенция, които макар да нямат задължителна сила, все пак могат да имат определящо влияние върху съдържанието на правната уредба в Европейския съюз в разглежданата област [22]. Точка 10 от Насоките за прилагането на член 11 от Рамковата конвенция за контрол на тютюна на Световната здравна организация (наричани по-нататък „насоките за прилагането на член 11 от РККТ“) предвижда, че „страните следва да гарантират, че здравните предупреждения […] не са скрити от други задължителни опаковки и етикетни маркировки или от търговски вложки и обложки“, или от „друга маркировка, например бандероли и маркировка съгласно изискванията на член 15 от Конвенцията“. Следователно съгласно точка 10 от Насоките за прилагането на член 11 от РККТ единствените елементи, които не трябва да скриват здравните предупреждения, са i) „други задължителни опаковки и етикетни маркировки“ [23], включително задължителна маркировка по член 15 от РККТ [24], и ii) „търговски вложки и обложки“ [25]. Очевидно автоматът за продажба не попада в нито една от тези категории. По подобен начин в точка 54 от тези насоки се посочва, че „страните следва да гарантират, че залепените етикети, стикерите, калъфите, предпазните кутии, пликовете, обвивките и промоционалните обложки и вложки на производителите на тютюневи изделия не скриват, заличават или нарушават здравните предупреждения“. Отново никое от тези понятия не може да обозначава автомат за продажба. Всички предмети, които съгласно точки 10 и 54 от Насоките за прилагането на член 11 от РККТ не трябва да скриват здравните предупреждения, са предмети, които могат да бъдат поставени вътре в потребителската опаковка или закрепени върху нея.

52. Следователно на втория отправен въпрос следва да се отговори, че предвидената в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 забрана за скриване на задължителните здравни предупреждения от „други елементи“ не обхваща хипотезата, при която цялата опаковка на тютюневото изделие е скрита, тъй като изделието се съхранява в автомат за продажба и не е видимо за потребителя.

B. По третия преюдициален въпрос

53. С третия въпрос запитващата юрисдикция по същество иска от Съда да установи дали изображение, което не е същинското изображение на оригиналната опаковка, но поради неговото оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката потребителят го асоциира с опаковката на цигари, представлява „изображени[е] на потребителск[а] опаковк[а]“ по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40.

[22] Решение от 4 май 2016 г., Полша/Парламент и Съвет (C-358/14, EU:C:2016:323, т. 47).

[23] А именно „информация за съответните компоненти на тютюневите изделия и техните емисии“, която трябва да се поставя на всяка потребителска опаковка и всяка външна опаковка на тютюневите изделия (вж. член 11, параграф 2 от РККТ).

[24] Маркировката съгласно изискванията на член 15 от РККТ има за цел премахването на незаконната търговия с тютюневи изделия. Неин еквивалент съгласно Директива 2014/40 са уникалният идентификатор и защитните елементи, предвидени в членове 15 и 16 от нея.

[25] Следва да уточня, че точка 6 от Насоките за прилагането на член 11 от РККТ дефинира понятието „обложка“ като „всякаква информация, прикрепена от външната страна на потребителска опаковка и/или стек, закупени от потребители на дребно […]“.

54. JS счита, че на третия въпрос трябва да се даде отрицателен отговор. Според него въпросът дали изображенията на марки цигари, поставени върху бутоните за избор на въпросния автомат за продажба, могат да се разглеждат като изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 е извън обхвата на тази директива, тъй като съгласно съображение 48 от нея тя не хармонизира националните правила относно вътрешната реклама. Във всеки случай тези изображения на марки цигари не представляват изображения на кутии цигари по смисъла на член 8, параграф 8. Те са по-скоро част от процеса на продажба, тъй като позволяват на потребителите да изберат марката цигари, която желаят да закупят.

55. Обратно, Комисията счита, че на третия въпрос трябва да се даде утвърдителен отговор. Според нея понятието за изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 трябва да се тълкува широко и да включва всяко представяне на кутия цигари. Това следва от използването понятието „image“ на английски и френски език; от изискването, което важи и при етикетирането на храните, на потребителите да се даде необходимата информация, за да направят избор при пълно запознаване с фактите и да бъдат защитени срещу заблуждаващи твърдения; от целта да се осигури високо равнище на закрила на човешкото здраве съгласно член 168, параграф 1 ДФЕС; и от факта, че в противен случай потребителят би видял задължителните здравни предупреждения едва след като кутията цигари бъде поставена на касовата лента.

56. Според мен изображенията на марки цигари, които не са същински изображения на потребителски опаковки, но които средният потребител асоциира с опаковки на тютюневи изделия поради тяхното оформление, следва да се считат за изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40.

57. Както посочих в точка 2 по-горе, член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 гласи, че „[и]зображенията на потребителските опаковки и на всякакви външни опаковки, насочени към потребителите“, трябва да отговарят на разпоредбите на дял II, глава II от тази директива, и по-специално върху тях трябва да бъдат поставяни задължителните здравни предупреждения. Определение на понятието за изображения на потребителска опаковка или външна опаковка обаче не се съдържа нито в член 8, параграф 8, нито в друга разпоредба на Директивата.

58. Според съдебната практика определянето на значението и обхвата на термините, за които правото на Съюза не предоставя никакво определение, следва да се осъществява в съответствие с обичайното им значение в общоупотребимия език, като се държи сметка за контекста, в който те се използват, и за целите, преследвани от правната уредба, от която представляват част [26].

59. Първо, обичайното значение на понятието „изображение“ обхваща не само представянето или уподобяването на лице или предмет, а и пресъздаването или възпроизвеждането на формата на лице или предмет. Това предполага, че понятието за изображение по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 включва същинските изображения на потребителски опаковки или на външните опаковки на тютюневи изделия, без да се ограничава до тях, като по-специално понятието не се изчерпва със снимките.

[26] Решение от 22 април 2021 г., Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, т. 22).

Това важи не само за английската дума „image“, но и за френската „image“, италианския „illustrazione“ и немската „Bild“, използвани в текстовете на съответните езици на член 8, параграф 8.

60. Второ, член 10, параграф 1, буква а) от Директива 2014/40, който предвижда, че на всяка потребителска опаковка и всяка външна опаковка на тютюневи изделия за пушене следва да се поставят комбинирани здравни предупреждения, описва тези предупреждения като съставени от текстово предупреждение и „съответстваща цветна снимка“. В член 2, точка 33 от Директивата, която съдържа определение за комбинирано здравно предупреждение, се използват думите „снимка или илюстрация“. Следователно когато се има предвид снимка, в член 2, точка 33 и член 10, параграф 1, буква а) не се използва думата „изображение“, употребена в член 8, параграф 8, а се използва друга дума („снимка“ или „илюстрация“). Това предполага, че понятието „изображение“ по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 не включва само снимки на потребителски опаковки. Същото важи за текстовете на член 2, точка 33 и член 10, параграф 1, буква а) на френски език, където се използват думите „photo ou […] illustration“ и „photographie“, а не думата „image“, употребена в член 8, параграф 8; за текстовете на член 2, точка 33 и член 10, параграф 1, буква а) на немски език, където се използват думите „Fotografie oder Illustration“ и „Farbfotografie“, а не думата „Bild“, употребена в член 8, параграф 8. В по-малка степен това важи за текстовете на член 2, точка 33 и член 10, параграф 1, буква а) на италиански език, където се използват думите „fotografia o […] illustrazione“ и „fotografia“, докато в член 8, параграф 8 е употребена думата „illustrazione“. Като цяло обаче в текстовете на член 2, точка 33 и член 10, параграф 1, буква а) на отделните езици се използва различна дума (или думи), когато наистина се има предвид снимка.

61. Трето, според мен широкото тълкуване на понятието за изображения на потребителските опаковки или на всякакви външни опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, при което се счита, че то обхваща не само същински изображения на потребителски опаковки, но и изображения, които потребителите асоциират с опаковки на тютюневи изделия, е в съответствие с целите на Директивата, и по-конкретно с целта на член 8 от нея.

62. Съгласно съдебната практика Директива 2014/40 има двойна цел — да улесни безпрепятственото функциониране на вътрешния пазар на тютюневи и свързани с тях изделия, като основното съображение е осигуряването на високо равнище на защита на човешкото здраве, особено на младите хора[27]. Както отбелязва запитващата юрисдикция, изображение, което потребителят асоциира с опаковка на тютюнево изделие, може по същия начин като същинското изображение да предизвика импулс за закупуване. Този импулс може да бъде ограничаван чрез задължителните здравни предупреждения. Следователно широкото тълкуване на понятието за изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8, при което се счита, че то обхваща и изображения, които потребителите асоциират с опаковки на тютюневи изделия, би позволило предупрежденията да бъдат прикрепени към тези изображения, с което да се възпира закупуването на тютюневи изделия и да се повишава защитата на човешкото здраве.

[27] Решения от 4 май 2016 г., Полша/Парламент и Съвет (C-358/14, EU:C:2016:323, т. 80), от 4 май 2016 г., Philip Morris Brands и др. (C-547/14, EU:C:2016:325, т. 171 и 220), от 17 октомври 2018 г., Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, т. 23), от 30 януари 2019 г., Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, т. 38), и от 22 ноември 2018 г., Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, т. 40).

63. Що се отнася до целта на член 8, параграф 8, струва ми се, че тази разпоредба има за цел да предотврати заобикалянето на правилото, установено в член 8, параграф 1. Наистина, член 8, параграф 1 посочва, че на всяка потребителска опаковка на тютюневите изделия се поставят задължителните здравни предупреждения. Член 8, параграф 3 гарантира ефективността на това правило, като забранява скриването или прекъсването на тези предупреждения. Член 8, параграф 8 урежда по-специално хипотезата, при която продавач на дребно иска да избегне изцяло показването на задължителните здравни предупреждения в търговския обект, като вместо потребителските опаковки с тези предупреждения излага техни изображения без предупреждения. С изискването за поставяне на предупреждения и на изображенията на опаковки на тютюневи изделия член 8, параграф 8 има за цел да предотврати тази хипотеза, като гарантира, подобно на член 8, параграф 3, ефективността на установеното в член 8, параграф 1 правило. Широкото тълкуване на понятието за изображения на опаковки на тютюневи изделия по смисъла на член 8, параграф 8 в смисъл, че обхваща изображенията, които потребителят асоциира с потребителски опаковки на тютюневи изделия, би гарантирало пълната ефективност на член 8, параграф 1. Това важи с още по-голяма сила, след като в настоящия случай ефективността на член 8, параграф 1 не може да се гарантира с прилагането на забраната, предвидена в член 8, параграф 3, първо изречение, както изясних в точки 47—52 по-горе.

64. Четвърто, предложеното в точка 56 по-горе тълкуване на понятието за изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 е в съответствие с международното право. Действително, член 13, параграф 4 от РККТ предвижда, че „[к]ато минимум и в съответствие със своята конституция и конституционни принципи всяка страна ще: […] б) изисква здравни, други подходящи предупреждения или послания да придружават всяка реклама на тютюн, както и промоция или спонсорство, съобразно конкретния случай“. Понятието „реклама на тютюн“ е определено в член 1, буква в) от РККТ като „всякаква форма на извършване на търговски съобщения, препоръки или действия, които целят, имат за действително или потенциално последствие популяризирането на тютюнево изделие или употребата на тютюн по пряк или косвен начин“. Съгласно точка 14 от Насоките за прилагане на член 13 от Рамковата конвенция за контрол на тютюна на Световната здравна организация (наричани по-нататък „насоките за прилагането на член 13 от РККТ“) „[а]втоматите за продажба […] представляват със самото си присъствие средство за реклама или популяризиране по смисъла на Конвенцията“ [28]. Следователно съгласно член 13, параграф 4, буква б) от РККТ автоматите за продажба на тютюневи изделия като форма на реклама на тютюн трябва да бъдат „придружени от“ или по-скоро върху тях да бъдат поставяни здравни предупреждения [29].

[28] Следва още да се посочи четвъртата подточка от приложението към тези насоки, озаглавена „Примерен (неизчерпателен) списък на формите на реклама, промоция и спонсориране на тютюн по смисъла на Конвенцията“, в която се упоменават „автоматите за продажба на тютюневи изделия“.

[29] Вярно е, че последното изречение на точка 40 от Насоките за прилагане на член 13 от РККТ гласи, че „[з]а да бъдат в най-голяма степен ефективни, предупрежденията и другите послания, изисквани от страните съгласно член 13, параграф 4, буква б) от Конвенцията, трябва да *съответстват на* предупрежденията и другите послания върху опаковките, изисквани в член 11 от Конвенцията“ (курсивът е мой); това предполага, че здравните предупреждения, които съгласно член 13, параграф 4, буква б) от РККТ трябва да се поставят на автоматите за продажба на тютюневи изделия, *не са идентични* на здравните предупреждения, които съгласно член 11, параграф 1, буква б) от РККТ трябва да се поставят на потребителските и външните опаковки на тютюневите изделия. Независимо от това, от член 13, параграф 4, буква б) от РККТ и точка 14 от Насоките за прилагане на член 13 от РККТ става ясно, че на автоматите за продажба на тютюневи изделия трябва да се поставят поне *някакъв вид* здравни предупреждения.

65. Затова ми се струва, че понятието за изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 трябва да обхваща не само същинските изображения на тези опаковки, а и изображения, които средният потребител асоциира с потребителски опаковки на тютюневи изделия. Както отбелязва запитващата юрисдикция, за да се определи дали конкретно изображение може да се асоциира с потребителска опаковка, трябва да се вземе предвид неговото оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката.

66. Дали в настоящия случай изображенията на марки цигари върху бутоните за избор на въпросния автомат за продажба представляват изображения, които поради тяхното оформление средният потребител асоциира с потребителски опаковки на тютюневи изделия, е фактически въпрос, по който трябва да се произнесе запитващата юрисдикция.

67. Затова на третия въпрос следва да се отговори, че понятието „изображения на потребителските опаковки и на всякакви външни опаковки“ на тютюневи изделия по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 обхваща не само същински изображения на потребителски и външни опаковки, но и изображения, които поради тяхното оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката средният потребител асоциира с потребителски или външни опаковки.

Г. По четвъртия преюдициален въпрос

68. С четвъртия въпрос запитващата юрисдикция по същество иска от Съда да установи дали изображение на кутия цигари, което попада в обхвата на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, но няма поставени задължителни здравни предупреждения, въпреки това съответства на тази разпоредба, ако потребителят има възможност да види тези предупреждения, преди да закупи кутията.

69. Според акта за преюдициално запитване Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен) приема, че член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 забранява използването на изображения на кутии цигари без задължителните здравни предупреждения само когато тези изображения се презентират вместо кутиите преди сключването на договора за покупко-продажба. За запитващата юрисдикция е спорно дали може да се приеме становището на Oberlandesgericht München (Висш областен съд Мюнхен).

70. JS твърди, че дори ако изображенията на марки цигари, поставени върху бутоните за избор на въпросния автомат за продажба, се разглеждат като изображения на потребителски опаковки по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, не би имало нарушение на тази разпоредба, тъй като потребителят вижда задължителните здравни предупреждения винаги когато държи кутията в ръце. Освен това той ще вижда предупрежденията всеки път, когато пуши цигара.

71. Комисията защитава обратното становище.

72. Считам, че когато върху изображение на кутия цигари, което попада в обхвата на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, няма поставени задължителни здравни предупреждения, е без значение дали потребителят има възможност да види тези предупреждения, преди да закупи кутията.

73. Първо, член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 установява общо правило, че изображенията на потребителски опаковки трябва да отговарят на изискванията на дял II, глава II от тази директива, и по-специално трябва да са със задължителните здравни предупреждения. Това правило е безусловно и не подлежи на ограничения. Следователно член 8, параграф 8 забранява *използването* на изображения без задължителните здравни предупреждения, независимо от процеса по закупуване. Достатъчно е изображенията да са „насочени към потребителите“, което със сигурност важи за изображенията, използвани в супермаркетите, както в разглеждания случай.

74. Второ, не може да се възрази, че след като член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 цели единствено да предотврати заобикалянето на предвиденото в член 8, параграф 1 правило за поставяне на задължителните здравни предупреждения на всяка кутия цигари, няма да има нарушение на първата разпоредба, ако потребителят може да види тези предупреждения, преди да закупи кутията цигари. Това тълкуване би било в противоречие с текста на член 8, параграф 8, който отново не предвижда такова изключение от правилото, което установява. С други думи, член 8, параграф 8 има за цел не само да предотврати заобикалянето на член 8, параграф 1, както поясних в точка 63 по-горе, но и да допълни правилото на тази разпоредба.

75. Поради това на четвъртия преюдициален въпрос следва да се отговори, че когато на изображение на потребителска или външна опаковка на тютюнево изделие по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 не са поставени предвидените в дял II, глава II от същата директива здравни предупреждения, е налице нарушение на тази разпоредба дори ако потребителят има възможност да види потребителската или външната опаковка с тези предупреждения, преди да закупи изделието.

IV. Заключение

76. С оглед на изложените съображения предлагам на Съда да отговори на поставените от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) преюдициални въпроси по следния начин:

„1) Когато тютюнево изделие се предлага за продажба чрез автомат за продажба, който трябва да бъде задействан от купувача, за да се постави изделието върху касовата лента, преди да се извърши плащане, трябва да се счита, че това изделие се пуска на пазара по смисъла на член 2, точка 40 от Директива 2014/40/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 3 април 2014 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи и свързани с тях изделия и за отмяна на Директива 2001/37/ЕО в момента, в който се предлага за продажба чрез автомата за продажба, а не в момента на плащането и преминаването на фактическата власт върху изделието от продавача към купувача.

2) Предвидената в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 забрана за скриване на задължителните здравни предупреждения от „други елементи“ не обхваща хипотезата, при която цялата опаковка на тютюневото изделие е скрита, тъй като изделието се съхранява в автомат за продажба и не е видимо за потребителя.

3) Понятието „изображения на потребителските опаковки и на всякакви външни опаковки“ на тютюневи изделия по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 обхваща не само същински изображения на потребителски и външни опаковки, но и изображения, които поради тяхното оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката средният потребител асоциира с потребителски или външни опаковки.

4) Когато на изображение на потребителска или външна опаковка на тютюнево изделие по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 не са поставени предвидените в дял II, глава II от същата директива здравни предупреждения, е налице нарушение на тази разпоредба дори ако потребителят има възможност да види потребителската или външната опаковка с тези предупреждения, преди да закупи изделието“.