Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEHO ADVOKÁTA
EVGENI TANČEV
prednesené 15. júla 2021 [1]

Vec C-370/20

Pro Rauchfrei e.V.
proti
JS e.K.

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko)]

„Smernica 2014/40/EÚ – Zdravotné varovania, ktoré majú byť uvedené na každom jednotkovom balení tabakového výrobku a na akomkoľvek vonkajšom obale – Výdajný automat na predaj tabaku – Článok 2 ods. 40 – Pojem ‚uvedenie na trh' – Článok 8 ods. 3 – Zákaz zakrytia zdravotných varovaní ‚inými prostriedkami' – Článok 8 ods. 8 – Pojem ‚obrázky' jednotkových balení a vonkajších obalov, ktoré sú určené spotrebiteľom v Európskej únii"

1. Konanie vo veci samej sa týka označovania a balenia tabakových výrobkov predávaných prostredníctvom výdajného automatu. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2014/40/EÚ [2] vyžaduje, aby každé jednotkové balenie tabakového výrobku obsahovalo zdravotné varovania, ktoré upravuje. Článok 8 ods. 3 tejto smernice upresňuje, že tieto varovania musia byť úplne viditeľné, a to vrátane toho, že ich nesmú zakryť iné prostriedky. Otázka, ktorú prejednáva Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko) je, či je v prípade, ak nie sú zdravotné varovania na baleniach cigariet viditeľné, keď sú predmetné balenia cigariet uložené vnútri výdajného automatu, porušený zákaz zakrytia varovaní. Aby by to tak bolo, musel by sa automat považovať za prostriedok, ktorý zakrýva varovania, ako sú napríklad obaly a puzdrá, na ktoré výslovne odkazuje článok 8 ods. 3 tejto smernice, čo je otázne.

2. Vnútroštátny súd sa tiež pýta, či došlo k porušeniu pravidla stanoveného v článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, podľa ktorého *obrázky* jednotkových balení a všetkých vonkajších obalov musia byť tiež označené zdravotnými varovaniami. Tlačidlá výberu výrobku na spornom výdajnom automate, o aký ide v konaní vo veci samej zobrazujú obrázky rôznych značiek cigariet. Otázkou je, či tieto obrázky možno považovať za obrázky v zmysle článku 8 ods. 8 tejto smernice, lebo v takom prípade by na nich museli byť umiestnené zdravotné varovania, ktoré na nich však nie sú.

[1] Jazyk prednesu: angličtina.

[2] Smernica z 3. apríla 2014 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, prezentácie a predaja tabakových a súvisiacich výrobkov a o zrušení smernice 2001/37/ES (Ú. v. EÚ L 127, 2014, s. 1).

3. Prejednávaná vec tak poskytuje Súdnemu dvoru príležitosť rozhodnúť, pokiaľ ide o výdajný automat na predaj tabaku, o pôsobnosti požiadavky, že nielen každé jednotkové balenie tabakového výrobku, ale aj obrázky takéhoto balenia musia obsahovať zdravotné varovania stanovené v smernici 2014/40.

I. Právny rámec

A. Právo Únie

4. Článok 2 smernice 2014/40 stanovuje:

„Na účely tejto smernice sa uplatňujú tieto vymedzenia pojmov:

…

40 ‚uvádzanie na trh' je sprístupnenie výrobkov bez ohľadu na miesto ich výroby spotrebiteľom, ktorí sa nachádzajú v Únii, odplatne alebo bezodplatne, a to aj predajom na diaľku; v prípade cezhraničného predaja na diaľku sa výrobok považuje za uvedený na trh v členskom štáte, v ktorom sa nachádza spotrebiteľ;

…"

5. Článok 8 smernice 2014/40 stanovuje:

„1. Na každom jednotkovom balení tabakového výrobku a každom vonkajšom obale sa uvádzajú zdravotné varovania stanovené v tejto kapitole v úradnom jazyku alebo jazykoch členského štátu, v ktorom sa výrobok uvádza na trh.

…

3. Členské štáty zabezpečia, aby zdravotné varovania na jednotkových baleniach a každom vonkajšom obale výrobkov boli neodstrániteľne vytlačené, nezmazateľné a plne viditeľné a počas uvádzania tabakových výrobkov na trh neboli čiastočne alebo úplne zakryté alebo prerušené kontrolnými známkami, cenovými etiketami, bezpečnostnými prvkami, obalmi, puzdrami, škatuľkami alebo inými prostriedkami. Na jednotlivých baleniach iných tabakových výrobkov ako cigarety a tabak na vlastnoručné zhotovenie cigariet v balíčkoch sa môžu zdravotné varovania pripevniť pomocou nálepiek, a to s podmienkou, že tieto nálepky sú neodstrániteľné. Zdravotné varovania musia zostať neporušené otvorením jednotkového balenia s výnimkou balení s odklápacím viečkom, v prípade ktorých sa zdravotné varovanie môže otvorením balenia rozdeliť, ale iba spôsobom, ktorý zabezpečuje grafickú integritu a viditeľnosť textu, fotografií a informácií o odvykaní od fajčenia.

…

8. Obrázky jednotkových balení a akýchkoľvek vonkajších obalov, ktoré sú určené spotrebiteľom v Únii, musia byť v súlade s ustanoveniami tejto kapitoly."

B. Nemecké právo

6. § 11 Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (nariadenie o tabakových výrobkoch; ďalej len „TabakerzV“) s názvom „Všeobecné ustanovenia o označovaní tabakových výrobkov“ znie takto:

„1. Na dizajn a umiestňovanie zdravotných varovaní uvedených v § 12 až 17 na obaly a vonkajšie balenia tabakových výrobkov sa vzťahujú tieto všeobecné požiadavky: Zdravotné varovania

…

(4) nemôžu byť čiastočne alebo úplne zakryté alebo prerušené v čase uvedenia na trh, vrátane ponúkania na predaj; v prípade obalov s vyklápacím viečkom, pri ktorých sú varovania rozdelené pri otvorení obalu, to možno urobiť iba spôsobom, ktorý zaručuje grafickú integritu a čitateľnosť,

…

2. Zobrazenia balení a vonkajších obalov určené na propagačné aktivity pre spotrebiteľov v Európskej únii musia byť v súlade s požiadavkami tohto pododseku.“ [3]

II. Skutkové okolnosti konania vo veci samej a prejudiciálne otázky

7. JS prevádzkuje dva supermarkety v Mníchove (Nemecko). V pokladniach týchto obchodov od 20. mája 2017 ponúka na predaj cigarety v nižšie zobrazenom výdajnom automate (ďalej len „sporný výdajný automat“):

[3] Pododsek uvedený v § 11 ods. 2 TabakerzV je jeho pododsek 3, ktorý sa týka balenia a varovaní.



8. Jednotkové balenia cigariet, ktoré sú vo výdajných automatoch uložené, nie sú pre zákazníkov viditeľné. Tlačidlá na výber tovaru, ktoré sú umiestnené na výdajnom automate, síce umožňujú rozpoznať rôzne značky cigariet, ale nemajú zákonom požadované zdravotné varovania.

9. Predaj sa uskutočňuje takým spôsobom, že zákazník najprv požiada pokladničný personál o spustenie výdajného automatu a potom stlačí tlačidlo značky cigariet, ktorú si sám zvolí. Nato sa jednotkové balenie cigariet dostane z výdajného zariadenia automatu na pokladničný pás. Zaplatenie za jednotkové balenie cigariet sa potom uskutoční v pokladni, pokiaľ zákazník trvá na svojom zámere. Toto organizovanie predaja prostredníctvom výdajného automatu slúži na ochranu pred krádežami a na ochranu mládeže.

10. Pro Rauchfrei e.V., nezisková organizácia, podala žalobu na Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I, Nemecko), ktorej cieľom je predovšetkým zakázať spoločnosti JS pod hrozbou pokuty ponúkať na predaj tabakové výrobky, najmä cigarety, a to takým spôsobom, že zdravotné varovania zobrazené na jednotlivých jednotkových baleniach alebo na ich vonkajšom obale sú skryté, ako je opísané v bodoch 8 a 9 vyššie. Pro Rauchfrei alternatívne požadovala, aby bolo spoločnosti JS zakázané pod hrozbou pokuty ponúkať na predaj tabakové výrobky, najmä cigarety, a to tak, že namiesto jednotlivých jednotkových balení s takýmito upozorneniami sa budú zobrazovať obrázky jednotlivých jednotkových balení bez zdravotných varovaní, ako je uvedené v rovnakých bodoch.

11. Rozsudkom z 5. júla 2018, Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I) žalobu zamietol.

12. Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov, Nemecko) rozsudkom z 25. júla 2019 zamietol odvolanie, ktoré podala Pro Rauchfrei proti rozsudku Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I).

13. Pro Rauchfrei podala opravný prostriedok „Revision“ proti rozsudku Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov) na Bundesgerichtshof (Spolkový súd).

14. Bundesgerichtshof (Spolkový súd) sa domnieva, že úspešnosť opravného prostriedku „Revision“ závisí od výkladu článku 8 ods. 3 prvej vety a článku 8 ods. 8 smernice 2014/40. Preto prerušil konanie a položil Súdnemu dvoru nasledujúce prejudiciálne otázky:

„1. Zahŕňa pojem uvádzanie na trh v zmysle článku 8 ods. 3 prvej vety [smernice 2014/40] predaj tabakových výrobkov prostredníctvom výdajných automatov, v ktorých sú jednotkové balenia cigariet, hoci obsahujú zákonom požadované zdravotné varovania, umiestnené tak, že najprv nie sú pre spotrebiteľa viditeľné, a varovania nachádzajúce sa na jednotkových baleniach sa stanú viditeľné až vtedy, keď automat, ktorý už bol odblokovaný pokladničným personálom, spustí zákazník a jednotkové balenie cigariet sa tak dostane na pokladničný pás ešte pred jeho zaplatením zákazníkom?

2. Zahŕňa zákaz, aby… zakrytia [varovaní] inými prostriedkami‘, ktorý je obsiahnutý v článku 8 ods. 3 prvej vete [smernice 2014/40], situáciu, v ktorej sa v rámci prezentácie výrobku prostredníctvom automatu zakryje celé balenie tabaku?

3. Je ‚obrázkom jednotkových balení‘ v článku 8 ods. 8 [smernice 2014/40] aj obrázok, ktorý, hoci nepredstavuje vernú reprodukciu originálneho balenia, spotrebiteľ spája s balením tabaku z dôvodu jeho vzhľadu, a to jeho obrysov, rozmerov, farieb a loga značky?

4. Sú splnené požiadavky článku 8 ods. 8 [smernice 2014/40] bez ohľadu na použité zobrazenie už vtedy, ak má spotrebiteľ pred uzatvorením kúpnej zmluvy príležitosť pozrieť si jednotkové balenia cigariet so zákonom požadovanými varovaniami na týchto baleniach?“

15. Písomné pripomienky v tomto konaní boli doručené zo strany spoločnosti JS a Európskej komisie. Pojednávanie sa v tejto veci neuskutočnilo.

III. Analýza

A. O prvej prejudiciálnej otázke

16. Svojou prvou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta Súdneho dvora, či sa pojem „uvádzani[e]… na trh“ v zmysle článku 8 ods. 3 prvej vety smernice 2014/40 vzťahuje na ponúkanie balení cigariet prostredníctvom automatu tak, že tieto balenia sú pôvodne uložené v automate bez toho, aby boli viditeľné pre spotrebiteľa, takže zdravotné varovania, ktoré nesú, sú viditeľné, až keď zákazník obsluhuje automat a balenie je vydané na pokladničný pás pred procesom platby.

17. Ako bolo uvedené v bode 1 vyššie, každé jednotkové balenie tabakového výrobku a každý vonkajší obal musia podľa článku 8 ods. 1 smernice 2014/40 uvádzať zdravotné varovania uvedené v kapitole II hlave II danej smernice (ďalej len „požadované zdravotné varovania“). Článok 8 ods. 3 tejto smernice okrem iného spresňuje, že tieto varovania nemôžu byť čiastočne alebo úplne zakryté alebo prerušené inými prostriedkami.

18. Podotýkam, že povinnosť uvádzať požadované zdravotné varovania, ako aj zákaz ich prerušenia alebo zakrytia sa podľa článku 8 ods. 3 smernice 2014/40 uplatňuje iba „počas uvádzania tabakových výrobkov na trh“ [4]. Pojem „uvádzanie na trh“ je vymedzený v článku 2 ods. 40 smernice 2014/40 takto: „sprístupnenie výrobkov bez ohľadu na miesto ich výroby spotrebiteľom, ktorí sa nachádzajú v Únii, odplatne alebo bezodplatne, a to aj predajom na diaľku…“

19. Vnútroštátny súd sa tak svojou prvou otázkou v podstate pýta, či v danom prípade treba balenie cigariet považovať za uvedené na trh: (i) keď je ponúkané na predaj prostredníctvom sporného výdajného automatu, teda pred rozhodnutím o kúpe; alebo (ii) v čase, keď sa po zaplatení dostane balenie cigariet od predávajúceho pod fyzickú kontrolu zákazníka.

20. Musím zdôrazniť, že podľa rozhodnutia vnútroštátneho súdu, Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd, Nemecko) dospel k záveru, že ponúkanie balení cigariet na predaj prostredníctvom automatu nespadá do pôsobnosti smernice 2014/40 vzhľadom na to, že takáto prezentácia predstavuje „mechanizmus predaja, ktorý podľa odôvodnenia 48 danej smernice nie je touto smernicou harmonizovaný. [5] Pred analýzou prvej prejudiciálnej otázky preto považujem za potrebné preskúmať, či je smernica 2014/40 v tejto veci uplatniteľná.

1. O tom, či je smernica 2014/40 v tejto veci uplatniteľná

21. Na rozdiel od názoru, ktorý zastáva Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov) sa zdá, že vnútroštátny súd sa prikláňa k názoru, že smernica 2014/40 je uplatniteľná. Vnútroštátny súd predovšetkým poznamenáva, že hoci z odôvodnenia 48 smernice 2014/40 vyplýva, že neharmonizuje pravidlá „vnútroštátnej reklamy“, odôvodnenie 43 a článok 20 ods. 5 tejto smernice napriek tomu upravujú pravidlá reklamy elektronických cigariet. Vnútroštátny súd tiež poznamenáva, že podľa odôvodnenia 60 a názvu smernice 2014/40 táto smernica harmonizuje pravidlá, okrem iného „prezentácie“ tabakových výrobkov, ktoré možno chápať tak, že zahŕňajú aj okolnosti ich prezentácie.

22. V tejto súvislosti JS tvrdí, že (i) odôvodnenie 48 smernice 2014/40 sa uplatňuje nielen na elektronické cigarety, ale aj na tabakové výrobky; (ii) predaj balení cigariet prostredníctvom automatu predstavuje mechanizmus predaja v zmysle tohto odôvodnenia, a (iii) preto predaj balení cigariet prostredníctvom automatu nespadá do pôsobnosti danej smernice.

23. Komisia zastáva opačný názor. Tvrdí, že hoci podľa odôvodnenia 48 smernice 2014/40 spadajú mechanizmy predaja, ako je napríklad predaj tabakových výrobkov prostredníctvom výdajného automatu, do právomoci členských štátov, zdravotné varovania uvádzané na tabakových výrobkoch patria do pôsobnosti tejto smernice, ktorá ich plne harmonizuje. Komisia osobitne zdôrazňuje, že Európska únia má právomoc aproximovať vnútroštátne pravidlá, ktoré obchádzajú opatrenia, ktorých cieľom je fungovanie vnútorného trhu, ako sú ustanovenia smernice 2014/40 o označovaní. [6]

[4] „V ktorom sa výrobok uvádza na trh“ v zmysle článku 8 ods. 1 smernice 2014/40.

[5] Podľa návrhu na začatie prejudiciálneho konania „[Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov)] konštatoval, že skladovanie jednotkových balení cigariet v predmetnom výdajnom automate bolo jednoducho mechanizmom predaja. Podľa tohto súdu z odôvodnenia 48 smernice 2014/40 vyplývalo, že cieľ aproximácie vnútroštátnych pravidiel uvedenej smernice sa nevzťahoval na mechanizmy predaja a reklamu. Relevantné ustanovenia tejto smernice sa teda nevzťahovali na ponuku na predaj cigariet pomocou automatov, o ktorú ide v tejto veci“.

[6] Komisia sa odvoláva na rozsudok z 5. októbra 2000, Nemecko/Parlament a Rada (C-376/98, EU:C:2000:544, bod 100).

24. Domnievam sa, že smernica 2014/40 je na prejednávanú vec uplatniteľná.

25. Prvá veta odôvodnenia 48 smernice 2014/40 stanovuje, že sa „… touto smernicou neharmonizujú ani pravidlá týkajúce sa nefajčiarskych priestorov *alebo vnútroštátnych mechanizmov predaja alebo vnútroštátnej reklamy* či použitia značky na iné výrobky (brand stretching), ani sa ňou nezavádza vekový limit v prípade elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek“ [7].

26. Podľa môjho názoru sa prvá veta odôvodnenia 48 smernice 2014/40 uplatňuje iba na elektronické cigarety a plniace fľaštičky, nie na tabakové výrobky, ako sú cigarety. [8] Je to tak z dôvodu, že táto veta výslovne uvádza, že sa týka „elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek“. Po druhé predchádzajúce odôvodnenia – to znamená odôvodnenia 36 až 47 – odkazujú na elektronické cigarety alebo tekutinu obsahujúcu nikotín [9] bez toho, aby uvádzali odkaz na tabakové výrobky. Po tretie tento výklad je potvrdený prípravnými dokumentmi k prijatiu smernice 2014/40. Dokument vypracovaný predsedníctvom Rady Európskej únie [10] uvádza, že odôvodnenia a) až m) – ktoré zodpovedajú odôvodneniam 36 až 48 smernice 2014/40 – sú „odôvodnenia súvisiace s článkom 18“ – v súčasnosti článkom 20 smernice 2014/40 s názvom „elektronické cigarety“. Najmä odôvodnenie l) je takmer totožné s odôvodnením 48 smernice 2014/40.

27. Bez ohľadu na to, či sa prvá veta odôvodnenia 48 smernice 2014/40 uplatňuje na tabakové výrobky, sa podľa môjho názoru nie je možné domnievať, že táto smernica harmonizuje vnútroštátne pravidlá predaja tabakových výrobkov prostredníctvom výdajných automatov, alebo vnútroštátne pravidlá reklamy týchto výrobkov v prípade výdajných automatov na tabak.

28. Po prvé smernica 2014/40 neharmonizuje vnútroštátne pravidlá predaja tabakových výrobkov prostredníctvom výdajných automatov. V skutočnosti v článku 1 smernice 2014/40 neexistuje žiadny odkaz na predaj prostredníctvom výdajných automatov alebo na akékoľvek mechanizmy predaja, [11] pričom tento článok uvádza predmet danej smernice. Ďalej sa predpokladal zákaz alebo obmedzenie predaja prostredníctvom výdajných automatov, ktoré boli v rámci posúdenia vplyvu smernice 2014/40 odmietnuté. [12] A napokon predaj tabakových výrobkov prostredníctvom

7 Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

8 Pre úplnosť by som chcel spresniť, že elektronické cigarety nie sú tabakové výrobky. Podľa článku 2 ods. 4 smernice 2014/40 tabakové výrobky „pozostávajú, hoci len čiastočne, z tabaku“. To neplatí pre elektronické cigarety, ktoré sa, ako naznačuje článok 2 ods. 16, používajú „na konzumáciu výparov obsahujúcich nikotín“. Elektronické cigarety sa nepoužívajú na konzumáciu tabaku, ako je definované v článku 2 ods. 1, to znamená, že nejde o „listy a iné prírodné spracované alebo nespracované časti tabakových rastlín“ (pozri tiež rozsudok zo 4. mája 2016, Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, body 37 a 38).

9 S výnimkou odôvodnení 42 a 45. Odôvodnenie 42 však používa vetu „týchto výrobkov“, čo sa dá chápať iba ako odkaz na výrobky opísané v predchádzajúcom odôvodnení, konkrétne na elektronické cigarety. Okrem toho odkaz v odôvodnení 45 na zaznamenávanie „podozrivých nepriaznivých účinkov“ na ľudské zdravie opakuje článok 20 ods. 9, ktorý sa vzťahuje iba na elektronické cigarety, a odkaz v tom istom odôvodnení na „bezpečnostnú doložku“ zodpovedá článku 20 ods. 11 uplatniteľnému iba na elektronické cigarety.

10 Pozri dokument Rady č. 17727/13 PRÍLOHA zo 17. decembra 2013 (na s. 15).

11 Okrem „cezhraničného predaja tabakových výrobkov na diaľku“ v článku 1 ods. d) – ktoré vlastne nie sú „vnútroštátnymi“ mechanizmami, ktoré podľa prvej vety odôvodnenia 48 smernice 2014/40 nespadajú do pôsobnosti tejto smernice.

12 Posúdenie vplyvu z 19. decembra 2012, ktoré je sprievodným dokumentom k návrhu smernice Európskeho parlamentu a Rady o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, prezentácie a predaja tabaku a súvisiacich výrobkov [SWD(2012)°452 final] (ďalej len „posúdenie vplyvu smernice 2014/40“). Podľa oddielu 4.1 časti 1 posúdenia vplyvu smernice 2014/40 sa „aproximácia právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa automatov na tabak (TVM) vyradila z posúdenia vplyvu a verejnej konzultácie. Táto oblasť politiky bola vyradená z dôvodu obáv o subsidiaritu a vzhľadom na už aj tak dobrý pokrok v tejto oblasti“ (s. 50). Pozri tiež štúdiu vypracovanú RAND Europe zo septembra 2010 s názvom „Posúdenie dopadov revízie smernice o tabakových výrobkoch“ (ďalej len „štúdia RAND“). Podľa štúdie RAND z piatich možností, ktoré predpokladá Komisia, tri obsahovali opatrenia týkajúce sa automatov na tabak: Možnosť 3 obsahovala opatrenia na „zneprístupnenie automatov pre maloletých“, zatiaľ čo možnosti 4 a 5 predpokladali úplný „zákaz [na] automaty“ (pozri s. 189, 219, 227 a 235). Štúdia RAND je k dispozícii na webovej stránke Európskej komisie.

výdajných automatov patrí do pôsobnosti odporúčania Rady 2003/54/ES[13], ktoré sa podľa odôvodnenia 16 tohto odporúčania zameriava na typy reklamných, marketingových a propagačných postupov „iných“ ako tie, na ktoré sa vzťahuje okrem iného smernica Európskeho Parlamentu a Rady 2001/37/ES[14] (v súčasnosti zrušená a nahradená smernicou 2014/40). V tejto súvislosti je potrebné odkázať na odsek 1 písm. c) odporúčania 2003/54, podľa ktorého sa členským štátom odporúča, aby buď „obmedzili prístup k výdajným automatom na tabak na miesta prístupné osobám starším ako je vek určený na nákup tabakových výrobkov vo vnútroštátnych právnych predpisoch [*neoficiálny preklad*]“, alebo ak takáto veková hranica neexistuje, „inak upravili prístup k výrobkom predávaným prostredníctvom týchto automatov [*neoficiálny preklad*]“.

29. Po druhé smernica 2014/40 neharmonizuje vnútroštátne pravidlá týkajúce sa reklamy tabakových výrobkov na výdajných automatoch na tabak. V článku 1 smernice 2014/40, ktorý stanovuje predmet tejto smernice, neexistuje žiadny odkaz na reklamu na výdajných automatoch alebo na reklamu tabakových výrobkov bez ohľadu na médium. Reklama na tabakové výrobky na výdajných automatoch na tabak patrí do pôsobnosti odporúčania 2003/54, ktoré, ako je vysvetlené v bode 28 vyššie, sa zameriava na typy reklamných, marketingových a propagačných postupov, na ktoré sa nevzťahuje smernica 2014/40. V tejto súvislosti je potrebné odkázať na odsek 2 písm. d) odporúčania 2003/54, podľa ktorého sa členským štátom odporúča „zakázať v súlade s vnútroštátnou ústavou alebo ústavnými zásadami“ „použitie… interiérových alebo exteriérových reklamných techník (napríklad reklamy na výdajných automatoch na tabak) [*neoficiálny preklad*]“[15].

30. Z toho vyplýva, že hoci smernica 2014/40 neharmonizuje vnútroštátne pravidlá týkajúce sa predaja tabakových výrobkov prostredníctvom výdajných automatov alebo reklamy na týchto automatoch, nevyplýva z nej, že táto smernica sa na tento prípad nevzťahuje.

31. Po prvé Súdnemu dvoru nie je položená otázka, či sa tabakové výrobky môžu alebo nemôžu predávať prostredníctvom výdajných automatov (alebo či sa predaj tabakových výrobkov prostredníctvom výdajných automatov môže alebo nemôže obmedziť na osoby staršie, ako je zákonný vek na nákup týchto výrobkov). Otázkou je, či *v prípadoch, ako je to v Nemecku, keď vnútroštátna právna úprava umožňuje predaj tabakových výrobkov prostredníctvom výdajného automatu*, môže na jednej strane tento úplne skryť požadované zdravotné varovania týkajúce sa tabakových výrobkov vo vnútri a na druhej strane na svojich výberových tlačidlách zobrazovať obrázky týchto výrobkov neobsahujúcich tieto varovania. Táto otázka patrí do pôsobnosti smernice 2014/40, pretože jedným z cieľov tejto smernice je podľa jej článku 1 písm. b) aproximácia vnútroštátnych pravidiel týkajúcich sa „určitých aspektov označovania a balenia tabakových výrobkov vrátane zdravotných varovaní“. Nič nenasvedčuje tomu, že harmonizácia príslušných „aspektov“ označovania a balenia tabakových výrobkov sa obmedzuje na ich predaj osobitnými prostriedkami.

32. Po druhé Súdnemu dvoru nie je položená otázka, či je alebo nie je povolená reklama na tabak. Nejde konkrétne o to, či výdajné automaty môžu alebo nemôžu obsahovať reklamu na tabak. Otázkou je, či *v prípadoch, ako je to v Nemecku, kde je reklama na tabakové výrobky na výdajných*

[13] Odporúčanie z 2. decembra 2002 o prevencii fajčenia a o iniciatívach na zlepšenie kontroly tabaku (Ú. v. EÚ L 22, 2003, s. 31).

[14] Smernica z 5. júna 2001 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, prezentácie a predaja tabakových výrobkov (Ú. v. ES L 194, 2001, s. 26; Mim. vyd. 15/006, s. 147). Smernica 2001/37 je uvedená v odôvodnení 9 odporúčania 2003/54.

[15] Je tiež potrebné odkázať na odôvodnenie 14 odporúčania 2003/54, podľa ktorého automaty „by nemali obsahovať inú reklamu, ako je nevyhnutne potrebné na označenie predávaných výrobkov [*neoficiálny preklad*]“.

automatoch povolená, musia byť k obrázkom značiek cigariet zobrazeným na výberových tlačidlách výdajného automatu priložené požadované zdravotné varovania. Táto otázka patrí do pôsobnosti smernice 2014/40 vzhľadom na to, že jedným z cieľov tejto smernice je podľa jej článku 1 písm. b) aproximácia vnútroštátnych právnych predpisov o zdravotných varovaniach, ktoré sa majú uvádzať na jednotkových baleniach tabakových výrobkov, a podľa článku 8 ods. 8 na obrázkoch týchto jednotkových balení.

33. Z toho vyvodzujem, že na rozdiel od toho, čo tvrdí JS, sa smernica 2014/40 na túto vec uplatňuje.

2. O tom, či prezentácia tabakového výrobku prostredníctvom sporného výdajného automatu predstavuje uvádzanie na trh

34. Ako bolo uvedené v bode 19 vyššie, vnútroštátny súd sa v podstate pýta, či v danej veci musí byť balenie cigariet považované za uvedené na trh, keď je ponúkané na predaj prostredníctvom sporného výdajného automatu, alebo v čase, keď je prevedená skutočná fyzická kontrola nad týmto balením z predajcu na zákazníka po skončení procesu platby.

35. JS tvrdí, že bez ohľadu na to, či sa v danom prípade uplatní smernica 2014/40, uloženie tabakových výrobkov v spornom výdajnom automate nemôže predstavovať uvedenie na trh.

36. Komisia tvrdí, že vzhľadom na posúdenie tretej a štvrtej prejudiciálnej otázky nie je potrebné zaoberať sa touto otázkou. Komisia však tvrdí, že ak by Súdny dvor nesúhlasil s výkladom článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, ktorý navrhla Komisia, bolo by potrebné, aby určil, že balenie cigariet bolo určite uvedené na trh v čase, keď je vydané na pokladničný pás. O tom, či bolo alebo nebolo uvedené balenie uvedené na trh v skoršom štádiu, rozhodne vnútroštátny súd.

37. Zastávam názor, že balenie cigariet je uvedené na trh v čase, keď je ponúkané na predaj prostredníctvom sporného výdajného automatu.

38. Článok 2 odsek 40 smernice 2014/40 obsahuje širokú definíciu pojmu „uvádzanie na trh“ tabakových výrobkov. Na to, aby sa výrobok mohol považovať za uvedený na trh, stačí, aby bol sprístupnený spotrebiteľom v Únii (čím je vylúčený veľkoobchod).

39. Ak v článku 2 ods. 40 smernice 2014/40 neexistuje výhrada, pokiaľ ide o spôsoby sprístupnenia výrobku spotrebiteľom, musia sa tieto spôsoby považovať za irelevantné. Ak sa teda tabakový výrobok sprístupňuje spotrebiteľom prostredníctvom výdajného automatu, umiestňuje sa na trh v zmysle tohto ustanovenia. V tejto súvislosti nezáleží na tom, že Európsky parlament sa neriadil návrhom Výboru pre právne veci na zmenu a doplnenie článku 2 ods. 40 v tom zmysle, že „uvedenie na trh“ znamenalo „sprístupnenie výrobkov spotrebiteľom ktorí sa nachádzajú v Únii, odplatne alebo bezodplatne, a to aj predajom na diaľku *alebo prostredníctvom výdajných automatov*…“ [16]. Jedným z dôvodov, prečo nebol tento návrh prevzatý, môže byť to, že ho možno chápať v tom zmysle, že naznačuje, že predaj tabakových výrobkov vo výdajných automatoch je povolený, zatiaľ čo, ako je vysvetlené v bode 28 vyššie, táto problematika nespadá do pôsobnosti smernice 2014/40.

[16] Pozri stanovisko Výboru pre právne veci z 25. júna 2013 v správe Európskeho parlamentu o návrhu smernice Európskeho parlamentu a Rady o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, prezentácie a predaja tabaku a súvisiacich výrobkov z 24. júla 2013 (pozmeňujúci a doplňujúci návrh 22 na s. 273).

40. Navyše podľa článku 2 ods. 40 smernice 2014/40 sa výrobok považuje za uvedený na trh, kde je sprístupnený spotrebiteľom „odplatne alebo bezodplatne“. Tabakové výrobky poskytované spotrebiteľom bezodplatne sa tak uvádzajú na trh v zmysle tohto ustanovenia (v prípade ktorého je zjavne povolená voľná distribúcia tabakových výrobkov, ktorá nastane, iba ak k nej nedôjde v kontexte sponzorstva udalostí alebo činností, ktoré majú cezhraničné účinky a majú priamy alebo nepriamy účinok na propagáciu týchto výrobkov). [17] Inými slovami, nie je potrebné, aby boli tabakové výrobky sprístupňované na predaj. Postačuje, aby boli sprístupnené na konzumáciu. Z toho vyplýva, že ak sú tabakové výrobky sprístupnené na predaj, musia sa považovať za uvedené na trh pred ich zakúpením a pred ich zaplatením.

41. V prejednávanej veci z bodov 39 a 40 vyššie vyplýva, že balenie cigariet je uvedené na trh hneď, ako je ponúkané na predaj v spornom výdajnom automate, nie keď je toto balenie cigariet zaplatené a keď sa skutočná fyzická kontrola nad ním prevedie z predajcu na zákazníka.

42. Preto je potrebné odpovedať na prvú položenú otázku tak, že ak sa tabakový výrobok ponúka na predaj prostredníctvom výdajného automatu, ktorý musí byť obsluhovaný zákazníkom tak, aby bol výrobok vydaný na pokladničný pás pred jeho zaplatením, musí sa tento výrobok považovať za uvedený na trh v zmysle článku 2 bodu 40 smernice 2014/40 v čase, keď je ponúkaný na predaj prostredníctvom tohto automatu, nie v čase, keď je zaplatený a keď sa skutočná fyzická kontrola nad ním prevedie z predajcu na zákazníka.

B. O druhej prejudiciálnej otázke

43. Svojou druhou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta Súdneho dvora, či sa zákaz zakrytia požadovaných zdravotných varovaní „inými prostriedkami“ stanovený v článku 8 ods. 3 prvej vete smernice 2014/40 vzťahuje na situáciu, keď je celé balenie s týmito varovaniami skryté, lebo balenie cigariet nie je viditeľné, keď je vo vnútri automatu.

44. Článok 8 ods. 3 prvá veta smernice 2014/40 zakazuje, aby boli zdravotné varovania na jednotkovom balení alebo vonkajšom obale tabakového výrobku „čiastočne alebo úplne zakryté alebo prerušené kontrolnými známkami, cenovými etiketami, bezpečnostnými prvkami, obalmi, puzdrami, škatuľkami alebo *inými prostriedkami*“ [18] počas uvádzania tabakových výrobkov na trh.

45. V tejto súvislosti JS tvrdí, že ak sú požadované zdravotné varovania uvádzané na jednotkovom balení zakryté, pretože toto balenie nie je viditeľné, ak sa nachádza v automate, nejde o porušenie článku 8 ods. 3 smernice 2014/40. Automat nie je „iným prostriedk[om]“, ktorý zakrýva požadované zdravotné varovania v zmysle tohto ustanovenia. Takýmito „inými prostriedkami“ môžu byť iba výrobky, ktoré narúšajú integritu požadovaných zdravotných varovaní, a nie prostriedky používané na predaj tabakových výrobkov.

46. Komisia tvrdí, že vzhľadom na posúdenie tretej a štvrtej prejudiciálnej otázky nie je potrebné skúmať druhú otázku. Komisia však uvádza, že ak by Súdny dvor nesúhlasil s výkladom článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, ktorý navrhuje Komisia, bolo by potrebné dospieť k záveru, že sporný výdajný automat nemožno považovať za „iný prostried[ok] zakrývajúci požadované zdravotné varovania v zmysle článku 8 ods. 3 tejto smernice. Podľa názoru Komisie nie je dôvod vykladať

[17] V zmysle článku 5 ods. 2 smernice 2003/33/ES Európskeho parlamentu a Rady z 26. mája 2003 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa reklamy a sponzorstva tabakových výrobkov (Ú. v. EÚ L 152, 2003, s. 16; Mim. vyd. 15/007, s. 460).

[18] Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

toto ustanovenie extenzívne v tom zmysle, že článok 8 ods. 3 je porušený iba z dôvodu, že v maloobchodných prevádzkach nie sú predávané tabakové výrobky vystavené v rámci ich priestorov. Účinnosť požadovaných zdravotných varovaní je možné zabezpečiť inými prostriedkami, a to napríklad zabezpečením súladu tlačidiel na výber produktu s článkom 8 ods. 8 smernice 2014/40.

47. Zastávam názor, že zákaz zakrytia požadovaných zdravotných varovaní „inými prostriedkami" stanovený v článku 8 ods. 3 prvej vete smernice 2014/40 sa nevzťahuje na prípad, keď je celé balenie tabakového výrobku zakryté, keď sa tieto výrobky nachádzajú vo výdajnom automate.

48. Po prvé článok 8 ods. 3 prvá veta smernice 2014/40 stanovuje, že *požadované zdravotné varovania* na jednotkových baleniach tabakových výrobkov a každom vonkajšom obale nesmú byť čiastočne alebo úplne zakryté. Neuvádza sa v ňom, že *jednotkové balenia* s týmito varovaniami nesmú byť zakryté v maloobchodných predajniach (aby sa zabezpečila úplná viditeľnosť varovaní). [19]

49. Po druhé článok 8 ods. 3 prvá veta smernice 2014/40 v rozsahu, v akom stanovuje, že požadované zdravotné výstrahy musia byť „neodstrániteľne vytlačené", „nezmazateľné" a nemôžu byť „čiastočne" „zakryté alebo prerušené", sa snaží zabezpečiť, aby nebola ohrozená integrita požadovaných zdravotných varovaní. Uloženie jednotkových balení s týmito varovaniami vo vnútri výdajného automatu nemá žiadny vplyv na integritu varovaní.

50. Po tretie článok 8 ods. 3 prvá veta smernice 2014/40 nezakazuje jednoducho zakrytie požadovaných zdravotných varovaní. Skôr špecifikuje, že tieto varovania nesmú byť zakryté určitými prostriedkami, a to „kontrolnými známkami, cenovými etiketami, bezpečnostnými prvkami, obalmi, puzdrami, škatuľkami *alebo inými prostriedkami*" [20]. Je zrejmé, že výdajný automat nie je „škatuľka", nieto ešte obal alebo puzdro. Podľa môjho názoru ho nemožno považovať ani za spadajúci do pôsobnosti zákazu stanoveného v článku 8 ods. 3 prvej vete smernice 2014/40 z dôvodu odkazu na „in[é] prostriedk[y]", ktoré zakrývajú požadované zdravotné varovania. Skutočnosť, že toto ustanovenie nedefinuje tieto „in[é] prostriedk[y]", ešte neznamená, že *čokoľvek*, čo zakrýva varovania, spadá do rozsahu zákazu. Prostriedky uvedené ako príklady skôr naznačujú, že „in[é] prostriedk[y]" musia byť buď pripojené k obalu predmetného tabakového výrobku (ako sú kontrolné známky, cenové etikety, bezpečnostné prvky), alebo musia byť samy osebe (prvkami) tohto obalu, vrátane „vonkajšieho obalu" v zmysle článku 2 ods. 29 smernice 2014/40 (ako obaly, puzdrá, škatuľky). To neplatí v prípade výdajného automatu, ktorý nemožno považovať za obal, pretože jeho účelom (na rozdiel od obalov, puzdier a škatuliek) nie je uzavrieť alebo dokonca skladovať jedno alebo viac jednotkových balení tabakových výrobkov, ale sprístupniť tieto výrobky na predaj.

51. Po štvrté výklad článku 8 ods. 3 prvej vety smernice 2014/40 navrhnutý v bode 47 vyššie je v súlade s medzinárodným právom. Mal by som spomenúť, že Európska únia a jej členské štáty sú zmluvnými stranami Rámcového dohovoru Svetovej zdravotníckej organizácie o kontrole tabaku podpísaného v Ženeve 21. mája 2003 (ďalej len „FCTC"), ktorého ustanovenia sú pre ne záväzné. [21] Článok 11 ods. 1 FCTC uvádza, že každá strana tohto dohovoru „prijme a bude… uplatňovať

[19] Opačný prístup, to znamená zavedenie obmedzení alebo úplného zákazu vystavovania tabakových výrobkov na predajných miestach, sa v skutočnosti predpokladal (a bol odmietnutý) v prípravných dokumentoch k smernici 2014/40. V tejto súvislosti pozri bod 4.1 časť 1 posúdenia vplyvu smernice 2014/40 (na s. 50) a štúdiu RAND (na s. 227 a 233).

[20] Kurzívou zvýraznil generálny advokát.

[21] Pozri odôvodnenie 7 smernice 2014/40. Pozri tiež článok 1 tejto smernice, ktorý uvádza, že cieľom smernice je „aby boli splnené *záväzky* Únie vyplývajúce z [FCTC]" (kurzívou zvýraznil generálny advokát).

účinné opatrenia na zabezpečenie toho, aby:… b) každé jednotkové balenie tabakových výrobkov a každý vonkajší obal a označenie takýchto výrobkov malo zdravotné varovanie, ktoré popisuje škodlivé účinky používania tabaku…“. Tiež by som mal spomenúť, že strany FCTC prijali súbor usmernení na vykonávanie tohto dohovoru, ktoré napriek tomu, že nie sú záväzné, majú mať rozhodujúci vplyv na obsah pravidiel prijatých Európskou úniou v posudzovanej oblasti.[22] V odseku 10 usmernení na vykonávanie článku 11 Rámcového dohovoru Svetovej zdravotníckej organizácie o kontrole tabaku (ďalej len „usmernenia na vykonávanie článku 11 FCTC“) sa uvádza, že „strany by mali zabezpečiť, aby zdravotným varovaniam… nebránili iné požadované označenia na obaloch a štítkoch alebo obchodné vložky a informácie“ alebo „iné označenia, ako sú kolky a označenia podľa požiadaviek článku 15 Dohovoru“. Podľa bodu 10 usmernení na vykonávanie článku 11 FCTC sú jedinými prvkami, ktoré by nemali brániť zdravotným varovaniam (i) „ďalšie požadované balenie a označenie štítkom“[23] vrátane označení požadovaných v článku 15 FCTC,[24] a (ii) „obchodné vložky a informácie“[25]. Je zrejmé, že výdajný automat nepatrí do žiadnej z týchto kategórií. Rovnako odsek 54 týchto usmernení stanovuje, že „zmluvné strany by mali zabezpečiť, aby lepiace štítky, nálepky, puzdrá, obaly, rukávy, obaly a reklamné vložky a materiály výrobcov tabakových výrobkov nezakrývali, nezničili alebo neoslabili zdravotné varovania“. Ani jeden z týchto výrazov nemôže byť použitý na označenie automatu. Všetky predmety, ktoré by podľa odsekov 10 a 54 usmernení na vykonávanie článku 11 FCTC nemali brániť zdravotným varovaniam, sú predmety, ktoré môžu byť umiestnené alebo pripevnené na jednotkovom balení alebo na vonkajšej strane tohto balenia.

52. Na druhú položenú otázku by sa preto malo odpovedať tak, že zákaz zakrytia požadovaných zdravotných varovaní „inými prostriedkami“ stanovený v článku 8 ods. 3 prvej vete smernice 2014/40 sa nevzťahuje na prípad, keď je celé balenie tabakového výrobku zakryté, pretože tento výrobok je uložený vo výdajnom automate tak, že ho spotrebiteľ nevidí.

C. O tretej prejudiciálnej otázke

53. Svojou treťou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta Súdneho dvora, či obrázok, ktorý nie je verným zobrazením originálneho jednotkového balenia, ale ktorý si spotrebiteľ spája s cigaretovým balením z dôvodu dizajnu súvisiaceho s obrysmi, rozmermi, farbami a značkou, predstavuje „obráz[ok] jednotkov[ého] balen[ia]“ v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40.

54. JS sa domnieva, že na tretiu otázku je potrebné odpovedať záporne. Podľa jej názoru otázka, či zobrazenia značiek cigariet na tlačidlách výberu sporného výdajného automatu možno považovať za zobrazenia jednotlivých balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, nespadá do pôsobnosti tejto smernice, keďže podľa jej odôvodnenia 48 neharmonizuje vnútroštátne pravidlá domácej reklamy. V každom prípade tieto zobrazenia značiek cigariet nepredstavujú zobrazenia jednotkových balení cigariet v zmysle článku 8 ods. 8 Sú skôr súčasťou procesu predaja, pretože umožňujú spotrebiteľom zvoliť si značku cigariet, ktorú si chcú kúpiť.

[22] Rozsudok zo 4. mája 2016, Poľsko/Parlament a Rada (C-358/14, EU:C:2016:323, bod 47).

[23] Konkrétne „informácie o príslušných zložkách a emisiách tabakových výrobkov“, ktoré by malo mať na sebe každé jednotkové balenie a vonkajšie balenie tabakových výrobkov (pozri článok 11 ods. 2 FCTC).

[24] Cieľom označení požadovaných v článku 15 FCTC je vylúčiť nezákonný obchod s tabakovými výrobkami. Ich ekvivalentmi podľa smernice 2014/40 sú jedinečný identifikátor a bezpečnostné prvky stanovené v jej článkoch 15 a 16.

[25] Mal by som spresniť, že odsek 6 usmernení k implementácii článku 11 FCTC definuje „onsert (obchodné informácie)“ ako „akúkoľvek komunikáciu umiestnenú na vonkajšej strane jednotkového balenia alebo kartónu zakúpeného v maloobchode spotrebiteľmi …“

55. Komisia naopak tvrdí, že na tretiu otázku je potrebné odpovedať kladne. Podľa jej názoru je potrebné pojem zobrazenia jednotlivých balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 vykladať v širšom zmysle tak, že pokrýva akékoľvek znázornenie balenia cigariet. To vyplýva z použitia anglického a francúzskeho výrazu „image“; z požiadavky, že pokiaľ ide o označovanie potravín, že musia byť spotrebiteľom poskytované informácie potrebné na to, aby sa mohli rozhodnúť úplne, a to v úplnej znalosti skutkových okolností, a mali by byť chránení pred klamlivými tvrdeniami; z cieľa zabezpečiť vysokú úroveň ochrany ľudského zdravia v súlade s článkom 168 ods. 1 ZFEÚ; a zo skutočnosti, že inak by spotrebiteľ videl požadované zdravotné varovania až po vydaní balenia cigariet na pokladničný pás.

56. Zastávam názor, že obrázky značiek cigariet, ktoré nie sú verným zobrazením jednotlivých balení, ale ktoré si priemerný spotrebiteľ spája s tabakovými obalmi z dôvodu ich vzoru, sa majú považovať za obrázky jednotlivých balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40.

57. Ako bolo uvedené v bode 2 vyššie, článok 8 ods. 8 smernice 2014/40 stanovuje, že „obrázky jednotkových balení a akýchkoľvek vonkajších obalov, ktoré sú určené spotrebiteľom“ musia byť v súlade s ustanoveniami hlavy II kapitoly II tejto smernice, to znamená, že musia byť najmä opatrené požadovanými zdravotnými varovaniami. Pojem obrázky jednotkových balení a vonkajšieho obalu však nie je definovaný v článku 8 ods. 8 ani v iných ustanoveniach smernice.

58. Podľa judikatúry určenie významu a rozsahu pojmov, pre ktoré právo Únie neobsahuje definíciu, sa musí vykonať podľa ich obvyklého významu v bežnom jazyku, pričom sa zároveň zohľadnia súvislosti, v ktorých sa používajú, ako aj účel sledovaný právnou úpravou, v ktorej sa nachádzajú. [26]

59. Po prvé vo svojom obvyklom význame pojem „obrázok“ nezahŕňa iba zobrazenie alebo podobu osoby alebo veci, ale aj reprodukciu alebo napodobňovanie formy osoby alebo veci. To naznačuje, že pojem obrázok v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 obsahuje okrem iného verné zobrazenia jednotlivých balení alebo vonkajšieho obalu tabakových výrobkov, a najmä tento pojem sa neobmedzuje iba na fotografie. To platí nielen pre anglický výraz „image“, ale aj pre francúzsky výraz „image“, taliansky výraz „illustrazione“ a nemecký výraz „Bild“ používaný v týchto jazykových verziách článku 8 ods. 8.

60. Po druhé článok 10 ods. 1 písm. a) smernice 2014/40 stanovuje, že na každom jednotkovom balení a vonkajšom obale tabakového výrobku na fajčenie sa uvádzajú kombinované zdravotné varovania, popisuje dané varovanie ako obsahujúce textové varovanie a „zodpovedajúcu farebnú fotografiu“. Článok 2 ods. 33 tejto smernice, ktorý definuje kombinované zdravotné varovanie, používa výraz „fotografie alebo ilustrácie“. Pokiaľ teda ide o fotografiu, článok 2 ods. 33 a článok 10 ods. 1 písm. a) nepoužívajú pojem „obrázok“, ktorý používa článok 8 ods. 8, ale iný pojem („fotografia“ alebo „ilustrácia“). To naznačuje, že pojem „obrázok“ v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 sa neobmedzuje iba na fotografie jednotlivých balení. To isté platí pre francúzske znenie článku 2 ods. 33 a článku 10 ods. 1 písm. a), ktoré používajú tieto výrazy „photo ou… illustration“ a „photographie“, nie výraz „image“ použitý v článku 8 ods. 8; nemecké znenie článku 2 ods. 33 a článku 10 ods. 1 písm. a), ktoré používajú tieto výrazy „Fotografie oder Illustration“ a „Farbfotografie“, nie výraz „Bild“ použitý v článku 8 ods. 8 To o niečo menej platí pre taliansku verziu článkov 2 ods. 33 a článku 10 ods. 1 písm. a), ktoré používajú tieto výrazy

[26] Rozsudok z 22. apríla 2021, Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, bod 22).

„fotografia o… illustrazione“ a „fotografia“, pričom článok 8 ods. 8 používa pojem „illustrazione“. Celkovo sa však zdá, že tieto rôzne jazykové verzie článku 2 ods. 33 a článku 10 ods. 1 písm. a) používajú iný výraz (alebo výrazy), keď sa odkazuje na skutočnú fotografiu.

61. Po tretie podľa môjho názoru extenzívny výklad pojmu zobrazenia jednotkových balení alebo akéhokoľvek vonkajšieho obalu v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, ktorý sa týka nielen verného zobrazenia jednotlivých balení, ale aj zobrazení, ktoré si spotrebitelia spájajú s obalmi tabaku, je v súlade s cieľmi tejto smernice a konkrétnejšie s cieľom článku 8 tejto smernice.

62. Podľa judikatúry má smernica 2014/40 dvojaký cieľ, ktorým je uľahčenie hladkého fungovania vnútorného trhu s tabakovými a príbuznými výrobkami, pričom sa vychádza z vysokej úrovne ochrany ľudského zdravia, najmä zdravia mladých ľudí.[27] Ako uvádza vnútroštátny súd, obrázok, ktorý si spotrebiteľ spája s tabakovými obalmi, môže rovnako ako verné zobrazenie vyvolať impulz k nákupu. Proti tomuto impulzu možno bojovať pomocou požadovaných zdravotných varovaní. Široký výklad pojmu obrázky jednotkových balení v zmysle článku 8 ods. 8, ktorý sa vzťahuje aj na obrázky, ktoré si spotrebiteľ spája s tabakovými obalmi, by teda umožnil umiestniť tieto varovania na tieto obrázky, a tým odradiť od nákupu tabakových výrobkov a zvyšovať ochranu ľudského zdravia.

63. Pokiaľ ide o cieľ článku 8 ods. 8, domnievam sa, že cieľom tohto ustanovenia je zabrániť obchádzaniu pravidla stanoveného v článku 8 ods. 1 článok 8 ods. 1 skutočne stanovuje, že každé jednotkové balenie tabakového výrobku musí obsahovať požadované zdravotné varovania. Článok 8 ods. 3 zaisťuje účinnosť tohto pravidla zákazom zakrytia alebo prerušenia týchto varovaní. Článok 8 ods. 8 sa okrem iného zaoberá situáciou, keď sa maloobchodník snaží zabrániť akémukoľvek zobrazeniu požadovaných zdravotných varovaní v mieste predaja tým, že namiesto jednotkových balení obsahujúcich tieto varovania zobrazí obrázky tých balení, ktoré neobsahujú varovania. Tým, že článok 8 ods. 8 vyžaduje, aby obrázky na obaloch tabaku obsahovali aj varovania, sa snaží predchádzať tejto situácii, čím zabezpečuje, podobne ako článok 8 ods. 3, účinnosť pravidla stanoveného v článku 8 ods. 1 Extenzívny výklad pojmu obrázky tabakových obalov v zmysle článku 8 ods. 8, ktorý sa týka obrázkov, ktoré si spotrebiteľ spája s jednotkovými baleniami tabakových výrobkov, by zabezpečil úplnú účinnosť článku 8 ods. 1 To platí o to viac, že v danom prípade nie je možné zabezpečiť účinnosť článku 8 ods. 1 uplatnením zákazu stanoveného v článku 8 ods. 3 prvej vete, ako je vysvetlené v bodoch 47 až 52 vyššie.

64. Po štvrté výklad pojmu obrázky jednotkových balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 navrhovaný v bode 56 vyššie je v súlade s medzinárodným právom. Článok 13 ods. 4 FCTC stanovuje, že „v súlade so svojou ústavou alebo ústavnými zásadami, každá strana minimálne:… b) bude požadovať, aby akúkoľvek reklamu tabaku a prípadne propagáciu a sponzorstvo sprevádzali zdravotné alebo iné vhodné varovania alebo informácie“. Pojem „reklama a propagácia tabaku“ je definovaný v článku 1 ods. c) FCTC tak, že predstavuje „akúkoľvek formu komerčnej komunikácie, odporúčania alebo akcie s cieľom, účinkom alebo pravdepodobným účinkom propagovania tabakového výrobku alebo použitia tabaku, či už priamo alebo nepriamo“. Podľa bodu 14 usmernení na vykonávanie článku 13 Rámcového dohovoru Svetovej zdravotníckej organizácie o kontrole tabaku (ďalej len „usmernenia na vykonávanie článku 13 FCTC“) „výdajné automaty… predstavujú svojou prítomnosťou reklamné

[27] Rozsudky zo 4. mája 2016, Poľsko/Parlament a Rada (C-358/14, EU:C:2016:323, bod 80); zo 4. mája 2016, Philip Morris Brands a i. (C-547/14, EU:C:2016:325, body 171 a 220); zo 17. októbra 2018, Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, bod 23); z 30. januára 2019, Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, bod 38), a z 22. novembra 2018, Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, bod 40).

alebo propagačné prostriedky podľa podmienok dohovoru“ [28]. Z toho vyplýva, že podľa článku 13 ods. 4 písm. b) FCTC výdajné automaty na tabak musia byť ako forma reklamy na tabak „sprevádza[né]“ alebo, inými slovami, musia niesť zdravotné varovania. [29]

65. Zdá sa mi teda, že pojem obrázky jednotkových balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 musí pokrývať nielen verné zobrazenia tohto balenia, ale aj obrázky, ktoré si priemerný spotrebiteľ spája s jednotkovými baleniami tabakových výrobkov. Ako poznamenáva vnútroštátny súd, aby bolo možné určiť, či konkrétny obrázok môže byť spojený s jednotkovými baleniami, je potrebné zohľadniť jeho vzhľad, pokiaľ ide o obrys, proporcie, farbu a logo značky.

66. To, či v prejednávanej veci obrázky značiek cigariet zobrazené na tlačidlách výberu predmetného automatu predstavujú obrázky, ktoré si priemerný spotrebiteľ spája s jednotkovými baleniami tabakových výrobkov z dôvodu ich vzoru, je otázkou, ktorú musí posúdiť vnútroštátny súd.

67. Na tretiu položenú otázku by sa preto malo odpovedať tak, že pojem „obrázky jednotkových balení a akýchkoľvek vonkajších obalov“ tabakových výrobkov v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 zahŕňa nielen obrázky, ktoré sú verným zobrazením jednotkových balení alebo akýchkoľvek vonkajších obalov, ale aj obrázky, ktoré priemerný spotrebiteľ spája s jednotkovými baleniami alebo vonkajšími obalmi z dôvodu ich dizajnu z hľadiska obrysu, proporcií, farby a loga značky.

D. O štvrtej prejudiciálnej otázke

68. Svojou štvrtou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta Súdneho dvora, či v prípade, keď obrázok balenia cigariet, na ktorý sa vzťahuje článok 8 ods. 8 smernice 2014/40, neobsahuje požadované zdravotné varovania, je tento obrázok v súlade s uvedeným ustanovením, ak má spotrebiteľ možnosť vidieť tieto varovania skôr, ako si kúpi balenie cigariet.

69. Z rozhodnutia vnútroštátneho súdu vyplýva, že Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov) konštatoval, že článok 8 ods. 8 smernice 2014/40 zakazuje používanie zobrazení balení cigariet, ktoré neobsahujú požadované zdravotné varovania, iba ak sú tieto zobrazenia poskytnuté namiesto balení cigariet pred uzavretím kúpnej zmluvy. Vnútroštátny súd sa domnieva, že existujú pochybnosti o tom, či je možné súhlasiť s Oberlandesgericht München (Vyšší krajinský súd Mníchov).

70. JS tvrdí, že aj keby obrázky značiek cigariet zobrazené na výberových tlačidlách sporného výdajného automatu boli považované za zobrazenia jednotlivých balení v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40, nedošlo by k porušeniu tohto ustanovenia, pretože spotrebiteľ vidí požadované zdravotné varovania, keď je mu balenie odovzdané. Tieto varovania navyše uvidí vždy, keď bude fajčiť cigarety.

[28] Je tiež potrebné odkázať na štvrtú zarážku dodatku k týmto usmerneniam s názvom „Orientačný (neúplný) zoznam foriem, propagácie a sponzorstva tabakových výrobkov v zmysle dohovoru“, ktorý odkazuje na „predajné automaty tabakových výrobkov“.

[29] Je pravda, že posledná veta bodu 40 usmernení na vykonávanie článku 13 FCTC uvádza, že „s cieľom maximalizovať ich účinnosť by varovania alebo iné správy vyžadované zmluvnými stranami podľa článku 13 ods. 4 písm. b) Dohovoru mali byť *v súlade* s varovaniami alebo inými správami na obaloch, ktoré dohovor vyžaduje podľa článku 11“ (kurzívou zvýraznil generálny advokát) – z čoho vyplýva, že zdravotné varovania, ktoré podľa článku 13 ods. 4 písm. b) FCTC automaty na tabak musia mať, *nie sú rovnaké* ako zdravotné varovania, ktoré podľa článku 11 ods. 1 písm. b) FCTC musia obsahovať jednotkové balenia a obaly tabakových výrobkov. Článok 13 ods. 4 písm. b) FCTC a bod 14 usmernení na vykonávanie článku 13 FCTC však objasňujú, že v automatoch na tabak musia byť uvedené aspoň *niektoré* zdravotné varovania.

71. Komisia zastáva opačný názor.

72. Domnievam sa, že ak obrázok balenia cigariet, na ktorý sa vzťahuje článok 8 ods. 8 smernice 2014/40, neobsahuje požadované zdravotné varovania, je irelevantné, či má alebo nemá spotrebiteľ možnosť vidieť tieto varovania predtým, ako si toto balenie kúpi.

73. Po prvé článok 8 ods. 8 smernice 2014/40 stanovuje všeobecné pravidlo, že obrázky jednotkových balení musia zodpovedať požiadavkám hlavy II kapitoly II tejto smernice, najmä musia obsahovať požadované zdravotné varovania. Toto pravidlo nepodlieha nijakým podmienkam ani obmedzeniam. Článok 8 ods. 8 teda zakazuje *použitie* obrázkov, ktoré neobsahujú požadované zdravotné varovania, bez ohľadu na akýkoľvek postup nákupu. Postačí, že obrázky sú „určené spotrebiteľom“, čo je určite prípad obrázkov použitých v supermarketoch, ako je to v tomto prípade.

74. Po druhé nemožno namietať, že vzhľadom na to, že cieľom článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 je iba zabrániť obchádzaniu pravidla stanoveného v článku 8 ods. 1 tejto smernice, podľa ktorého každé balenie cigariet musí obsahovať zdravotné varovania, neporušuje vyššie uvedené ustanovenie, ak ich spotrebiteľ môže vidieť skôr, ako si kúpi balenie cigariet. Tento výklad by bol v rozpore so znením článku 8 ods. 8, ktorý opäť nestanovuje takúto výnimku z pravidla, ktoré upravuje. Inými slovami, cieľom článku 8 ods. 8 je nielen zabrániť obchádzaniu článku 8 ods. 1, ako je vysvetlené v bode 63 vyššie, ale tiež doplniť pravidlo uvedené v tomto ustanovení.

75. Na štvrtú položenú otázku je potrebné odpovedať tak, že v prípade, že obrázok jednotkového balenia cigariet alebo vonkajšieho obalu tabakového výrobku v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 neobsahuje zdravotné varovania stanovené v hlave II kapitole II tejto smernice, je toto ustanovenie porušené, aj keď má spotrebiteľ možnosť vidieť jednotkové balenie alebo vonkajší obal s týmito varovaniami skôr, ako si kúpi výrobok.

IV. Návrh

76. Vzhľadom na všetko vyššie uvedené navrhujem Súdnemu dvoru, aby na otázky položené zo strany Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko), odpovedal takto:

1. Ak sa tabakový výrobok ponúka na predaj prostredníctvom výdajného automatu, ktorý musí byť obsluhovaný zákazníkom tak, aby bol výrobok vydaný na pokladničný pás pred jeho zaplatením, musí sa tento výrobok považovať za uvedený na trh v zmysle článku 2 bodu 40 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2014/40/EÚ z 3. apríla 2014 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, prezentácie a predaja tabakových a súvisiacich výrobkov a o zrušení smernice 2001/37/ES v čase, keď je ponúkaný na predaj prostredníctvom tohto automatu, nie v čase, keď je zaplatený a keď sa skutočná fyzická kontrola nad ním prevedie z predajcu na zákazníka.

2. Zákaz zakrytia požadovaných zdravotných varovaní „inými prostriedkami“ stanovený v článku 8 ods. 3 prvej vete smernice 2014/40 sa nevzťahuje na prípad, keď je celé balenie tabakového výrobku zakryté, pretože tento výrobok je uložený vo výdajnom automate tak, že ho spotrebiteľ nevidí.

3. Pojem „obrázky jednotkových balení a akýchkoľvek vonkajších obalov“ tabakových výrobkov v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 zahŕňa nielen obrázky, ktoré sú verným zobrazením jednotkových balení alebo akýchkoľvek vonkajších obalov, ale aj obrázky, ktoré priemerný spotrebiteľ spája s jednotkovými baleniami alebo vonkajšími obalmi z dôvodu ich dizajnu z hľadiska obrysu, proporcií, farby a loga značky.

4. V prípade, že obrázok jednotkového balenia cigariet alebo vonkajšieho obalu tabakového výrobku v zmysle článku 8 ods. 8 smernice 2014/40 neobsahuje zdravotné varovania stanovené v hlave II kapitole II tejto smernice, je toto ustanovenie porušené, aj keď má spotrebiteľ možnosť vidieť jednotkové balenie alebo vonkajší obal s týmito varovaniami skôr, ako si kúpi výrobok.