Zbirka odločb sodne prakse

SKLEPNI PREDLOGI GENERALNEGA PRAVOBRANILCA
EVGENIJA TANCHEVA,
predstavljeni 15. julija 2021 [1]

Zadeva C-370/20

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

(Predlog za sprejetje predhodne odločbe, ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija))

„Direktiva 2014/40/EU – Zdravstvena opozorila, ki morajo biti navedena na zavojčku in kakršni koli zunanji embalaži – Avtomat za prodajo tobačnih izdelkov – Člen 2, točka 40 – Pojem ‚dajanje na trg' – Člen 8(3) – Prepoved ‚prekrivanja' zdravstvenih opozoril ‚z drugimi predmeti' – Člen 8(8) – Pojem ‚slika' zavojčkov ali kakršne koli zunanje embalaže, ki so ciljno usmerjeni na potrošnike v Evropski uniji"

1. Spor o glavni stvari se nanaša na označevanje in embalažo tobačnih izdelkov, ki se prodajajo prek prodajnega avtomata. Direktiva 2014/40/EU Evropskega parlamenta in Sveta [2] zahteva, da morajo biti na vsakem zavojčku tobačnega izdelka navedena zdravstvena opozorila, ki jih določa. Člen 8(3) te direktive določa, da morajo biti ta opozorila popolnoma vidna, kar med drugim pomeni, da jih ne smejo prekrivati drugi predmeti. Vprašanje, ki se postavlja pred Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija), je, ali je prepoved prekrivanja opozoril kršena, če zdravstvena opozorila na zavojčkih cigaret niso vidna, ko so ti zavojčki shranjeni v prodajnem avtomatu. Da bi bilo tako, bi bilo treba prodajni avtomat šteti za predmet, ki prekriva opozorila, kakršen so na primer ovoji in embalaže, na katere je izrecno napoteno v členu 8(3) te direktive, kar je sporno.

2. Predložitveno sodišče želi tudi izvedeti, ali gre za kršitev pravila iz člena 8(8) Direktive 2014/40, v skladu s katerim morajo *slike* zavojčkov in kakršne koli zunanje embalaže prav tako vsebovati zdravstvena opozorila. Tipke za izbor izdelkov prodajnega avtomata iz postopka v glavni stvari namreč prikazujejo slike različnih znamk cigaret. Vprašanje je, ali je te slike mogoče šteti za slike v smislu člena 8(8) te direktive, kar bi pomenilo, da bi morale vsebovati zdravstvena opozorila, vendar jih ne.

[1] Jezik izvirnika: angleščina.

[2] Direktiva z dne 3. aprila 2014 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o proizvodnji, predstavitvi in prodaji tobačnih in povezanih izdelkov in razveljavitvi Direktive 2001/37/ES (UL 2014, L 127, str. 1, in popravek v UL 2015, L 150, str. 24).

3. Tako ima Sodišče v obravnavani zadevi priložnost, da v zvezi z avtomatom za prodajo tobačnih izdelkov odloči o obsegu zahteve, v skladu s katero mora zdravstvena opozorila, določena z Direktivo 2014/40, vsebovati ne le vsak zavojček tobačnega izdelka, ampak tudi slike tega zavojčka.

I. Pravni okvir

A. Pravo Unije

4. Člen 2 Direktive 2014/40 določa:

„V tej direktivi se uporabljajo naslednje opredelitve pojmov:

[…]

(40) ‚dajanje na trg' pomeni dajanje izdelkov, ne glede na kraj njihove proizvodnje, na voljo potrošnikom v Uniji odplačno ali neodplačno, vključno s prodajo na daljavo; pri čezmejni prodaji na daljavo se šteje, da je izdelek dan na trg v državi članici, v kateri se potrošnik nahaja;

[…]"

5. Člen 8 Direktive 2014/40 določa:

„1. Na vsakem zavojčku tobačnega izdelka in kakršni koli zunanji embalaži morajo biti navedena zdravstvena opozorila, določena v tem poglavju, v uradnem jeziku ali jezikih države članice, kjer je izdelek dan na trg.

[…]

3. Države članice zagotovijo, da so zdravstvena opozorila na zavojčku in kakršni koli zunanji embalaži ob dajanju tobačnega izdelka na trg natisnjena tako, da jih ni mogoče odstraniti ali izbrisati, so popolnoma vidna ter niso v celoti ali delno prekrita ali prekinjena z davčnimi žigi, oznakami cene, varnostnimi elementi, ovoji, embalažami, škatlicami ali drugimi predmeti. Na zavojčkih tobačnih izdelkov, razen cigaret in tobaka za zvijanje v vrečkah, so lahko zdravstvena opozorila navedena na nalepkah, če teh ni mogoče odstraniti. Zdravstvena opozorila morajo pri odpiranju zavojčkov ostati nepoškodovana – to ne velja za zavojčke s pokrovčki, pri katerih se pri odpiranju zdravstvena opozorila lahko prelomijo, vendar samo na takšen način, da se zagotovi grafična celovitost in vidnost besedila, fotografij in informacij v zvezi z opuščanjem kajenja.

[…]

8. Slike zavojčkov in kakršne koli zunanje embalaže, ki so ciljno usmerjene na potrošnike v Uniji, morajo biti skladne z določbami tega poglavja."

B. Nemško pravo

6. Člen 11 Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (uredba o tobačnih izdelkih in povezanih izdelkih, v nadaljevanju: TabakerzV), naslovljen „Splošne določbe glede označevanja tobačnih izdelkov“, določa:

„(1) Za oblikovanje in namestitev zdravstvenih opozoril iz členov od 12 do 17 na zavojčkih in zunanji embalaži tobačnih izdelkov se uporabljajo naslednje splošne zahteve: zdravstvena opozorila

[…]

4. v trenutku dajanja na trg, vključno s ponujanjem za prodajo, ne smejo biti delno ali v celoti prekrita ali prekinjena; pri zavojčkih s pokrovčki, pri katerih se pri odpiranju zdravstvena opozorila prelomijo, je to lahko izvedeno samo na takšen način, da se zagotovita grafična celovitost in berljivost,

[…]

(2) Slike zavojčkov in zunanje embalaže, namenjene promoviranju potrošnikom v Evropski uniji, izpolnjujejo zahteve iz tega pododdelka.“ [3]

II. Dejansko stanje v sporu o glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

7. Oseba JS vodi dva supermarketa v Münchnu (Nemčija). Od 20. maja 2017 je na blagajnah teh trgovin prek prodajnega avtomata, prikazanega na spodnji sliki (v nadaljevanju: zadevni prodajni avtomat), ponujala cigarete:

[3] „Pododdelek“, na katerega je napoteno v členu 11(2) TabakerzV, je pododdelek 3, ki se nanaša na embalažo in opozorila.



8. Kupec ni mogel videti zavojčkov cigaret, ki so bili v zadevnem prodajnem avtomatu shranjeni na zalogo. Na podlagi tipk za izbiro izdelkov na navedenem prodajnem avtomatu je bilo sicer mogoče prepoznati različne znamke cigaret, vendar na njih ni bilo zakonsko določenih zdravstvenih opozoril.

9. Prodaja je potekala tako, da je kupec najprej prosil blagajniško osebje, naj odblokira prodajni avtomat, potem pa je pritisnil tipko za izbiro želene znamke cigaret. Nato je avtomat iz odprtine za izdajo izdelkov izvrgel zavojček cigaret na blagajniški trak. Kupec je po tem, če si glede nameravanega nakupa ni premislil, na blagajni plačal ta zavojček cigaret. Tako organizirana prodaja s pomočjo prodajnega avtomata je bila namenjena preprečevanju kraj in prodaje mladoletnikom.

10. Nepridobitno združenje Pro Rauchfrei e.V. je vložilo tožbo pri Landgericht München I (deželno sodišče v Münchnu I, Nemčija) in primarno predlagalo, naj se osebi JS z grožnjo kazni prepove ponujanje tobačnih izdelkov, zlasti cigaret, za prodajo na način, da so zdravstvena opozorila na zavojčkih ali zunanji embalaži skrita, kot je opisano v točkah 8 in 9 teh sklepnih predlogov. Združenje Pro Rauchfrei je podredno predlagalo, naj se osebi JS z grožnjo kazni prepove ponujanje tobačnih izdelkov, zlasti cigaret, za prodajo na način, da so prikazane slike zavojčkov brez zdravstvenih opozoril namesto zavojčkov s takimi opozorili, kot je opisano v navedenih točkah.

11. Landgericht München I (deželno sodišče v Münchnu I) je s sodbo z dne 5. julija 2018 tožbo zavrnilo.

12. Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu, Nemčija) je s sodbo z dne 25. julija 2019 zavrnilo pritožbo združenja Pro Rauchfrei zoper sodbo Landgericht München I (deželno sodišče v Münchnu I).

13. Združenje Pro Rauchfrei je zoper sodbo Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu) vložilo revizijo pri Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče).

14. Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) meni, da je uspeh te revizije odvisen od razlage člena 8(3), prvi stavek, in člena 8(8) Direktive 2014/40. Zato je prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

„1. Ali pojem dajanje na trg v smislu člena 8(3), prvi stavek, [Direktive 2014/40] zajema ponujanje tobačnih izdelkov iz prodajnih avtomatov, tako da so na zavojčkih cigaret, ki jih vsebujejo ti prodajni avtomati, sicer navedena zakonsko določena opozorila, vendar potrošnik zavojčkov cigaret, ki so shranjeni na zalogo v prodajnem avtomatu, najprej ne vidi in si lahko opozorila na njih ogleda šele, ko pritisne tipko na prodajnem avtomatu, ki ga mora blagajniško osebje pred tem odblokirati, in ko prodajni avtomat zaradi tega še pred plačilom izvrže zavojček cigaret na blagajniški trak?

2. Ali prepoved ‚prekrivanja' opozoril ‚z drugimi predmeti' iz člena 8(3), prvi stavek, [Direktive 2014/40] zajema primer, v katerem prodajni avtomat, ki ponuja izdelke, prekriva celotno embalažo tobačnega izdelka?

3. Ali je dejanski stan ‚slike zavojčkov' iz člena 8(8) [Direktive 2014/40] podan tudi, če pri sliki sicer ne gre za natančen prikaz originalne embalaže, vendar potrošnik sliko zaradi njenega oblikovanja, kar se tiče obrisov, mer, barv in logotipa blagovne znamke, povezuje z embalažo določenega tobačnega izdelka?

4. Ali so zahteve člena 8(8) Direktive 2014/40/EU ne glede na uporabljeno upodobitev izpolnjene že, če lahko potrošnik vidi zavojčke cigaret s predpisanimi opozorili, preden sklene prodajno pogodbo?"

15. Pisna stališča sta predložila oseba JS in Evropska komisija. Obravnave v tej zadevi ni bilo.

III. Analiza

A. Prvo vprašanje za predhodno odločanje

16. Predložitveno sodišče s prvim vprašanjem Sodišče v bistvu sprašuje, ali pojem „dajanje […] na trg" v smislu člena 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 zajema ponujanje zavojčkov cigaret s pomočjo prodajnega avtomata, pri čemer so ti zavojčki prvotno shranjeni na zalogo v avtomatu in niso vidni za potrošnika, tako da si lahko ta zdravstvena opozorila na njih ogleda šele, ko pritisne tipko na prodajnem avtomatu in prodajni avtomat zavojček cigaret še pred plačilom izvrže na blagajniški trak.

17. Kot je bilo navedeno v točki 1 teh sklepnih predlogov, morajo biti v skladu s členom 8(1) Direktive 2014/40 na vsakem zavojčku tobačnega izdelka in kakršni koli zunanji embalaži navedena zdravstvena opozorila iz poglavja II, naslov II, te direktive (v nadaljevanju: zahtevana zdravstvena opozorila). Člen 8(3) te direktive med drugim določa, da ta opozorila ne smejo biti v celoti ali delno prekrita ali prekinjena z drugimi predmeti.

18. Poudarjam, da se obveznost navedbe zahtevanih zdravstvenih opozoril in prepoved njihove prekinitve ali prekrivanja v skladu s členom 8(3) Direktive 2014/40 uporabljata le „ob dajanju tobačnega izdelka na trg“.[4] Pojem „dajanje na trg“ je v členu 2, točka 40, Direktive 2014/40 opredeljen tako: „dajanje izdelkov, ne glede na kraj njihove proizvodnje, na voljo potrošnikom v Uniji odplačno ali neodplačno, vključno s prodajo na daljavo […]“.

19. Predložitveno sodišče torej s prvim vprašanjem v bistvu sprašuje, ali je treba v obravnavani zadevi šteti, da je zavojček cigaret dan na trg: (i) ko je ponujen za prodajo v zadevnem prodajnem avtomatu, to je, preden je sprejeta odločitev o nakupu; ali (ii) ko dejanski fizični nadzor nad tem zavojčkom preide s prodajalca na stranko po postopku plačila.

20. Naj opozorim, da je v skladu s predložitveno odločbo Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu) menilo, da ponujanje zavojčkov cigaret za prodajo prek prodajnega avtomata ne spada na področje uporabe Direktive 2014/40, ker ta predstavitev pomeni „ureditev prodaje“, ki v skladu z uvodno izjavo 48 te direktive ni harmonizirana s to direktivo.[5] Zato menim, da je treba preučiti, ali se Direktiva 2014/40 uporablja za obravnavano zadevo, preden analiziram prvo vprašanje za predhodno odločanje.

1. Uporaba Direktive 2014/40 v obravnavani zadevi

21. V nasprotju z Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu) se zdi, da se predložitveno sodišče nagiba k stališču, da se Direktiva 2014/40 uporablja. Predložitveno sodišče zlasti opozarja, da čeprav je v uvodni izjavi 48 Direktive 2014/40 navedeno, da ta direktiva ne harmonizira pravil o „nacionalnem oglaševanju“, uvodna izjava 43 in člen 20(5) te direktive vseeno določata pravila o oglaševanju elektronskih cigaret. Predložitveno sodišče opozarja tudi, da Direktiva 2014/40 v skladu z njeno uvodno izjavo 60 in naslovom harmonizira pravila, ki se med drugim nanašajo na „predstavitev“ tobačnih izdelkov, kar je mogoče razumeti tako, da zajema tudi okoliščine njihove predstavitve.

22. Oseba JS v zvezi s tem trdi, da (i) se uvodna izjava 48 Direktive 2014/40 ne uporablja le za elektronske cigarete, temveč tudi za tobačne izdelke; da (ii) prodaja zavojčkov cigaret prek prodajnega avtomata pomeni ureditev prodaje v smislu te uvodne izjave in da (iii) zato prodaja zavojčkov cigaret prek prodajnega avtomata ne spada na področje uporabe te direktive.

23. Komisija zagovarja nasprotno stališče. Trdi, da medtem ko je v skladu z uvodno izjavo 48 Direktive 2014/40 ureditev prodaje, kot je prodaja tobačnih izdelkov prek prodajnega avtomata, v pristojnosti držav članic, zdravstvena opozorila, ki morajo biti pritrjena na tobačne izdelke, spadajo na področje uporabe te direktive in so z njo v celoti harmonizirana. Komisija zlasti poudarja, da je Evropska unija pristojna za približevanje nacionalnih pravil, s katerimi se zaobidejo ukrepi, katerih cilj je delovanje notranjega trga, kot so določbe o označevanju iz Direktive 2014/40.[6]

24. Menim, da se Direktiva 2014/40 uporablja za obravnavano zadevo.

[4] „[K]jer je izdelek dan na trg“ v skladu s členom 8(1) Direktive 2014/40.

[5] V skladu s predložitveno odločbo je „[Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče, München)] ugotovilo, da je hramba zavojčkov cigaret, ki so shranjeni na zalogo v prodajnem avtomatu, zgolj ureditev prodaje. [Po navedbah tega sodišča naj bi bilo] iz uvodne izjave 48 Direktive 2014/40 […] razvidno, da cilj te direktive glede približevanja nacionalnih predpisov ne zajema ureditev prodaje in oglaševanja. Zato naj se upoštevne določbe te direktive ne bi uporabljale za ponujanje cigaret za prodajo s pomočjo avtomatov, ki je sporno v obravnavani zadevi.“

[6] Komisija se sklicuje na sodbo z dne 5. oktobra 2000, Nemčija/Parlament in Svet (C-376/98, EU:C:2000:544, točka 100).

25. V prvem stavku uvodne izjave 48 Direktive 2014/40 je navedeno, da „ta direktiva ne harmonizira niti pravil o okolju brez tobačnega dima *niti o nacionalnih ureditvah prodaje, nacionalnem oglaševanju* ali širitvah blagovnih znamk, prav tako tudi ne določa starostne omejitve za elektronske cigarete ali posodice za ponovno polnjenje“.[7]

26. Menim, da se prvi stavek uvodne izjave 48 Direktive 2014/40 uporablja le za elektronske cigarete in posodice za ponovno polnjenje, ne pa tudi za tobačne izdelke, kot so cigarete.[8] Prvič, ta stavek se izrecno nanaša na „elektronske cigarete ali posodice za ponovno polnjenje“. Drugič, predhodne uvodne izjave – to so uvodne izjave od 36 do 47 – vse napotujejo na elektronske cigarete ali tekočino z nikotinom,[9] tobačni izdelki pa niso omenjeni. Tretjič, to razlago potrjujejo pripravljalni dokumenti za Direktivo 2014/40. V dokumentu, ki ga je pripravilo predsedstvo Sveta Evropske unije,[10] je navedeno, da so uvodne izjave od (a) do (m) – ki ustrezajo uvodnim izjavam od 36 do 48 Direktive 2014/40 – „uvodne izjave, povezane s členom 18“, zdajšnjim členom 20 Direktive 2014/40, ki je naslovljen „Elektronske cigarete“. Natančneje, uvodna izjava (l) je skoraj enaka uvodni izjavi 48 Direktive 2014/40.

27. Toda ne glede na to, ali se uvodna izjava 48, prvi stavek, Direktive 2014/40 nanaša na tobačne izdelke, menim, da ni mogoče šteti, da ta direktiva harmonizira nacionalna pravila o prodaji tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov ali nacionalna pravila o oglaševanju teh izdelkov na avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov.

28. Prvič, Direktiva 2014/40 ne harmonizira nacionalnih pravil o prodaji tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov. V členu 1 Direktive 2014/40, v katerem je naveden predmet te direktive, namreč ni navedena prodaja prek prodajnih avtomatov ali katera koli ureditev prodaje.[11] Dalje, prepoved ali omejitev prodaje prek prodajnih avtomatov je bila predvidena in nato opuščena v okviru ocene učinka Direktive 2014/40.[12] Nazadnje, prodaja tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov spada na področje uporabe Priporočila Sveta 2003/54/ES,[13] ki v skladu z uvodno izjavo 16 tega priporočila obravnava vrste praks oglaševanja, trženja in promocije, „ki niso zajete“

7 Moj poudarek.

8 Zaradi celovitosti naj pojasnim, da elektronske cigarete niso tobačni izdelki. V skladu s členom 2, točka 4, Direktive 2014/40 morajo biti tobačni izdelki „izdelani, četudi samo delno, iz tobaka“. To ne drži za elektronske cigarete, ki se, kot je navedeno v členu 2, točka 16, uporabljajo „za vdihovanje hlapov, ki vsebujejo nikotin“. Elektronske cigarete se namreč ne uporabljajo za potrošnjo tobaka v smislu člena 2, točka 1, ki ga je treba razumeti kot „tobačne liste in druge naravne predelane ali nepredelane dele rastline tobaka“ (glej tudi sodbo z dne 4. maja 2016, Pillbox 38, C-477/14, EU:C:2016:324, točki 37 in 38).

9 Razen uvodnih izjav 42 in 45. Vendar je v uvodni izjavi 42 uporabljen izraz „teh izdelkov“, ki ga je mogoče razumeti le tako, da se nanaša na izdelke, opisane v prejšnji uvodni izjavi, torej na elektronske cigarete. Poleg tega navedba „domnevnih škodljivih učinkov“ na zdravje ljudi v uvodni izjavi 45 ustreza besedilu člena 20(9), ki se uporablja samo za elektronske cigarete; navedba „zaščitne klavzule“ v isti uvodni izjavi pa ustreza členu 20(11), ki se prav tako uporablja le za elektronske cigarete.

10 Glej dokument Sveta št. 17727/13 ANNEX z dne 17. decembra 2013 (str. 15).

11 Razen „čezmejne prodaje tobačnih izdelkov na daljavo“ iz člena 1(d), kar pa ni nacionalna ureditev, ki v skladu z uvodno izjavo 48, prvi stavek, Direktive 2014/40 ne spada na področje uporabe te direktive.

12 Ocena učinka z dne 19. decembra 2012, ki je bila priložena predlogu direktive Evropskega parlamenta in Sveta o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o proizvodnji, predstavitvi in prodaji tobačnih in povezanih izdelkov (SWD(2012) 452 final) (v nadaljevanju: ocena učinka Direktive 2014/40). V skladu z oddelkom 4.1, del 1, ocene učinka Direktive 2014/40 je bilo „približevanje zakonodaje držav članic o avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov opuščeno v oceni učinka in javnem posvetovanju. To področje je bilo opuščeno zaradi pomislekov v zvezi s subsidiarnostjo in ob upoštevanju napredka na tem področju, ki je že velik“ (str. 50). Glej tudi študijo, ki jo je pripravil inštitut RAND Europe, naslovljeno „Assessing the Impacts of Revising the Tobacco Products Directive“, iz septembra 2010 (v nadaljevanju: študija RAND). V skladu s študijo RAND so tri od petih možnosti, ki jih je predvidela Komisija, vsebovale ukrepe v zvezi z avtomati za prodajo tobačnih izdelkov. Možnost 3 je vključevala ukrepe, s katerimi bi „mladoletnikom preprečili dostop do prodajnih avtomatov“, v možnostih 4 in 5 pa je bila predvidena popolna „prepoved prodajnih avtomatov“ (glej str. 189, 219, 227 in 235). Študija RAND je na voljo na spletnem mestu Evropske komisije.

13 Priporočilo z dne 2. decembra 2002 za preprečevanje kajenja in o pobudah za izboljšanje nadzora tobaka (UL 2003, L 22, str. 31).

med drugim v Direktivi 2001/37/ES Evropskega parlamenta in Sveta[14] (ki je zdaj razveljavljena in nadomeščena z Direktivo 2014/40). V zvezi s tem je treba napotiti na odstavek 1(c) Priporočila 2003/54, v katerem se državam članicam priporoča, naj bodisi „omejijo dostopnost avtomatov za prodajo tobačnih izdelkov na kraje, ki so dostopni osebam, ki presegajo starostno omejitev za nakup tobačnih izdelkov v skladu z nacionalnim pravom“ ali, če take starostne omejitve nimajo, „drugače regulirajo dostop do izdelkov, ki se prodajajo prek takih avtomatov“.

29. Drugič, Direktiva 2014/40 ne harmonizira nacionalnih pravil o oglaševanju tobačnih izdelkov na avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov. V členu 1 Direktive 2014/40, v katerem je naveden predmet te direktive, namreč ni navedeno ne oglaševanje na prodajnih avtomatih ne kakršno koli oglaševanje tobačnih izdelkov, ne glede na medij. Poleg tega oglaševanje tobačnih izdelkov na avtomatih za njihovo prodajo spada na področje uporabe Priporočila 2003/54, ki, kot sem pojasnil v točki 28 teh sklepnih predlogov, obravnava vrste praks oglaševanja, trženja in promocije, ki niso zajete v Direktivi 2014/40. V zvezi s tem je treba navesti odstavek 2(d) Priporočila 2003/54, v katerem se državam članicam priporoča, naj „v skladu z nacionalno ustavo ali ustavnimi načeli prepovedo uporabo […] oglaševalskih tehnik v zaprtih prostorih ali na prostem (kot je oglaševanje na avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov)“.[15]

30. Pri tem pa iz tega, da Direktiva 2014/40 ne harmonizira nacionalnih pravil o prodaji tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov ali oglaševanju na teh avtomatih, ne izhaja, da se ta direktiva ne uporablja v obravnavani zadevi.

31. Prvič, Sodišču ni bilo postavljeno vprašanje, ali se smejo tobačni izdelki prodajati prek prodajnih avtomatov (oziroma ali je lahko prodaja tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov omejena na osebe, ki presegajo starostno mejo za nakup teh izdelkov). Vprašanje je, ali lahko, *če nacionalna zakonodaja omogoča prodajo tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov, kot je očitno v Nemčiji*, prodajni avtomat na eni strani povsem skrije zahtevana zdravstvena opozorila na tobačnih izdelkih, ki so shranjeni v njem, na drugi pa na tipkah za izbiro kaže slike teh izdelkov, na katerih ni teh opozoril. To vprašanje spada na področje uporabe Direktive 2014/40, saj je eden od njenih ciljev v skladu s členom 1(b) te direktive približevanje nacionalnih pravil o „nekaterih vidikih označevanja in embalaže tobačnih izdelkov, vključno z zdravstvenimi opozorili“. Nikjer ni navedeno, da je harmonizacija upoštevnih „vidikov“ označevanja in embalaže tobačnih izdelkov omejena na njihovo prodajo s posameznimi sredstvi.

32. Drugič, Sodišču ni postavljeno vprašanje, ali je oglaševanje tobačnih izdelkov dovoljeno ali ne. Zlasti se ne sprašuje, ali je dovoljeno oglaševanje tobačnih izdelkov na prodajnih avtomatih. Vprašanje je, ali morajo, *če je oglaševanje tobačnih izdelkov na prodajnih avtomatih dovoljeno, kot je očitno v Nemčiji*, slike znamk cigaret, prikazane na tipkah za izbiro izdelkov prodajnega avtomata, spremljati zahtevana zdravstvena opozorila. To vprašanje spada na področje uporabe Direktive 2014/40, saj je eden od njenih ciljev v skladu s členom 1(b) te direktive približevanje nacionalnih pravil o zdravstvenih opozorilih, ki jih je treba navesti na zavojčkih tobačnih izdelkov in, v skladu z njenim členom 8(8), na slikah teh zavojčkov.

33. Ugotavljam, da se v nasprotju s tem, kar trdi oseba JS, Direktiva 2014/40 uporablja za obravnavano zadevo.

[14] Direktiva z dne 5. junija 2001 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o izdelavi, predstavitvi in prodaji tobačnih izdelkov (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 6, str. 147). Direktiva 2001/37 je navedena v uvodni izjavi 9 Priporočila 2003/54.

[15] Napotiti je treba tudi na uvodno izjavo 14 Priporočila 2003/54, v skladu s katero na prodajnih avtomatih „ne bi smelo biti oglaševanja, razen tistega, ki je nujno potrebno za označitev izdelkov, ki se prodajajo“.

2. Ali ponujanje tobačnih izdelkov prek zadevnih prodajnih avtomatov pomeni dajanje na trg

34. Kot sem navedel v točki 19 teh sklepnih predlogov, predložitveno sodišče v bistvu sprašuje, ali je treba v obravnavani zadevi šteti, da je zavojček cigaret dan na trg, ko je ponujen za prodajo v zadevnem prodajnem avtomatu ali ko dejanski fizični nadzor nad tem zavojčkom preide s prodajalca na kupca po postopku plačila.

35. Oseba JS trdi, da ne glede na to, ali se Direktiva 2014/40 uporablja za obravnavano zadevo, shranjevanje tobačnih izdelkov na zalogo v zadevni prodajni avtomat ne more pomeniti dajanja na trg.

36. Komisija trdi, da glede na presojo tretjega in četrtega vprašanja za predhodno odločanje tega vprašanja ni treba obravnavati. Meni pa, da bi moralo Sodišče, če se ne bi strinjalo z razlago člena 8(8) Direktive 2014/40, ki jo predlaga Komisija, ugotoviti, da je zavojček cigaret vsekakor dan na trg v trenutku, ko je izvržen na blagajniški trak. Predložitveno sodišče mora odločiti, ali je bil ta zavojček dan na trg v predhodni fazi.

37. Sam menim, da je zavojček cigaret dan na trg, ko je ponujen za prodajo v zadevnem prodajnem avtomatu.

38. Člen 2, točka 40, Direktive 2014/40 določa široko opredelitev pojma „dajanje“ tobačnih izdelkov „na trg“. Da se šteje, da je izdelek dan na trg, zadostuje, da je na voljo potrošnikom v Uniji (veleprodaja je torej izključena).

39. Natančneje, ker v členu 2, točka 40, Direktive 2014/40 ni pridržkov v zvezi s sredstvi, s katerimi se izdelek daje na voljo potrošnikom, je treba ta sredstva šteti za nepomembna. Če je torej tobačni izdelek na voljo potrošnikom v prodajnem avtomatu, je dan na trg v smislu te določbe. V zvezi s tem ni pomembno, da Evropski parlament ni upošteval predloga svojega Odbora za pravne zadeve, naj spremeni člen 2, točka 40, tako, da bo „dajanje na trg“ pomenilo „dajanje izdelkov na voljo potrošnikom v Uniji proti plačilu ali brezplačno, vključno s prodajo na daljavo *ali prek prodajnega avtomata* […]“.[16] Eden od razlogov, da ta predlog ni bil sprejet, bi namreč lahko bil, da bi ga bilo mogoče razlagati v smislu, da je prodaja tobačnih izdelkov prek prodajnih avtomatov dovoljena, čeprav to vprašanje, kot sem pojasnil v točki 28 teh sklepnih predlogov, ne spada na področje uporabe Direktive 2014/40.

40. Poleg tega se v skladu s členom 2, točka 40, Direktive 2014/40 šteje, da je izdelek dan na trg, če je dan na voljo potrošnikom „odplačno ali neodplačno“. Tobačni izdelki, ki so potrošnikom na voljo brezplačno, so torej dani na trg v smislu te določbe (če je seveda brezplačno razdeljevanje tobačnih izdelkov dovoljeno, kar pa je le, če se ne dogaja v okviru sponzorstva dogodkov ali dejavnosti s čezmejnim učinkom ali neposrednim ali posrednim učinkom promocije teh izdelkov).[17] Drugače povedano, ni nujno, da so tobačni izdelki dani na voljo za prodajo. Zadostuje, da so dani na voljo za potrošnjo. Iz tega sledi, da če so tobačni izdelki dani na voljo za prodajo, je treba šteti, da so dani na trg, preden so kupljeni in plačani.

[16] Glej mnenje Odbora za pravne zadeve z dne 25. junija 2013 v poročilu Evropskega parlamenta o predlogu direktive Evropskega parlamenta in Sveta o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o proizvodnji, predstavitvi in prodaji tobačnih in povezanih izdelkov z dne 24. julija 2013 (predlog spremembe 22, str. 273).

[17] V skladu s členom 5(2) Direktive 2003/33/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 26. maja 2003 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o oglaševanju in sponzorstvu tobačnih izdelkov (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 15, zvezek 7, str. 460).

41. V obravnavani zadevi iz točk 39 in 40 teh sklepnih predlogov sledi, da je zavojček cigaret dan na trg takoj, ko je ponujen za prodajo v zadevnem prodajnem avtomatu, in ne ko je ta zavojček plačan in dejanski fizični nadzor nad njim preide s prodajalca na kupca.

42. Zato je treba na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovoriti, da če se tobačni izdelek ponuja za prodajo prek prodajnega avtomata, na katerega tipko mora stranka pritisniti, da izdelek izvrže na blagajniški trak, preden se opravi plačilo zanj, je treba za ta izdelek šteti, da je dan na trg v smislu člena 2, točka 40, Direktive 2014/40 v trenutku, ko je ponujen za prodajo prek tega prodajnega avtomata, in ne v trenutku, ko je plačan in dejanski fizični nadzor nad tem izdelkom preide s prodajalca na kupca.

B. Drugo vprašanje za predhodno odločanje

43. Predložitveno sodišče z drugim vprašanjem Sodišče v bistvu sprašuje, ali prepoved prekrivanja zahtevanih zdravstvenih opozoril „z drugimi predmeti“, ki je določena v členu 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40, zajema položaj, v katerem je celoten zavojček, na katerem so ta opozorila, skrit, ker zavojček cigaret ni viden, dokler je v prodajnem avtomatu.

44. Člen 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 prepoveduje, da bi bila zdravstvena opozorila na zavojčku in kakršni koli zunanji embalaži ob dajanju tobačnih izdelkov na trg „v celoti ali delno prekrita ali prekinjena z davčnimi žigi, oznakami cene, varnostnimi elementi, ovoji, embalažami, škatlicami *ali drugimi predmeti*“.[18]

45. Oseba JS v zvezi s tem trdi, da če so zahtevana zdravstvena opozorila, ki so na zavojčku, skrita, ker zavojček ni viden, dokler je v prodajnem avtomatu, člen 8(3) Direktive 2014/40 ni kršen. Prodajni avtomat naj ne bi bil „predmet“, ki prekriva zahtevana zdravstvena opozorila v smislu te določbe. Taki „predmeti“ naj bi bili lahko samo elementi, ki ogrožajo celovitost zahtevanih zdravstvenih opozoril, ne pa elementi, ki se uporabljajo za prodajo tobačnih izdelkov.

46. Komisija trdi, da glede na njeno presojo tretjega in četrtega vprašanja za predhodno odločanje, drugega vprašanja ni treba preučiti. Vendar navaja, da če se Sodišče ne bi strinjalo z razlago člena 8(8) Direktive 2014/40, ki jo predlaga Komisija, bi moralo ugotoviti, da se zadevni prodajni avtomat ne more šteti za „predmet“, ki prekriva zahtevana zdravstvena opozorila, v smislu člena 8(3) te direktive. Komisija meni, da ni razloga za široko razlago te določbe v smislu, da je člen 8(3) kršen zgolj zaradi dejstva, da tobačni izdelki, ki se prodajajo v prostorih trgovine na drobno, v teh prostorih niso razstavljeni. Učinkovitost zahtevanih zdravstvenih opozoril naj bi bilo mogoče zagotoviti z drugimi sredstvi, na primer z zagotavljanjem, da so tipke za izbiro izdelkov v skladu s členom 8(8) Direktive 2014/40.

47. Menim, da prepoved prekrivanja zahtevanih zdravstvenih opozoril „z drugimi predmeti“, določena v členu 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 ne zajema primera, v katerem je celotna embalaža tobačnih izdelkov skrita, dokler so ti izdelki v prodajnem avtomatu.

[18] Moj poudarek.

48. Prvič, v členu 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40, je navedeno, da *zahtevana zdravstvena opozorila* na zavojčkih tobačnih izdelkov ali kakršni koli zunanji embalaži ne smejo biti delno ali v celoti prekrita. Ni navedeno, da *zavojčki*, na katerih so ta opozorila, v trgovinah na drobno ne smejo biti skriti (da se zagotovi polna vidljivost opozoril). [19]

49. Drugič, namen člena 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 v delu, v katerem se navaja, da morajo biti zahtevana zdravstvena opozorila „natisnjena tako, da jih ni mogoče odstraniti ali izbrisati“ in ne smejo biti „delno prekrita ali prekinjena“, je zagotoviti, da ni ogrožena celovitost zahtevanih zdravstvenih opozoril. Shranjevanje zavojčkov, na katerih so ta opozorila, na zalogo v prodajni avtomat ne vpliva na celovitost teh opozoril.

50. Tretjič, člen 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 ne prepoveduje prekrivanja zahtevanih zdravstvenih opozoril. Namesto tega določa, da ta opozorila ne smejo biti prekrita z nekaterimi predmeti, in sicer „davčnimi žigi, oznakami cene, varnostnimi elementi, ovoji, embalažami, škatlicami *ali drugimi predmeti*“. [20] Očitno je, da prodajni avtomat ni preprosta „škatlica“, še manj pa ovoj ali embalaža. Menim, da ni mogoče šteti, da prodajni avtomat spada na področje uporabe prepovedi, določene v členu 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40, na podlagi sklicevanja na „druge predmete“, ki bi prekrivali zahtevana zdravstvena opozorila. Dejstvo, da ti „drugi predmeti“ v določbi niso opredeljeni, namreč ne pomeni, da na področje uporabe te prepovedi spada *kar koli*, kar prekriva opozorila. Predmeti, ki so našteti kot primeri, kažejo, da morajo biti ti „drugi predmeti“ bodisi pritrjeni na embalažo zadevnega tobačnega izdelka (kot so davčni žigi, oznake cene in varnostni elementi) ali biti sami (del) te embalaže, vključno z „zunanjo embalažo“, kot je opredeljena v členu 2, točka 29, Direktive 2014/40 (kot so ovoji, embalaže in škatlice). V primeru prodajnega avtomata ni tako, ker ga ni mogoče šteti za embalažo, saj njegov namen (drugače kakor ovoji, embalaža in škatlice) ni embaliranje niti hramba enega ali več zavojčkov tobačnih izdelkov na zalogo, temveč dajanje teh izdelkov na voljo za prodajo.

51. Četrtič, razlaga člena 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40, predlagana v točki 47 teh sklepnih predlogov, je v skladu z mednarodnim pravom. Naj navedem, da so Evropska unija in njene države članice pogodbenice Okvirne konvencije Svetovne zdravstvene organizacije za nadzor nad tobakom, podpisane 21. maja 2003 v Ženevi (v nadaljevanju: FCTC), katere določbe so zanje zavezujoče. [21] Člen 11(1) FCTC določa, da vsaka pogodbenica te konvencije „[…] sprejme in izvaja učinkovite ukrepe, s katerimi zagotovi, da: […] (b) je na vsaki škatlici ali zavojčku tobačnih izdelkov ter vsaki zunanji embalaži in oznaki takih izdelkov tudi zdravstveno opozorilo, ki opisuje škodljive posledice uporabe tobaka […]“. Navesti moram tudi, da so pogodbenice FCTC sprejele niz smernic za izvajanje te konvencije, ki sicer niso zavezujoče, vendar je njihov namen odločilno vplivati na vsebino pravil, ki jih Evropska unija sprejema na zadevnem področju. [22] V odstavku 10 Smernic za izvajanje člena 11 Okvirne konvencije Svetovne zdravstvene organizacije za nadzor nad tobakom (v nadaljevanju: Smernice za izvajanje člena 11 FCTC) je navedeno, da bi morale „pogodbenice zagotoviti, da zdravstvenih opozoril […] ne bi ovirala druge zahtevane oznake na embalaži ali označevanju ali reklamni vložki in prilepki“ ali „druge oznake, kot so davčni žigi in oznake v skladu z zahtevami iz člena 15 Konvencije“. V skladu z odstavkom 10 Smernic za izvajanje člena 11 FCTC so torej edini elementi, ki ne smejo ovirati zdravstvenih opozoril, (i)

[19] Pravzaprav je bil v pripravljalnih dokumentih za Direktivo 2014/40 predviden (in opuščen) nasprotni pristop, to je uvedba omejitev ali popolna prepoved razstavljanja tobačnih izdelkov na prodajnih mestih. Glej v zvezi s tem točko 4.1, del 1, ocene učinka Direktive 2014/40 (str. 50) in študijo RAND (str. 227 in 233).

[20] Moj poudarek.

[21] Glej uvodno izjavo 7 Direktive 2014/40. Glej tudi člen 1 te direktive, ki določa, da je njen cilj, „da bi izpolnili *obveznosti* Unije iz [FCTC]“ (moj poudarek).

[22] Sodba z dne 4. maja 2016, Poljska/Parlament in Svet (C-358/14, EU:C:2016:323, točka 47).

„druge zahtevane oznake na embalaži ali označevanju“,[23] vključno z oznakami, ki se zahtevajo v skladu s členom 15 FCTC,[24] in (ii) „reklamni vložki in prilepki“.[25] Jasno je, da prodajni avtomat ne spada v nobeno od teh kategorij. Podobno je v odstavku 54 teh smernic navedeno, da bi morale „pogodbenice zagotavljati, da samolepljive etikete, nalepke, škatlice, ovitki, ovoji, embalaža ter promocijski vložki in prilepki proizvajalcev tobačnih izdelkov ne zakrijejo, zabrišejo ali spodkopavajo zdravstvenih opozoril“. Ponovno nobenega od teh izrazov ni mogoče uporabiti za prodajni avtomat. Vsi elementi, ki v skladu z odstavkoma 10 in 54 Smernic za izvajanje člena 11 FCTC ne bi smeli ovirati zdravstvenih opozoril, so taki, da jih je mogoče namestiti ali pritrditi v notranjost ali na zunanji del zavojčka.

52. Tako je treba na drugo vprašanje za predhodno odločanje odgovoriti, da se prepoved prekrivanja zahtevanih zdravstvenih opozoril „z drugimi predmeti“ iz člena 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40 ne nanaša na primer, v katerem je celotna embalaža tobačnega izdelka skrita, ker je ta izdelek na zalogo shranjen v prodajnem avtomatu, tako da za potrošnika ni viden.

C. Tretje vprašanje za predhodno odločanje

53. Predložitveno sodišče s tretjim vprašanjem Sodišče v bistvu sprašuje, ali je slika, ki ni upodobitev izvirne embalaže, kakršna je v resnici, vendar jo potrošnik zaradi njenega oblikovanja, kar se tiče obrisov, mer, barv in logotipa blagovne znamke, povezuje z embalažo cigaret, „slika zavojčka“ v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40.

54. Oseba JS meni, da je treba na tretje vprašanje odgovoriti nikalno. Po njenem mnenju vprašanje, ali je mogoče slike blagovnih znamk, prikazane na tipkah za izbiro izdelkov zadevnega prodajnega avtomata, šteti za slike zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40, ne spada na področje uporabe te direktive, saj ta v skladu z uvodno izjavo 48 ne harmonizira nacionalnih pravil o nacionalnem oglaševanju. Te slike blagovnih znamk cigaret naj nikakor ne bi bile slike zavojčkov cigaret v smislu člena 8(8). Šlo naj bi za del prodajnega postopka, saj potrošnikom omogočajo izbiro blagovne znamke cigaret, ki jih želijo kupiti.

55. Komisija nasprotno meni, da je treba na tretje vprašanje odgovoriti pritrdilno. Po njenem mnenju je treba pojem slike zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 razlagati široko, tako da zajema vsako predstavitev zavojčka cigaret. To naj bi sledilo iz uporabe angleškega in francoskega pojma „image“; zahteve, da mora potrošnik kot pri označevanju živil dobiti informacije, ki jih potrebuje za odločanje ob polni seznanjenosti z dejstvi, in da ga je treba zaščititi pred zavajajočimi trditvami; cilja zagotavljanja visoke ravni varstva zdravja ljudi v skladu s členom 168(1) PDEU ter dejstva, da bi sicer potrošnik zahtevana zdravstvena opozorila videl šele po tem, ko bi bil zavojček cigaret izvržen na blagajniški trak.

56. Menim, da je treba slike blagovnih znamk cigaret, ki niso upodobitev zavojčkov, kakršni so v resnici, vendar jih povprečen potrošnik zaradi njihovega oblikovanja povezuje z embalažo tobačnih izdelkov, šteti za slike zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40.

[23] In sicer „podatki o pomembnih sestavinah in emisijah tobačnih izdelkov“, ki jih mora vsebovati vsak zavojček in zunanja embalaža tobačnih izdelkov (glej člen 11(2) FCTC).

[24] Namen oznak, zahtevanih v členu 15 FCTC, je odprava nezakonite trgovine s tobačnimi izdelki. Njihove ustreznice iz Direktive 2014/40 so posebna identifikacijska oznaka in varnostni elementi, določeni v členih 15 in 16 te direktive.

[25] Naj navedem, da je v odstavku 6 Smernic za izvajanje člena 11 FCTC „prilepek“ opredeljen kot „kakršno koli sporočilo, pritrjeno na zunanjo stran posameznega zavojčka in/ali kartona, ki ga potrošniki kupijo v maloprodaji […]“.

57. Kot je bilo navedeno v točki 2 teh sklepnih predlogov, člen 8(8) Direktive 2014/40 določa, da morajo biti „[s]like zavojčkov in kakršne koli zunanje embalaže, ki so ciljno usmerjene na potrošnike“, v skladu z določbami poglavja II, naslov II, te direktive, in sicer morajo zlasti vsebovati zahtevana zdravstvena opozorila. Vendar pojem slik zavojčkov in kakršne koli zunanje embalaže ni opredeljen niti v členu 8(8) niti v kateri koli drugi določbi Direktive.

58. V skladu s sodno prakso je treba pomen in obseg pojmov, ki jih pravo Unije nikakor ne opredeljuje, določiti v skladu z njihovim običajnim pomenom v vsakdanjem jeziku, pri čemer je treba upoštevati sobesedilo, v katerem se uporabljajo, in cilje, ki jim sledi ureditev, katere del so.[26]

59. Prvič, običajni pomen pojma „slika“ ne zajema zgolj prikaza ali podobe osebe ali stvari, temveč tudi reprodukcijo ali posnetek oblike osebe ali stvari. To nakazuje, da pojem slike v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 med drugim vključuje upodobitve zavojčkov ali zunanje embalaže tobačnih izdelkov, kakršna je v resnici, in zlasti, da ta pojem ni omejen na fotografije. To ne velja samo za angleški pojem „image“, temveč tudi za francoski „image“, italijanski „ilustrazione“ in nemški „Bild“, ki so uporabljeni v teh jezikovnih različicah člena 8(8).

60. Drugič, v členu 10(1)(a) Direktive 2014/40, ki določa, da morajo biti na vsakem zavojčku in kakršni koli zunanji embalaži tobačnih izdelkov za kajenje sestavljena zdravstvena opozorila, je to opozorilo opisano tako, da vsebuje besedilno opozorilo in „ustrezno barvno fotografijo“. V členu 2, točka 33, te direktive, ki opredeljuje sestavljeno zdravstveno opozorilo, se uporablja izraz „fotografija ali ilustracija“. V členih 2, točka 33, in 10(1)(a) tako pri sklicevanju na fotografijo ni uporabljen izraz „slika“, ki se uporablja v členu 8(8), temveč drugačen izraz („fotografija“ oziroma „ilustracija“). To nakazuje, da pojem „slika“ v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 ni omejen na fotografije zavojčkov. Enako velja za francosko različico člena 2, točka 33, in člena 10(1)(a), v katerih sta uporabljena izraza „photo ou […] illustration“ in „photographie“, in ne izraz „image“, uporabljen v členu 8(8), oziroma nemško različico člena 2, točka 33, in člena 10(1)(a), v katerih sta uporabljena izraza „Fotografie oder Illustration“ in „Farbfotografie“, ne pa izraz „Bild“, uporabljen v členu 8(8). Nekoliko manj to drži za italijansko različico člena 2, točka 33, in člena 10(1)(a), v katerih sta uporabljena izraza „fotografia o […] illustrazione“ in „fotografia“, medtem ko je v členu 8(8) uporabljen izraz „illustrazione“. Vendar se na splošno zdi, da je v teh jezikovnih različicah člena 2, točka 33, in člena 10(1)(a) uporabljen drugačen izraz (oziroma izrazi), ki se dejansko sklicujejo na fotografijo.

61. Tretjič, menim, da je široka razlaga pojma slika zavojčka ali katere koli zunanje embalaže v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40, ki ne zajema le upodobitve zavojčkov, kakršni so v resnici, temveč tudi slike, ki jih potrošniki povezujejo z embalažo tobačnih izdelkov, v skladu s cilji te direktive in, natančneje, s ciljem člena 8 te direktive.

62. V skladu s sodno prakso sledi Direktiva 2014/40 dvojnemu cilju, ki je olajševanje pravilnega delovanja notranjega trga s tobačnimi in povezanimi izdelki, ob upoštevanju visoke ravni varovanja zdravja ljudi, zlasti mladih.[27] Kot je navedlo predložitveno sodišče, lahko slika, ki jo potrošnik povezuje z embalažo tobačnega izdelka, enako kot upodobitev izdelka, kakršen je v resnici, potrošnika spodbudi k nakupu. Proti temu vzgibu se je mogoče boriti z zahtevanimi zdravstvenimi opozorili. Široka razlaga pojma slik zavojčkov v smislu člena 8(8), ki zajema tudi

[26] Sodba z dne 22. aprila 2021, Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, točka 22).

[27] Sodbe z dne 4. maja 2016, Poljska/Parlament in Svet (C-358/14, EU:C:2016:323, točka 80); z dne 4. maja 2016, Philip Morris Brands in drugi (C-547/14, EU:C:2016:325, točki 171 in 220); z dne 17. oktobra 2018, Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, točka 23); z dne 30. januarja 2019, Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, točka 38), in z dne 22. novembra 2018, Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, točka 40).

slike, ki jih potrošnik povezuje z embalažo tobačnih izdelkov, bi torej omogočila, da se ta opozorila pritrdijo na te slike, s čimer bi potrošnike odvračali od nakupa tobačnih izdelkov in izboljšali varovanje zdravja ljudi.

63. Glede cilja člena 8(8) menim, da je namen te določbe preprečiti izogibanje pravilu, določenem v členu 8(1). V členu 8(1) je namreč navedeno, da morajo biti na vsakem zavojčku tobačnega izdelka navedena zahtevana zdravstvena opozorila. Člen 8(3) zagotavlja učinkovitost tega pravila s prepovedjo prekrivanja ali prekinitve teh opozoril. Člen 8(8) med drugim obravnava položaj, v katerem se želi prodajalec na drobno izogniti vsakršnemu prikazovanju zahtevanih zdravstvenih opozoril na prodajnem mestu tako, da namesto zavojčkov, na katerih so ta opozorila, prikaže slike teh zavojčkov brez opozoril. Z zahtevo, da morajo biti opozorila tudi na slikah embalaže tobačnih izdelkov, se želi s členom 8(8) preprečiti tak položaj in podobno kot s členom 8(3) zagotoviti učinkovitost pravila, določenega v členu 8(1). S široko razlago pojma slika embalaže tobačnega izdelka v smislu člena 8(8) kot pojma, ki zajema slike, ki jih potrošnik povezuje z zavojčki tobačnih izdelkov, bi bila zagotovljena polna učinkovitost člena 8(1). To drži še toliko bolj, ker v obravnavani zadevi učinkovitosti člena 8(1) ni mogoče zagotoviti z uporabo prepovedi iz člena 8(3), prvi stavek, kot je pojasnjeno v točkah od 47 do 52 teh sklepnih predlogov.

64. Četrtič, razlaga pojma slik zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40, predlagana v točki 56 teh sklepnih predlogov, je v skladu z mednarodnim pravom. Člen 13(4) FCTC namreč določa, da „[v]saka pogodbenica v skladu s svojo ustavo ali ustavnimi načeli: […] (b) zahteva, da zdravstvena ali druga primerna opozorila ali sporočila spremljajo vsakršno tobačno oglaševanje ter po potrebi promocijo in sponzoriranje“. Pojem „oglaševanje in promocija tobaka“ je v členu 1(c) FCTC opredeljen kot „vsakršno posredno ali neposredno komercialno sporočilo, priporočilo ali dejanje s ciljem, učinkom ali mogočim učinkom promocije tobačnih izdelkov ali uporabe tobaka“. V skladu z odstavkom 14 Smernic za izvajanje člena 13 Okvirne konvencije Svetovne zdravstvene organizacije za nadzor nad tobakom (v nadaljevanju: Smernice za izvajanje člena 13 FCTC) „prodajni avtomati že s svojo prisotnostjo pomenijo sredstvo oglaševanja ali promocije v skladu s Konvencijo“.[28] Iz tega sledi, da morajo v skladu s členom 13(4)(b) FCTC avtomate za prodajo tobačnih izdelkov kot obliko oglaševanja tobaka „spremljati“ oziroma, bolje, morajo biti ti opremljeni z zdravstvenimi opozorili.[29]

65. Zato menim, da mora pojem slike zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 zajemati ne le upodobitev embalaže, kakršna je v resnici, temveč tudi slike, ki jih povprečni potrošnik povezuje z zavojčki tobačnih izdelkov. Kot je navedlo predložitveno sodišče, je treba pri presoji, ali je mogoče konkretno sliko povezati z zavojčki, upoštevati njeno oblikovanje, kar se tiče obrisov, mer, barv in logotipa blagovne znamke.

66. Ali so v obravnavani zadevi slike blagovnih znamk cigaret, prikazane na tipkah za izbiro izdelkov zadevnega prodajnega avtomata, slike, ki jih povprečni potrošnik zaradi njihovega oblikovanja povezuje z zavojčki tobačnih izdelkov, je vprašanje dejanskega stanja, ki ga mora ugotoviti predložitveno sodišče.

[28] Naj navedem tudi četrto alineo Priloge k tem smernicam, naslovljeno „Okvirni (neizčrpni) seznam oblik oglaševanja, promocije in sponzoriranja tobačnih izdelkov v smislu Konvencije“, v katerem so navedeni tudi „avtomati za prodajo tobačnih izdelkov“.

[29] V odstavku 40, zadnji stavek, Smernic za izvajanje člena 13 FCTC je res navedeno, da „bi morala biti za čim večjo učinkovitost opozorila ali druga sporočila, ki jih zahtevajo pogodbenice v okviru člena 13(4)(b) Konvencije, *skladna* z opozorili ali drugimi sporočili na embalaži, ki so zahtevana v skladu s členom 11 Konvencije“ (moj poudarek) – kar pomeni, da zdravstvena opozorila, ki morajo biti navedena na avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov v skladu s členom 13(4)(b) FCTC, *niso identična* zdravstvenim opozorilom, ki morajo biti v skladu s členom 11(1)(b) FCTC na zavojčkih in embalaži tobačnih izdelkov. Vendar je iz člena 13(4)(b) FCTC in odstavka 14 Smernic za izvajanje člena 13 FCTC jasno razvidno, da mora biti na avtomatih za prodajo tobačnih izdelkov vsaj *neka vrsta* zdravstvenih opozoril.

67. Zato je treba na tretje vprašanje za predhodno odločanje odgovoriti, da pojem „slike zavojčkov ali kakršne koli zunanje embalaže“ tobačnih izdelkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 ne zajema le slik, ki so upodobitve zavojčkov ali katere koli zunanje embalaže, kakršna je v resnici, temveč tudi slike, ki jih povprečni potrošnik zaradi njihovega oblikovanja, kar se tiče obrisov, mer, barv in logotipa blagovne znamke, povezuje z zavojčki ali katero koli zunanjo embalažo.

D. Četrto vprašanje za predhodno odločanje

68. Predložitveno sodišče s četrtim vprašanjem za predhodno odločanje Sodišče v bistvu sprašuje, ali je, če na sliki zavojčka cigaret, ki spada na področje uporabe člena 8(8) Direktive 2014/40, ni zahtevanih zdravstvenih opozoril, ta slika vseeno v skladu s to določbo, če ima potrošnik možnost videti ta opozorila, preden kupi zavojček.

69. Iz predložitvene odločbe je razvidno, da je Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu) ugotovilo, da člen 8(8) Direktive 2014/40 prepoveduje uporabo slik zavojčkov cigaret, ki ne vsebujejo zahtevanih zdravstvenih opozoril, le če so te slike prikazane namesto zavojčkov pred sklenitvijo prodajne pogodbe. Predložitveno sodišče je v dvomih glede tega, ali se je mogoče strinjati s to razlago Oberlandesgericht München (višje deželno sodišče v Münchnu).

70. Oseba JS trdi, da tudi če bi se slike blagovnih znamk cigaret, prikazane na tipkah za izbiro izdelkov zadevnega prodajnega avtomata, štele za slike zavojčkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40, ne bi šlo za kršitev te določbe, saj potrošnik vidi zahtevana zdravstvena opozorila, ko mu je zavojček izročen. Poleg tega naj bi ta opozorila videl vsakič, ko bi pokadil cigareto.

71. Komisija zagovarja nasprotno stališče.

72. Sam menim, da če na sliki zavojčka cigaret, ki spada na področje uporabe člena 8(8) Direktive 2014/40, ni zahtevanih zdravstvenih opozoril, ni pomembno, ali ima potrošnik možnost videti ta opozorila, preden kupi zavojček.

73. Prvič, člen 8(8) Direktive 2014/40 določa splošno pravilo, da morajo slike zavojčkov izpolnjevati zahteve iz poglavja II, naslov II, te direktive, zlasti da morajo biti na njih zahtevana zdravstvena opozorila. To pravilo ne vsebuje nobenega pogoja niti omejitve. Člen 8(8) torej prepoveduje *uporabo* slik, ki nimajo zahtevanih zdravstvenih opozoril, ne glede na postopek nakupa. Zadostuje, da so slike „ciljno usmerjene na potrošnike“, kar slike, uporabljene v supermarketih, vsekakor so in tako je tudi v obravnavani zadevi.

74. Drugič, ni mogoče sprejeti ugovora, da je namen člena 8(8) Direktive 2014/40 zgolj preprečiti izogibanje pravilu, določenem v členu 8(1) te direktive, da morajo biti na vsakem zavojčku cigaret navedena zahtevana zdravstvena opozorila, zato prvonavedena določba ni kršena, če lahko potrošnik ta opozorila vidi, preden kupi zavojček cigaret. Ta razlaga ne bi bila v skladu s členom 8(8), ki, kot rečeno, ne predvideva izjem v zvezi s pravilom, določenim v njem. Drugače povedano, namen člena 8(8) ni le preprečiti izogibanje členu 8(1), kot je pojasnjeno v točki 63 teh sklepnih predlogov, temveč je pravilo iz te določbe z njim tudi dopolnjeno.

75. Na četrto vprašanje za predhodno odločanje je tako treba odgovoriti, da je, če na sliki zavojčka ali katere koli zunanje embalaže tobačnega izdelka v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 ni zdravstvenih opozoril, določenih v poglavju II, naslov II, te direktive, ta določba kršena, tudi če ima potrošnik možnost videti zavojček ali zunanjo embalažo, na kateri so ta opozorila, preden kupi izdelek.

IV. Predlog

76. Glede na navedeno Sodišču predlagam, naj na vprašanja, ki jih je postavilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija), odgovori:

1. Če se tobačni izdelek ponuja za prodajo prek prodajnega avtomata, na katerega tipko mora stranka pritisniti, da izdelek izvrže na blagajniški trak, preden se opravi plačilo zanj, je treba za ta izdelek šteti, da je dan na trg v smislu člena 2, točka 40, Direktive 2014/40/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 3. aprila 2014 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o proizvodnji, predstavitvi in prodaji tobačnih in povezanih izdelkov in razveljavitvi Direktive 2001/37/ES v trenutku, ko je ponujen za prodajo prek tega prodajnega avtomata, in ne v trenutku, ko je plačan in dejanski fizični nadzor nad tem izdelkom preide s prodajalca na kupca.

2. Prepoved prekrivanja zdravstvenih opozoril „z drugimi predmeti“, določena v členu 8(3), prvi stavek, Direktive 2014/40, se ne nanaša na primer, v katerem je celotna embalaža tobačnega izdelka skrita, ker je ta izdelek na zalogo shranjen v prodajnem avtomatu, tako da za potrošnika ni viden.

3. Pojem „slike zavojčkov ali kakršne koli zunanje embalaže“ tobačnih izdelkov v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 ne zajema le slik, ki so upodobitev zavojčkov ali katere koli zunanje embalaže, kakršna je v resnici, temveč tudi slike, ki jih povprečni potrošnik zaradi njihovega oblikovanja, kar se tiče obrisov, mer, barv in logotipa blagovne znamke, povezuje z zavojčki ali katero koli zunanjo embalažo.

4. Če na sliki zavojčka ali katere koli zunanje embalaže tobačnega izdelka v smislu člena 8(8) Direktive 2014/40 ni zdravstvenih opozoril, določenih v poglavju II, naslov II, te direktive, je ta določba kršena, tudi če ima potrošnik možnost videti zavojček ali zunanjo embalažo, na kateri so ta opozorila, preden kupi izdelek.