

**Kohtuasi C-370/20****Eelotsusetaotluse kokkuvõte vastavalt Euroopa Kohtu kodukorra artikli 98 lõikele 1****Saabumise kuupäev:**

7. august 2020

**Eelotsusetaotluse esitanud kohus:**

Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus)

**Eelotsusetaotluse kuupäev:**

25. juuni 2020

**Hageja ja kassatsioonkaebuse esitaja:**

Pro Rauchfrei e. V.

**Kostja ja vastustaja kassatsioonimenetluses:**

JS

**Põhikohtuasja ese**

Hagi, milles palutakse kohustada kostjat hoiduma sigarettide müügist müügiautomaadist, sest sellega rikutakse keeldu varjata sigaretipakendile kantud terviseohu hoiatusi ja sigaretipakendite kujutisi näidatakse ilma selliste hoiatusteta

**Eelotsusetaotluse ese ja õiguslik alus**

ELTL artikli 267 alusel esitatud eelotsusetaotlus selle kohta, kuidas tõlgendada direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimest lauset (mõisted „turuleviimine“ ja „varjamine“) ning artikli 8 lõiget 8 (mõiste „tarbijapakendite kujutis“)

**Eelotsuse küsimused**

1. Kas turuleviimise mõiste direktiivi 2014/40/EL artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses hõlmab tubakatoodete müüki müügiautomaatidest sel viisil, et neis asuvatele sigaretipakenditele on küll kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused, aga sigaretipakendeid hoitakse müügiautomaadis nii, et

- need ei ole algul tarbijale nähtavad, ja neile kantud hoiatusi on näha alles pärast seda, kui klient on vajutanud automaadil, millele kassapidaja on kõigepealt juurdepääsu võimaldanud, valikunuppu, mille tulemusel suunatakse sigaretipakend veel enne maksmist kassalindile?
2. Kas direktiivi 2014/40/EL artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeld, mille kohaselt ei või hoiatused olla „muul viisil varjatud“, hõlmab olukorda, kus kauba esitlemisel müügiautomaadis on kogu tubakapakend varjatud?
  3. Kas direktiivi 2014/40/EL artikli 8 lõikes 8 sätestatud tingimus, mille kohaselt peab „tarbijapakendite kujutis“ vastama sama direktiivi II peatüki sätetele, on täidetud ka juhul, kui kujutise puhul ei ole küll tegemist originaalpakendi täpse kujutisega, aga tarbija seostab kujutise selle kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja logo tõttu teatava tubakapakendiga?
  4. Kas direktiivi 2014/40/EL artikli 8 lõikes 8 sätestatud tingimused on olenemata kasutatavast kujutisest täidetud juba siis, kui tarbijal on enne müügilepingu sõlmimist võimalus tutvuda sigaretipakenditega, millele on kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused?

#### **Viidatud liidu õigusnormid**

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 3. aprilli 2014. aasta direktiiv 2014/40/EL tubaka- ja seonduvate toodete tootmist, esitlemist ja müüki käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks direktiiv 2001/37/EÜ (ELT 2014, L 127, lk 1; edaspidi „direktiiv 2014/40“); eelkõige põhjendused 48 ja 60, artikli 2 punkt 40 ja artikkel 8

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 23. aprilli 2009. aasta direktiiv 2009/22/EÜ tarbijate huve kaitsvate ettekirjutuste kohta (ELT 2009, L 110, lk 30), eelkõige artiklid 3 ja 4

#### **Viidatud riigisisese õigusnormid**

Kõlvatu konkurentsi vastane seadus (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb); eelkõige §-d 3, 3a, 5a ja 8

Tubaka- ja seonduvate toodete seadus (Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse); eelkõige § 6

Määrus tubaka- ja seonduvate toodete kohta (Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse; Tabakerzeugnisverordnung – TabakerzV); eelkõige § 11 lõike 1 esimese lause punkt 4 ja lõige 2

## Kohtuasja asjaolude ja menetluse lühikokkuvõte

Kostja käitab Münchenis kahte supermarketit. Nende kassades pakkus ta alates 20. maist 2007 müügiks sigarette allpool kujutatud müügiautomaadist:



- 1 Müügiautomaati paigutatud sigaretipakendid ei olnud klientidele nähtavad. Müügiautomaadil paiknevatest kaubavaliku nuppudest oli küll võimalik aru saada, milliseid eri marke sigarette pakutakse, aga neil ei olnud õigusnormides ette nähtud terviseohu hoiatusi.
- 2 Müük toimus nii, et klient palus esmalt kassapidajalt juurdepääsu müügiautomaadile ja vajutas seejärel soovitud sigaretimargi valikunuppu. Seejärel suunati sigaretipakend müügiautomaadi väljastusseadmest kassalindile. Pärast seda tasuti sigaretipakendi eest kassas, kui klient jäi oma ostusoovi juurde. Müügiprotsessi sel viisil korraldamise eesmärk oli takistada vargusi ja kaitsta noori.
- 3 Hageja vaidlustas Landgericht'is (esimese astme kohus) sigarettide müügi kostja käitatavatest müügiautomaatidest. Esimese astme kohus jättis hagi rahuldamata. Hageja apellatsioonkaebus jäeti rahuldamata. Eelotsusetaotluse esitanud kohus lahendab hageja kassatsioonkaebust.

## Eelotsusetaotluse põhjenduse lühikokkuvõte

- 4 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul on eelotsusetaotluse lahendamise direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause ja artikli 8 lõike 8 tõlgendamisest. Esiteks on tähtis, kas sigarettide esitlemine kõnesolevates müügiautomaatides rikub direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses sätestatud keeldu varjata sigaretipakendile kantud terviseohu hoiatusi. Teiseks tuleb selgitada, kas müügiautomaadil esitletakse sigaretipakendite kujutisi, millel

ei ole direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 kehtestatud nõudest kõrvale kaldudes esitatud terviseohu hoiatusi.

### ***Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tõlgendamine***

#### *Turuleviimine (esimene küsimus)*

- 5 Esmalt tekib küsimus, kas sigaretipakendite esitlemise puhul müügiautomaadis on tegemist „turuleviimisega“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses. Seda tõlgendusprobleemi palutakse selgitada esimese küsimusega.
- 6 Sigaretipakendite müügiks pakkumist kõnesolevatest müügiautomaatidest iseloomustab see, et neisse paigutatud sigaretipakenditele on küll kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused, aga sigaretipakendeid hoitakse müügiautomaadis nii, et algul ei ole need tarbijale nähtavad. Sigaretipakendeid ja neile kantud hoiatusi on näha alles pärast seda, kui klient on vajutanud automaadil, millele kassapidaja on kõigepealt juurdepääsu võimaldanud, valikunuppu, mille tulemusel suunatakse sigaretipakend veel enne maksmist kassalindile. Sellele, kas niisuguse teatavat aega kestva müügiotsuse puhul, mille puhul on sigaretipakendile kantud terviseohu hoiatusi näha ainult mõnda aega, on tegemist turuleviimisega direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses, ei saa eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul üheti mõistetavalt vastata.
- 7 Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause sõnastus ei toeta kitsast tõlgendust, mille kohaselt hõlmab turuleviimise mõiste ainult omandiõiguse üleminekut müüjalt ostjale pärast kauba eest tasumist. Direktiivi 2014/40 artikli 2 punkti 40 kohaselt tähistab sõna „turuleviimine“ toodete tasu eest või tasuta kättesaadavaks tegemist. Võib oletada, et mõiste „kättesaadavaks tegemine“ hõlmab ka kõnesolevat sigarettide müüki müügiautomaatidest, mille puhul klient ise algatab toote väljastamise.
- 8 Selle sätte kontekst ei võimalda turuleviimise mõistet üheti mõistetavalt tõlgendada. Apellatsioonikohus eeldas, et sigaretipakendite hoidmine kõnesolevates müügiautomaatides on ainult müügikord. Direktiivi 2014/40 põhjendusest 48 nähtub, et direktiiv ei ühtlusta eeskirju müügikorra või reklaami kohta. Seetõttu ei ole kõnesolevat sigarettide müüki müügiautomaatidest direktiivi sätetes käsitletud. See, kas selle tõlgendusega saab nõustuda, on eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates kaheldav. Direktiivi 2014/40 põhjenduse 48 kohaselt ei ühtlusta direktiiv eeskirju tubakasuitsust vaba keskkonna või siseriikliku müügikorra või reklaami, tootemargi laiendamise kohta, samuti ei kehtesta see elektrooniliste sigarettide või täitepakendite puhul vanusepiirangut. Sellest tegi appellatsioonikohus järelduse, et direktiiv 2014/40 käsitleb ainult toote kujundust, mitte aga tubakatoodete müügikorda, nagu näiteks nende esitlust müügiautomaatides. Arvestada tuleb seda, et põhjenduse 48 kohaselt ei hõlma direktiivi ühtlustav eesmärk lisaks „müügikorrale“ ka „reklaami“, aga direktiivi 2014/40 artikli 20 lõige 5 ja põhjendus 43 sisaldavad selgeid sätteid elektrooniliste

sigarettide reklaami kohta. Peale selle tuleneb põhjendusest 60, et direktiiviga soovitakse ühtlustada liikmesriikide õigus- ja haldusnorme, mis muu hulgas käsitlevad tubakatoodete „esitlemist“ (sks k „Aufmachung“). Ingliskeelses versioonis kasutatud mõistest „presentation“ võib järeldada, et direktiivi 2014/40 kohaldamisalasse ei kuulu mitte ainult tubakatoote pakendi esitlemine, vaid ka asjaomase toote esitlemise tingimused müügiolukorras.

- 9 Ka direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause eesmärgist ei tulene ühetähenduslikult, kas turuleviimise mõiste hõlmab kõnealust sigaretipakendite esitlemist müügiautomaatides. Varjamise keeld, mis on sätestatud direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses, järgib direktiivi põhjenduse 28 kohaselt eesmärki tagada terviseohu hoiatuste terviklikkus ja nähtavus ning maksimeerida nende mõju (vt Euroopa Kohtu 4. mai 2016. aasta otsus Philip Morris Brands jt, C-547/14, EU:C:2016:325). Seega järgib varjamise keeld samamoodi kui terviseohu hoiatuste [pakendile kandmise] nõue tervisekaitse eesmärki, esitades hoiatusi toote negatiivse mõju kohta inimese tervisele või selle tarbimisega kaasnevate muude soovimatute mõjude kohta (vt direktiivi 2014/40 artikkel 1 ja artikli 2 punkt 32). Sellest järeldub, et varjamise keeluga, mis on sätestatud direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses, soovitakse tagada, et tarbijal oleks võimalik terviseohu hoiatusi märgata ja neid ostuotsustuse tegemisel arvesse võtta. Apellatsioonikohtu järelduste kohaselt ei sõlmita müügilepingut juba müügiautomaadi valikunupu vajutamise, vaid alles – veidi aega hiljem – sigarettide eest maksmisel. Tarbijal on selle tõttu, et sigaretikarp suunatakse pärast müügiautomaadi valikunupu vajutamist kassalindile, võimalik sigaretipakend enne lepingu sõlmimist täielikult ja igast küljest takistusteta üle vaadata ning teha seega ostuotsustus nii, et ta on teadlik pakendile kantud varjamata hoiatustest, või sellest loobuda. Seda arvestades tuleks lähtuda sellest, et sigarettide müük kõnesolevast müügiautomaadist ei kahjusta varjamise keelu eesmärki, sest müügiprotsessi käigus on veel õigeaegselt enne lõpliku ostuotsustuse tegemist võimalik pakenditele kantud terviseohu hoiatustega takistamatult tutvuda. Arvestades terviseohu hoiatuste tähtsust tervise kui olulise õigushüve kaitse jaoks ja direktiivi 2014/40 artiklis 1 lisaks sätestatud eesmärki vähendada tubaka tarbimise levikut, võib teisest küljest siiski oletada, et terviseohu hoiatustel on tõhus mõju ainult siis, kui need on tarbijale nähtavad juba sigarettide müügiautomaadis esitlemise ajal, seega ajal, mil tehakse juba esimene oluline samm otsuse tegemisel sigarettide ostmise või sellest loobumise kohta. See võiks rääkida selle poolt, et hõlmata juba ostuprotsessi alguses toimuv esitlemine müügiautomaadis turuleviimise mõistega ja seega keeluga varjata terviseohu hoiatusi.

*Muul viisil varjamine (teine küsimus)*

- 10 Lisaks kerkib küsimus, kas käesoleva kohtuasja asjaoludel on tegemist muul viisil varjamisega direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses. Seda tõlgendusprobleemi palutakse selgitada teise küsimusega.



- 11 On vaieldav, kas sigaretipakendite müügiautomaadis hoidmisest tingitud olukord, kus pakenditele kantud terviseohu hoiatuste nägemine on takistatud, kujutab endast varjamist direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses. Ühe käsituse kohaselt hõlmab varjamise keeld ka kogu pakendi varjamist automaadis, sest direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lausega soovitakse tagada hoiatuste nähtavus juba kauba esitlemise ajal. Vastupidise käsituse järgi puudutab direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimene lause sama direktiivi põhjenduse 48 kohaselt ainult kaupa või selle pakendi kujundust, mitte kauba esitlemist või muud müügikorda, ning seega elemente, mis jäävad pakendist väljapoole. Tubakatoodete hoidmine müügiautomaatides või riulitel on üksnes müügikord ega puuduta pakendi kujundust, mida direktiiv käsitleb. Järelikult ei saa see olla ka varjamine direktiivi artikli 8 lõike 3 esimese lause tähenduses.
- 12 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul ei saa vaidlusalusele küsimusele üheti mõistetavalt vastata.
- 13 Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause sõnastus lubab oletada, et ka olukord, kus terviseohu hoiatusi ei ole näha seepärast, et sigaretipakendeid hoitakse müügiautomaadis, võib olla varjamine muul viisil, mis on selle sättega keelatud. Kui muul viisil ei ole varjatud mitte ainult terviseohu hoiatus, vaid kogu pakend, kaasneb sellega paratamatult, et pakendile kantud hoiatused on varjatud.
- 14 Selle sätte kontekst ei võimalda varjamise mõistet üheti mõistetavalt tõlgendada. Nagu eespool märgitud, puudub selge vastus küsimusele, kas direktiivi põhjendusest 48 tuleneb, et selline müügikord nagu sigarettide müük müügiautomaadist tuleb direktiivi artikli 8 lõike 3 esimese lause kohaldamisalast süstemaatilistel kaalutlustel välja jätta. See aspekt ei ole määrava tähtsusega mitte ainult turuleviimise mõiste, vaid ka „varjamise“ tunnuse puhul. Seevastu ei nähtu direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses nimetatud näidetest esemete kohta seadusandja kavatsust jätta sigaretipakendite müügiautomaati paigutamine välja varjamise keelu kohaldamisalast, kuna puudub nõutav seos pakendi kujundusega. Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses loetletud maksumärk, hinnasilt ja turvaelement on tõepoolest esemed, mis kantakse üldjuhul sigaretipakendile ja mis puudutavad seega pakendi kujundust. Seevastu on samuti direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimeses lauses nimetatud pakkematerjal, ümbris ja kast sellised esemed, mis võivad ümbritseda tarbijapakendit ka tervikuna ning jätta tarbija sel viisil – nagu kõnealuses müügiautomaadis – ilma võimalusest tutvuda pakendile kantud terviseohu hoiatustega olenemata pakendi kujunduse muudest elementidest.
- 15 Ka direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 3 esimese lause eesmärgist ei selgu ühetähenduslikult, kas muul viisil varjamise mõiste hõlmab kõnealust sigaretipakendite esitlemist müügiautomaatides. Selles osas tuleb arvestada samu aspekte nagu „turuleviimise“ mõiste tõlgendamise puhul.

***Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tõlgendamine***

- 16 Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 kohaselt peab liidu tarbijatele esitatavate tarbijapakendite ja mis tahes välispakendite kujutis vastama sama direktiivi II jaotise („Tubakatooted“) II peatüki („Märgistamine ja pakendamine“) sätetele.

*Mõiste „tarbijapakendite kujutis“ (kolmas küsimus)*

- 17 Esmalt tekib küsimus, kas pakendi kujutisega direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses on tegemist olukorras, kus kujutise puhul ei ole küll tegemist originaalpakendi täpse kujutisega, aga tarbija seostab kujutise selle kujunduses kasutatud kontuuride, proportsioonide, värvide ja logo tõttu teatava tubakapakendiga. Seda tõlgendusprobleemi palutakse selgitada kolmanda küsimusega.
- 18 Esitatud küsimusele ei saa eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul üheti mõistetavalt vastata.
- 19 Mõistest „pakendi kujutis“ direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses võiks järeldada, et – lisaks terviseohu hoiatustele – peab ainult sigaretipakendi täpne kujutis vastama direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 sätestatud tingimustele. On siiski võimalik, et mõiste tähendus hõlmab ka kujutist pakendi oluliste välistunnuste stiliseeritud taasesituse tähenduses.
- 20 Selle sätte koostoimest direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikega 3 ja selles sisalduvate eeskirjadega tubakatoodete pakenditel terviseohu hoiatuste nähtavuse tagamise kohta nähtub üksnes see, et direktiivi artikli 8 lõige 8 käsitleb nende pakendite kujutisi. Need omakorda võivad olla täpsed, aga ka stiliseeritud kujutised.
- 21 Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 eesmärk näib pigem kinnitavat, et selle sätte kohaldamisalasse kuuluvad ka sellised kujutised, mille kujunduse põhjal tekib tarbijal seos teatava sigaretipakendiga. Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõikes 8 sätestatud nõue, et ka tarbijapakendite kujutised peavad vastama pakenditele kehtestatud nõuetele, mille kohaselt tuleb terviseohu hoiatused nähtavaks teha, järgib samamoodi kui terviseohu hoiatused tervisekaitse eesmärki, hoiatades toote negatiivse mõju eest inimese tervisele või selle tarbimisega kaasnevate muude soovimatute mõjude eest. Sellest järeldub, et ka direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 eesmärk on tagada, et tarbijal oleks võimalik terviseohu hoiatusi märgata ja neid ostuotsustuse tegemisel arvesse võtta. Kui aga kujundus, mis ei ole küll täpne kujutis, tekitab pakendi oluliste välistunnuste stiliseeritud taasesituse tõttu tarbijas siiski äratundmise, võib tõhusa tervisekaitse huvides ja tubaka tarbimise leviku vähendamise eesmärgi saavutamiseks olla asjakohane hõlmata kujutise mõistega direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tähenduses ka stiliseeritud kujutis. Juba selline kujutis võib samamoodi kui täpne kujutis vallandada ostusoovi, mille ärahoidmine terviseohu hoiatuste abil on direktiivi 2014/40 artikli 8 eesmärk.

*Küsimus, kas direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tingimused on täidetud, kui tarbijal on võimalik sigaretipakenditega tutvuda enne müügilepingu sõlmimist (neljas küsimus)*

- 22 Peale selle tekib küsimus, kas käesoleva kohtuasja asjaoludel on direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 tingimused täidetud ainuüksi juba seepärast, et tarbijal on enne müügilepingu sõlmimist võimalus tutvuda sigaretipakenditega, millele on kantud õigusnormides ette nähtud hoiatused. Seda tõlgendusprobleemi palutakse selgitada neljanda küsimusega.
- 23 Apellatsioonikohtu hinnangul tuleb direktiivi 2014/40 artikli 8 lõiget 8 tõlgendada nii, et sellega keelatakse sigaretipakendite kujutiste kasutamine tarbija suhtes ainult siis, kui see toimub pakendi esitlemise asemel enne müügilepingu sõlmimist. Eelotsusetaotluse esitanud kohus kahtleb, kas apellatsioonikohtu hinnanguga saab nõustuda.
- 24 Direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 sõnastusest, mis lähtub täielikult tarbijapakendite kujutistest, ei nähtu selle sätte kohaldamisala piirangut, mida apellatsioonikohus on rakendanud.
- 25 Tõlgendamine selle sätte konteksti arvestades ei vii üheti mõistetava tulemuseni. Apellatsioonikohus tugines oma käsituse puhul taas seisukohale, mille kohaselt tuleneb direktiivi 2014/40 põhjendusest 48, et pelgalt reklaamimeetmed ja müügikord ei ole direktiivi ese. See seisukoht jätab, nagu eespool juba märgitud, ruumi kahtlustele.
- 26 Ka direktiivi 2014/40 artikli 8 lõike 8 eesmärk ei võimalda üheti mõistetavalt hinnata, kas sellega sooviti keelata ka selliste sigaretipakendite kujutiste kasutamine, millel puuduvad terviseohu hoiatused, kui tarbijal on enne müügilepingu sõlmimist võimalus tutvuda sigaretipakenditega, millele on kantud nõutavad terviseohu hoiatused. Selles osas tuleb taas arvestada samu aspekte kui „turuleviimise“ mõiste tõlgendamise puhul. Eelotsusetaotluse esitanud kohus viitab seisukohtadele, mida selle kohta on juba esitatud.