

Lieta C-370/20**Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu kopsavilkums saskaņā ar Tiesas Reglamenta 98. panta 1. punktu****Iesniegšanas datums:**

2020. gada 7. augusts

Iesniedzējtiesa:*Bundesgerichtshof* (Vācija)**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2020. gada 25. jūnijs

Prasītāja un revīzijas sūdzības iesniedzēja:*Pro Rauchfrei e. V.***Atbildētājs un atbildētājs revīzijas tiesvedībā:**

JS

Pamatlietas priekšmets

Prasība par atturēšanos no cigarešu piedāvāšanas, izmantojot tirdzniecības automātu, jo ar to tiek pārkāpts aizliegums noslēpt uz cigarešu paciņām izvietotos brīdinājumus par ietekmi uz veselību un tiek attēloti cigarešu paciņu attēli bez šādiem brīdinājumiem.

Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu priekšmets un juridiskais pamats

Lūgums atbilstoši LESD 267. pantam interpretēt Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmo teikumu (jēdzieni “laišana tirgū” un “noslēpšana”) un 8. panta 8. punktu (jēdziens “uz iepakojuma vienībām izvietotie attēli”).

Prejudiciālie jautājumi

- 1) Vai jēdziens “laišana tirgū” Direktīvas 2014/40/ES 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē attiecas uz tabakas izstrādājumu piedāvāšanu, izmantojot preču tirdzniecības automātus, tādā veidā, ka, lai gan uz tajā esošajām

- cigarešu paciņām ir izvietoti likumā noteiktie brīdinājumi, tomēr cigarešu paciņas tirdzniecības automātā sākotnēji tiek glabātas patērētājam neredzamā veidā un uz tām esošie brīdinājumi kļūst redzami tikai pēc tam, kad klients izmanto tirdzniecības automātu, kuru pirms tam ir aktivizējis kasieris, un cigarešu paciņa tādējādi vēl pirms maksājuma veikšanas tiek izsniegta uz kases lentes?
- 2) Vai Direktīvas 2014/40/ES 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētais aizliegums noslēpt brīdinājumus “izmantojot citus līdzekļus” attiecas uz gadījumu, kad, piedāvājot preces ar tirdzniecības automāta palīdzību, noslēpts tiek viss tabakas izstrādājuma iepakojums?
 - 3) Vai Direktīvas 2014/40/ES 8. panta 8. punktā ietvertais kritērijs “uz iepakojuma vienībām izvietotie attēli” ir izpildīts arī tad, ja attēlojums gan nav precīzs oriģinālā iepakojuma attēls, tomēr patērētājs attēlu, pamatojoties uz tā dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu saista ar tabakas izstrādājuma iepakojumu?
 - 4) Vai, neatkarīgi no izmantotā attēlojuma, tiek izpildītas Direktīvas 2014/40/ES 8. panta 8. punktā noteiktās prasības jau tad, ja patērētājam pirms pirkuma līguma slēgšanas ir iespēja apskatīt cigarešu paciņas ar noteiktajiem brīdinājumiem?

Atbilstošās Savienības tiesību normas

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2014/40/ES (2014. gada 3. aprīlis) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz tabakas un saistīto izstrādājumu ražošanu, noformēšanu un pārdošanu un ar ko atceļ Direktīvu 2001/37/EK, it īpaši 48. un 60. apsvērumus, 2. panta 40. punkts, 8. pants

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2009/22/EK (2009. gada 23. aprīlis) par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību, it īpaši 3. un 4. pants

Atbilstošās valsts tiesību normas

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [Likums par negodīgas konkurences novēršanu] (turpmāk tekstā – “*UWG*”), it īpaši 3., 3.a, 5.a un 8. pants

Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Tabakerzeugnisgesetz) [Likums par tabakas un saistītajiem izstrādājumiem] (turpmāk tekstā – “*TabakerzG*”), it īpaši 6. pants

Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Tabakerzeugnisverordnung) [Noteikumi par tabakas un saistītiem izstrādājumiem] (turpmāk tekstā – “*TabakerzV*”), it īpaši 11. panta 1. punkta pirmā teikuma 4. apakšpunkts un 2. punkts

Īss pamatlietas faktisko apstākļu un tiesvedības izklāsts

Atbildētājam ir divi lielveikali Minhenē. Pie šo veikalu kasēm viņš pēc 2017. gada 20. maija piedāvāja pārdošanai cigaretes tirdzniecības automātā, kas attēlots zemāk:



- 1 Tirdzniecības automātā uzglabātās cigarešu paciņas klientam nebija redzamas. Lai gan uz tirdzniecības automāta izvietotās preču izvēles pogas ļāva atpazīt dažādus cigarešu zīmolus, tomēr uz tām nebija norādīti likumā noteiktie brīdinājumi par ietekmi uz veselību.
- 2 Pārdošana notika tādejādi, ka klients sākotnēji lūdza kasieri aktivizēt tirdzniecības automātu un tad nospieda viņa vēlamās cigarešu zīmola izvēles pogu. Pēc tam cigarešu paciņa no tirdzniecības automāta izsniegšanas iedalījuma tika pārvietota uz kases lenti. Samaksa par cigarešu paciņu pēc tam tika veikta pie kases, ja klients joprojām to vēlējās iegādāties. Šāda pārdošanas procedūras organizēšana ar tirdzniecības automāta palīdzību bija paredzēta zādzību novēršanai un nepilngadīgo aizsardzībai.
- 3 Prasītāja apgabaltiesā apstrīdēja cigarešu piedāvāšanu, izmantojot atbildētāja uzturētos tirdzniecības automātus. Apgabaltiesa prasību noraidīja. Prasītājas apelācijas sūdzība netika apmierināta. Iesniedzējtiesa lemj par prasītājas iesniegto revīzijas sūdzību.

Īss lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu motīvu izklāsts

- 4 Iesniedzējtiesa uzskata, ka tas, vai revīzijas sūdzība tiks apmierināta, ir atkarīgs no Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma un 8. panta 8. punkta interpretācijas. Pirmkārt, ir svarīgi noskaidrot, vai cigarešu piedāvāšana, izmantojot attiecīgo tirdzniecības automātu, ir pretrunā Direktīvas 2014/40

8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētajam aizliegumam noslēpt uz tabakas izstrādājuma iepakojuma izvietojamos brīdinājumus par ietekmi uz veselību. Otrkārt, ir jāprecizē, vai uz tirdzniecības automāta tiek atspoguļoti cigarešu paciņu attēli, kuri, atkāpjoties no Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā noteiktās prasības, neietver brīdinājumus par ietekmi uz veselību.

Par Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma interpretāciju

Par pazīmi “laišana tirgū” (pirmais prejudiciālais jautājums)

- 5 Vispirms rodas jautājums, vai cigarešu paciņu piedāvāšana, izmantojot tirdzniecības automātu, ir “laišana tirgū” Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē. Ar pirmo prejudiciālo jautājumu ir jārisina šīs ar interpretāciju saistītās grūtības.
- 6 Piedāvāšanai, izmantojot attiecīgos tirdzniecības automātus, raksturīgi ir tas, ka uz tajā esošajām cigarešu paciņām, proti, ir likumā noteiktie brīdinājumi, tomēr cigarešu paciņas tirdzniecības automātā sākotnēji tiek uzglabātas patērētājam neredzamā veidā. Cigarešu paciņas un uz tām esošie brīdinājumi kļūst redzami tikai pēc tam, kad klients izmanto tirdzniecības automātu, kuru pirms tam ir aktivizējis kasieris, un cigarešu paciņa tādējādi vēl pirms maksājuma veikšanas tiek izsniegta uz kases lentes. Iesniedzējtiesa uzskata, ka nav iespējams skaidri atbildēt, vai ar šo iegādes procesu, kas ir sadalīts laikā, kurā brīdinājumi par ietekmi uz veselību, kas atrodas uz cigarešu paciņām, ir tikai īslaicīgi redzami, tiek izpildīta pazīme par laišanu tirgū Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē.
- 7 Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma formulējums liecina pret tādu šauru interpretāciju, saskaņā ar kuru jēdziens “laišana tirgū” attiecas tikai uz faktiskā valdījuma maiņu no pārdevēja uz klientu pēc maksājuma veikšanas. Saskaņā ar Direktīvas 2014/40 2. panta 40. punktu “laist tirgū” nozīmē padarīt izstrādājumus pieejamus par maksu vai bez tās. Jēdziens “padarīt pieejamus” varētu attiekties arī uz šeit aplūkoto cigarešu piedāvāšanu tirdzniecības automātos, kuros izsniegšanas procesu var iniciēt pats klients.
- 8 Lēģislatīvais konteksts neļauj viennozīmīgi interpretēt jēdzienu “laišana tirgū”. Apelācijas tiesa ir uzskatījusi, ka cigarešu paciņu uzglabāšana attiecīgajā preču tirdzniecības automātā ir tikai pārdošanas režīms. No Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma izriet, ka šīs direktīvas saskaņošanas mērķis nav vērsts uz pārdošanas režīmiem un reklāmu. Līdz ar to uz attiecīgo cigarešu piedāvāšanu tirdzniecības automātos neattiecas direktīvā ietvertās tiesību normas. Iesniedzējtiesa uzskata, ka ir apšaubāmi tas, vai šādai interpretācijai varētu piekrist. Direktīvas 48. apsvērumā ir noteikts, ka ar šo direktīvu netiek saskaņoti noteikumi par vidi bez tabakas dūmiem vai par vietējiem pārdošanas režīmiem, vai reklāmu, vai zīmola paplašināšanu, aptverot ar tabaku nesaistītus pakalpojumus, ar to netiek ieviesti arī lietotāju vecuma ierobežojumi attiecībā uz elektroniskajām cigaretēm vai uzpildes flakoniem. Apelācijas tiesa no tā ir

secinājusi, ka ar Direktīvu 2014/40 tiek reglamentēts tikai paša izstrādājuma dizains, bet ne tabakas izstrādājumu pārdošanas režīmi, kā, piemēram, piedāvāšana tirdzniecības automātos. Ir jāņem vērā, ka 48. apsvērumā papildus “pārdošanas režīmam” no direktīvas saskaņošanas mērķa tiek izslēgta arī “reklāma”, tomēr Direktīvā 2014/40 ir skaidri ietvertas tiesību normas attiecībā uz elektronisko cigarešu reklāmu direktīvas 20. panta 5. punktā un 43. apsvērumā. Tālāk no 60. apsvēruma izriet, ka viens no šīs direktīvas mērķiem ir saskaņot dalībvalstu normatīvos un administratīvos aktus tostarp par tabakas izstrādājumu “noformējumu”. No angļu valodas versijā izmantotā jēdziena *presentation* varētu izrietēt, ka Direktīvas 2014/40 regulējuma priekšmetā ietilpst ne tikai tabakas izstrādājuma iepakojuma noformējums kā tāds, bet arī tā piedāvāšanas apstākļi saistībā ar pārdošanas situāciju.

- 9 Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma regulatīvais mērķis arī neļauj viennozīmīgi noteikt, vai jēdziens “laišana tirgū” attiecas uz attiecīgo cigarešu paciņu piedāvāšanu tirdzniecības automātos. Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzētā aizlieguma “noslēpt” mērķis saskaņā ar direktīvas 28. apsvērumu ir nodrošināt brīdinājumu par ietekmi uz veselību veselumu un uzskatāmību un palielināt to iedarbīgumu (skat. Tiesas spriedumu, 2016. gada 4. maijs, *Philip Morris Brands u.c.*, C-547/14, EU:C:2016:325). Tādējādi aizlieguma “noslēpt” tāpat kā prasības par brīdinājumu izvietojumu par ietekmi uz veselību mērķis ir veselības aizsardzība, izmantojot brīdinājumus par izstrādājuma negatīvām sekām uz cilvēku veselību vai citām nevēlamām tā lietošanas sekām (skat. Direktīvas 2014/40 1. pantu un 2. panta 32. punktu). No tā izriet, ka ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā paredzēto aizliegumu “noslēpt” ir jānodrošina, ka patērētājs var uztvert brīdinājumus par ietekmi uz veselību un ņemt vērā, pieņemot savu lēmumu par pirkuma veikšanu. Saskaņā ar apelācijas tiesas konstatēto pirkuma līgums tiek slēgts nevis jau tad, kad tiek nospiesta tirdzniecības automāta izvēles poga, bet gan tikai nedaudz vēlāk ar turpmāko samaksu par cigaretēm. Pamatojoties uz to, ka cigarešu paciņa, nospiežot tirdzniecības automāta izvēles pogu, tiek izsviesta uz kases lentes, patērētājs cigarešu paciņu pirms līguma slēgšanas var pilnībā un no visām pusēm neierobežoti apskatīt un līdz ar to pieņemt savu lēmumu par pirkšanu vai atturēties no tās, apzinādamies uz iepakojuma izvietotos, neapslēptos brīdinājumus. Ņemot to vērā varētu uzskatīt, ka aizlieguma “noslēpt” regulatīvais mērķis gadījumā, ja cigaretes tiek pārdotas, izmantojot attiecīgos tirdzniecības automātus, netiek pietiekami skarts, jo pārdošanas procesa laikā vēl savlaicīgi pirms galīgā lēmuma pieņemšanas par pirkumu ir pilnībā uztverami uz paciņām izvietotie brīdinājumi par ietekmi uz veselību. Tomēr, ņemot vērā brīdinājumu par ietekmi uz veselību nozīmi attiecībā uz būtiskajām veselības aizsardzības interesēm, un turklāt Direktīvas 2014/40 1. pantā noteikto mērķi veikt tabakas izstrādājumu uzraudzību, nav neiespējami uzskatīt, ka brīdinājumu par ietekmi uz veselību iedarbība ir pietiekami efektīva tikai tad, ja tie var sasniegt patērētāju jau tad, kad cigaretes tiek piedāvātas tirdzniecības automātā un līdz ar to brīdī, kad jau tiek veikts pirmais būtiskais solis, pieņemot lēmumu par labu vai par sliktu cigarešu iegādei. Tas varētu liecināt par labu tam, ka jau šī iegādes procesa sākumā esošā

piedāvāšana, izmantojot tirdzniecības automātus, ir jāiekļauj jēdzienā “laišana tirgū”, un līdz ar to aizlieguma noslēpt brīdinājumus par ietekmi uz veselību jomā.

Par pazīmi “noslēpt, izmantojot citus līdzekļus” (otrais prejudiciālais jautājums)

- 10 Rodas arī jautājums, vai tādos apstākļos kā šajā gadījumā pastāv pazīme “noslēpt, izmantojot citu līdzekļus” Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē. Ar otro prejudiciālo jautājumu ir jārisina šīs ar interpretāciju saistītās grūtības.
- 11 Strīdīgi ir tas, vai uz paciņām izvietoto brīdinājumu par ietekmi uz veselību redzamības ierobežošana, ko rada cigarešu paciņu turēšana tirdzniecības automātā, ir noslēpšana Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē. Viens viedoklis ir, ka aizliegums “noslēpt” attiecas arī uz visa iepakojuma noslēpšanu, izmantojot tirdzniecības automātu, jo ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā noteikto ir jānodrošina brīdinājumu redzamība jau piedāvājot izstrādājumus. Saskaņā ar pretējo viedokli Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmais teikums, kā tas izriet no tās 48. apsvēruma, attiecas tikai uz pašu izstrādājumu vai iepakojuma dizainu, un nevis uz tā piedāvāšanu vai citiem pārdošanas režīmiem un tādējādi neattiecas uz faktoriem, kas nav saistīti ar iepakojumu. Tas, ka tabakas izstrādājumi tiek glabāti tirdzniecības automātos vai plauktos, ir vienīgi pārdošanas režīms un neattiecas uz Direktīvā reglamentēto iepakojuma dizainu. Līdz ar to tā arī nevar būt noslēpšana direktīvas 8. panta 3. punkta pirmā teikuma izpratnē.
- 12 Iesniedzējtiesa uzskata, ka uz strīdīgo jautājumu nav iespējams viennozīmīgi atbildēt.
- 13 Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma formulējums nav pretrunā pieņēmumam, ka arī brīdinājumu par ietekmi uz veselību redzamības ierobežošana, turot cigarešu paciņas tirdzniecības automātā, var būt noslēpšana, izmantojot citus līdzekļus, kas ar šo tiesību normu ir jānovērš. Ja ne tikai brīdinājums par ietekmi uz veselību, bet viss iepakojums tiek noslēpts, izmantojot citus līdzekļus, tas noteikti ir saistīts ar uz iepakojuma izvietotā brīdinājuma noslēpšanu.
- 14 Regulatīvais konteksts neļauj viennozīmīgi interpretēt jēdzienu “noslēpt”. Kā tika iepriekš minēts, nevar skaidri atbildēt, vai no Direktīvas 48. apsvēruma izriet, ka tāds pārdošanas režīms kā cigarešu piedāvāšana tirdzniecības automātā sistēmiska rakstura apsvērumu dēļ ir izslēgts no direktīvas 8. panta 3. punkta pirmā teikuma piemērošanas jomas. Šis aspekts varētu būt noteicošais ne tikai attiecībā uz jēdzienu “laišana tirgū”, bet arī attiecībā uz pazīmi “noslēpt”. Turpretim Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā minētie līdzekļu piemēri neliecina par likumdevēja nodomu no aizlieguma “noslēpt” piemērošanas jomas izslēgt noslēpšanu, cigarešu paciņas turot tirdzniecības automātā, jo nav vajadzīgās saiknes ar iepakojuma dizainu kā tādu. Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā uzskaitītās nodokļu markas, cenu zīmes un drošības

elementi, proti, ir līdzekļi, kas parasti ir piestiprināti cigarešu paciņām, un tādējādi attiecas uz iepakojuma dizainu. Savukārt apvalki, apvākojumi un kastītes, kas arī ir minēti Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmajā teikumā, ir līdzekļi, kas pilnībā apkļauj iepakojumu un šādā veidā, tāpat kā attiecīgais tirdzniecības automāts, no patērētāja uztveres var izslēgt izvietotos brīdinājumus par ietekmi uz veselību, neatkarīgi no pārējā iepakojuma dizaina.

- 15 Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punkta pirmā teikuma regulatīvais mērķis arī neļauj viennozīmīgi noteikt, vai jēdziens “noslēpt, izmantojot citus līdzekļus” attiecas uz attiecīgo cigarešu paciņu piedāvāšanu tirdzniecības automātos. Šajā sakarā ir jāņem vērā tie paši aspekti, kas –, interpretējot pazīmi “laišana tirgū”.

Par Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta interpretāciju

- 16 Saskaņā ar Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktu uz iepakojuma vienībām un jebkāda ārējā iepakojuma izvietotajiem attēliem, kas reklāmas nolūkos vērsti uz patērētājiem Savienībā, ir jāatbilst direktīvas II sadaļas “Tabakas izstrādājumi” II nodaļas “Marķējums un iepakojums” tiesību normām.

Par jēdzienu “uz iepakojuma vienībām izvietotie attēli” (trešais prejudiciālais jautājums)

- 17 Vispirms rodas jautājums, vai pastāv uz iepakojuma vienības izvietots attēls Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē, ja attēls, proti, nav precīzs oriģinālā iepakojuma attēlojums, tomēr patērētājs attēlu, pamatojoties uz tā dizainu attiecībā uz kontūrām, proporcijām, krāsām un zīmolu saista ar tabakas izstrādājuma iepakojumu. Ar trešo prejudiciālo jautājumu ir jārisina šis ar interpretāciju saistītās grūtības.
- 18 Iesniedzējtiesa uzskata, ka uz uzdoto jautājumu nav iespējams viennozīmīgi atbildēt.
- 19 Jēdziens “uz iepakojuma vienībām izvietots attēls” Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē varētu nozīmēt, ka, izņemot brīdinājumus par ietekmi uz veselību, tikai viens precīzs cigarešu paciņas attēlojums attiecas uz Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā paredzēto gadījumu. Tomēr šī jēdziena burtiskā nozīme varētu attiekties arī uz attēlojumu, kas ir kā iepakojuma izskata būtisko iezīmju stilizēts atspoguļojums.
- 20 No regulatīvā konteksta ar Direktīvas 2014/40 8. panta 3. punktu un tajā ietvertajiem noteikumiem par brīdinājumu par ietekmi uz veselību redzamības nodrošināšanu uz tabakas izstrādājumu iepakojumiem izriet tikai tas, ka direktīvas 8. panta 8. punkts attiecas uz šo iepakojumu attēliem. Tie savukārt var būt precīzi vai arī stilizēti attēlojumi.
- 21 Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta regulatīvais mērķis drīzāk varētu liecināt par to, ka šī tiesību norma ir jāpiemēro arī tādiem attēlojumiem, kas to dizaina dēļ

patērētājam rada asociācijas ar cigarešu paciņu. Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā paredzētā prasība, ka arī uz iepakojuma vienībām izvietotajiem attēliem ir jāatbilst prasībām, kādas ir iepakojumam kā tādām saistībā ar brīdinājumu par ietekmi uz veselību redzamību, tāpat kā brīdinājumu par ietekmi uz veselību mērķis kā tāds ir paredzēta veselības aizsardzībai, izmantojot brīdinājumus par izstrādājuma negatīvām sekām uz cilvēku veselību vai citām nevēlamām tā lietošanas sekām. No tā izriet, ka arī ar Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktu ir jānodrošina, ka patērētājs var uztvert brīdinājumus par ietekmi uz veselību un ņemt vērā, pieņemot savu lēmumu par pirkuma veikšanu. Tomēr, ja ar dizainu, kas gan nav precīzs, bet, kurš, pamatojoties uz iepakojuma izskata būtisko iezīmju stilizētu atspoguļojumu, uz to norāda, patērētājā tiek radīts atpazīšanas efekts, efektīvas veselības aizsardzības un mērķa veikt tabakas uzraudzību interesēs būtu iespējams šādu stilizētu attēlojumu uzskatīt par pietiekamu, lai uz to attiektos attēla jēdziens Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta izpratnē. Jau ar šādu attēlojumu, tāpat kā ar precīzu attēlu var tikt izraisīts pirkšanas impulss, kas ir jāapkaro, izmantojot brīdinājumus par ietekmi uz veselību saskaņā ar Direktīvas 2014/40 8. pantu.

Par to, vai Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā noteiktās prasības ir izpildītas, ja patērētājs var apskatīt cigarešu iepakojumus pirms pirkuma līguma slēgšanas (ceturtais prejudiciālais jautājums)

- 22 Rodas arī jautājums, vai tādos apstākļos, kādi ir šajā gadījumā aplūkoti, Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punktā noteiktās prasības ir izpildītas jau tāpēc vien, ka patērētājam pirms pirkuma līguma slēgšanas ir iespēja apskatīt cigarešu paciņas ar noteiktajiem brīdinājumiem par ietekmi uz veselību. Ar ceturto prejudiciālo jautājumu ir jārisina šis ar interpretāciju saistītās grūtības.
- 23 Apelācijas tiesa ir uzskatījusi, ka Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka cigarešu paciņu attēlu izmantošana attiecībā uz patērētāju ir aizliegta tikai tad, ja tā notiek paciņas piedāvāšanas vietā pirms pirkuma līguma slēgšanas. Iesniedzējtiesa uzskata, ka ir apšaubāmi, vai var piekrist apelācijas tiesai.
- 24 No Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta formulējuma, kas pilnībā attiecas uz attēliem, kas izvietoti uz iepakojumu, nevar secināt apelācijas tiesas atzīto šīs tiesību normas piemērošanas jomas ierobežojumu.
- 25 Interpretācija ievērojot leģislatīvo kontekstu nenoved pie viennozīmīga secinājuma. Apelācijas tiesa savu uzskatu atkal ir balstījusi uz pieņēmumu, ka no Direktīvas 2014/40 48. apsvēruma izriet, ka direktīva neattiecas uz vienkāršiem reklāmas pasākumiem un pārdošanas režīmiem. Kā jau tika norādīts iepriekš, šis pieņēmums nav neapšaubāms.
- 26 Arī Direktīvas 2014/40 8. panta 8. punkta regulatīvais mērķis neļauj viennozīmīgi noteikt, vai ar šo tiesību normu ir paredzēts aizliegt izmantot arī cigarešu paciņu attēlus bez brīdinājumiem par ietekmi uz veselību, ja pirms pirkuma līguma

slēgšanas patērētājam ir iespēja apskatīt pašas cigarešu paciņas ar noteiktajiem brīdinājumiem par ietekmi uz veselību. Šajā sakarā atkal ir jāņem vērā tie paši aspekti, kādi bija jāņem vērā, interpretējot pazīmi “tirgū tiek laists”. Iesniedzējtiesa atsaucas uz šajā ziņā izklāstītajiem apsvērumiem.

DARBA VERSIJA