

Дело С-370/20**Резюме на преюдициалното запитване съгласно член 98, параграф 1 от
Процедурния правилник на Съда****Дата на постъпване в Съда:**

7 август 2020 г.

Запитваща юрисдикция:

Bundesgerichtshof (Германия)

Дата на акта за преюдициално запитване:

25 юни 2020 г.

**Ищец в първоинстанционното производство и жалбоподател в
ревизионното производство:**

Pro Rauchfrei e.V.

Ответник в първоинстанционното и в ревизионното производство:

JS

Предмет на делото по главното производство

Иск за преустановяване на предлагането на цигари чрез автомат за цигари, поради това че по този начин се нарушава забраната за скриване на здравните предупреждения върху цигарените опаковки и се показват изображения на цигарени опаковки без такива здравни предупреждения

Предмет и правно основание на преюдициалното запитване

Запитване съгласно член 267 ДФЕС за тълкуване на член 8, параграф 3, първо изречение (понятия „пускане на пазара“ и „скриване“) и член 8, параграф 8 (понятие „изображения на потребителски опаковки“) от Директива 2014/40

Преюдициални въпроси

- 1) Включва ли понятието за пускане на пазара по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40/ЕС предлагането на тютюневи изделия чрез автомати по такъв начин, че намиращите се в автомата цигарени опаковки, макар и да притежават изискваните от закона предупреждения, са поставени в автомата по такъв начин, че тези предупреждения предварително не са видими за потребителя, а стават видими едва след като отключеният преди това от персонала на касата автомат бъде задействан от клиента и по този начин цигарената опаковка се придвижи върху касовата лента още преди процеса на плащане?
- 2) Включва ли съдържащата се в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40/ЕС забрана за „скриване на предупрежденията от други елементи“ също и случая, когато при презентиране на стоки чрез автомат се скрива цялата потребителска опаковка на тютюневото изделие?
- 3) Налице ли е признакът „изображения на потребителски опаковки“ по член 8, параграф 8 от Директива 2014/40/ЕС и тогава когато дадено изображение не е същинското изображение на оригиналната опаковка, но поради неговото оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката потребителят го асоциира с опаковка на тютюнево изделие?
- 4) Независимо от използваното изображение, изпълнени ли са изискванията на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40/ЕС и тогава когато преди сключване на договора за покупка потребителят има възможност да види цигарените опаковки с изискваните от закона предупреждения?

Посочени разпоредби от правото на Съюза

Директива 2014/40/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 3 април 2014 година за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи и свързани с тях изделия и за отмяна на Директива 2001/37/ЕО, в частност съображения 48 и 60, член 2, точка 40, член 8

Директива 2009/22/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2009 година относно исовете за преустановяване на нарушения с цел защита на интересите на потребителите, в частност членове 3 и 4

Посочени разпоредби от националното право

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Закон срещу нелоялната конкуренция, наричан по-нататък „UWG“), в частност членове 3, 3а, 5а, 8

Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Закон за тютюневите изделия и свързаните с тях изделия, Tabakerzeugnisgesetz, наричан по-нататък „TabakerzG“), в частност член 6

Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Правилник за тютюневите изделия и свързаните с тях изделия, Tabakerzeugnisverordnung, наричан по-нататък „TabakerzV“), в частност член 11, параграф 1, първо изречение, точка 4 и параграф 2

Кратко изложение на фактите и на производството

Ответникът държи два супермаркета в Мюнхен. След 20 май 2017 г. на касите на тези магазини той предлага за продажба цигари от посочения подолу на снимката автомат:



- 1 Наличните в автомата потребителски опаковки цигари не са видими за купувача. Наистина, върху поставените на автомата бутони за избор на стоките се виждат различни марки цигари, но не са показани изискваните от закона здравни предупреждения.
- 2 Продажбата става по следния начин: купувачът първо иска от служителите на касата да отключат автомата и след това натиска бутона за желаната марка цигари, след което подаващото устройство придвижва опаковката цигари върху касовата лента. След това се осъществява плащането на касата, ако клиентът не се е отказал от намерението си за покупка. Тази организация

на процеса на продажба чрез автомат за цигари е създадена с цел предотвратяването на кражби и защитата на непълнолетни лица.

- 3 Пред Областния съд ищецът оспорва предлагането на цигари чрез използвания от ответника автомат. Областният съд отхвърля иска. Жалбата ищеца не е уважена. Запитващият съд се произнася по ревизионната жалба на ищеца.

Кратко представяне на мотивите за преюдициалното запитване

- 4 Според запитващия съд успехът на ревизионната жалба зависи от тълкуването на член 8, параграф 3, първо изречение и параграф 8 от Директива 2014/40. От една страна, от значение е дали презентирането на цигари чрез въпросния автомат противоречи на забраната за скриване на намиращите се върху опаковката на тютюнево изделие здравни предупреждения съгласно член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40. От друга страна, трябва да се изясни дали върху автомата са показани изображения на цигарени опаковки, които в отклонение от изискването на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 не показват здравни предупреждения.

По тълкуването на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40

По признака „пускане на пазара“ (първи преюдициален въпрос)

- 5 Най-напред възниква въпросът дали презентирането на потребителски опаковки цигари чрез автомата представлява „пускане на пазара“ по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40. Първият преюдициален въпрос служи за изясняване на този проблем при тълкуването.
- 6 Отличителен белег на предлагането на цигари чрез въпросния автомат е, че съдържащите се в него потребителски опаковки цигари имат изискваните от закона предупреждения, но тези потребителски опаковки са така поставени в автомата, че предварително не са видими за потребителя. Потребителските опаковки цигари и намиращите се върху тях предупреждения стават видими за клиента едва след като отключеният преди това от персонала на касата автомат бъде задействан от клиента и по този начин цигарената опаковка се придвижи върху касовата лента още преди процеса на плащане. Според запитващия съд не може да бъде даден еднозначен отговор на въпроса дали при този удължен във времето процес на покупка, при който здравните предупреждения върху потребителските опаковки цигари са видими само да ограничено време, е налице признакът „пускане на пазара“ по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40.

- 7 Текстът на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 не подкрепя тясно тълкуване в смисъл, че понятието за пускане на пазара включва само преминаването на фактическата власт върху вещь от продавача на купувача след процеса на плащане. Съгласно член 2, точка 40 от Директива 2014/40 изразът „пускане на пазара“ означава предоставянето на изделия срещу заплащане или безплатно. Понятието „предоставяне“ би трябвало да включва и разглежданото тук предлагане на цигари чрез автомати, които клиентът сам може да задейства.
- 8 Контекстът, в който се вписва разпоредбата, не допуска еднозначно тълкуване на понятието за пускане на пазара. Въззивният съд е приел, че съхраняването на количества опаковки цигари във въпросния автомат е само условие за продажба. От съображение 48 от Директива 2014/40 става ясно, че целта за хармонизиране на тази директива не е насочена към условията за продажба и рекламата. Затова въпросното предлагане на цигари чрез автомати не е предмет на разпоредбите на тази директива. Според запитващия съд не е ясно дали това тълкуване може да бъде възприето. Съображение 48 от Директива 2014/40 определя, че тази директива не хармонизира правилата относно среда без тютюнев дим или относно вътрешните търговски разпоредби, вътрешната реклама или „brand-stretching“ (разширяването на марката и върху други категории изделия или услуги), нито пък въвежда възрастови граници за електронните цигари или контейнерите за многократно пълнене. Въз основа на това въззивният съд прави извода, че Директива 2014/40 регулира само оформлението на самия продукт, но не и условията на продажба за тютюневи изделия, като например презентирането им чрез автомати. Трябва да се има предвид, че съображение 48 освен „условията на продажба“ изключва и „рекламата“ от нейната цел за хармонизиране, но по отношение на рекламата на електронни цигари в член 20, параграф 5 и в съображение 43 от Директива 2014/40 са предвидени изрични разпоредби. Освен това от съображение 60 следва, че сред целите на Директивата е и сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите членки относно „представянето“ на тютюневите изделия. От използваното в английския превод понятие „presentation“ би могло да се заключи, че предмет на регулиране чрез Директива 2014/40 е не само самото представяне на опаковката на тютюнево изделие, но и обстоятелствата на неговото презентиране в рамките на продажбата.
- 9 Регулаторната цел на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 също не е еднозначна по отношение на това дали понятието за пускане на пазара включва въпросното презентиране на опаковки цигари чрез автомат. Според съображение 28 от Директивата забраната за скриване на предупрежденията съгласно член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 има за цел да осигури ненарушимостта и видимостта на здравните предупреждения и тяхната максимална ефективност (вж. решение на Съда от 4 май 2016 г., Philip Morris Brands и др., C- 547/14, EU:C:2016:325). По този начин забраната за

скриване, както и изискването за здравните предупреждения, целят опазване на здравето чрез предупреждения за неблагоприятните последици на изделието за човешкото здраве или относно други нежелани последици от неговата употреба (вж. член 1 и член 2, точка 32 от Директива 2014/40). От това следва, че със забраната за скриване съгласно член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 трябва да бъде гарантирано, че потребителят ще види здравните предупреждения и ще може да ги вземе предвид при решението си за покупка. Според направените от въззивния съд констатации договорът за покупка не се сключва още при натискането на бутона на автомата, а малко след това — при последващото заплащане на цигарите. След задействането на бутона на автомата за избор и придвижването на цигарената кутия върху касовата лента потребителят има възможност да види от всички страни цялата цигарена опаковка преди сключването на договора за покупка и да вземе решение да направи или не покупка, осъзнавайки посочените върху опаковката и нескрити предупреждения. Имайки предвид това, би могло да се приеме, че целта на забраната за скриване на предупрежденията при продажба на цигари чрез въпросния автомат не е достатъчно засегната, защото по време на продажбата своевременно преди окончателното решение за покупка здравните предупреждения върху потребителските опаковки са изцяло видими. Като се има предвид значението на здравните предупреждения за опазване на здравето като значимо благо, защитено от закона, и на поставената освен това в член 1 от Директива 2014/40 цел за контрол на тютюна, е ясно, от друга страна, че здравните предупреждения са достатъчно ефективни само тогава, когато те станат достояние на потребителя още при презентирането на цигарите в автомата, т.е. в момента, когато се прави първата важна крачка в решението „за“ или „против“ закупуването на цигари. Това би могло да означава, че презентирането чрез автомат, което стои още в началото на процеса по закупуване, следва да бъде включено в понятието за пускане на пазара и по този начин в сферата на забраната за скриване на здравните предупреждения.

По признака „скриване с други елементи“ (втори преюдициален въпрос)

- 10 Възниква въпросът дали при определени обстоятелства като описаните тук, е налице признакът „скриване с други елементи“ по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40. Вторият преюдициален въпрос служи на изясняването на този проблем при тълкуването.
- 11 Спорно е дали породеното от предоставяне на опаковки цигари чрез автомат възпрепятстване на видимостта на разположените върху опаковките здравни предупреждения представлява скриване по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40. Съществува мнение, че забраната за скриване включва и скриване на цялата опаковка чрез автомат, защото член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 има за цел да гарантира видимостта на предупрежденията още при презентирането на стоките. Според противоположното схващане член 8, параграф 3,

изречение 1 на Директива 2014/40, както е посочено в съображение 48, се отнася само до самата стока или до оформлението на опаковката, а не до нейното презентирание или до други условия на продажбата, и следователно не до фактори, които не са свързани с опаковката. Съхраняването на тютюневи изделия в автомати или рафтове е чисто условие на продажба и не засяга оформлението на опаковката, регламентирано от Директивата. Ето защо не е налице скриване по смисъла на член 8, параграф 3, първо изречение от Директивата.

- 12 Според запитващия съд спорният въпрос не може да получи еднозначен отговор.
- 13 Текстът на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 допуска предположението, че и възпрепятстването на видимостта на здравните предупреждения чрез предлагане на опаковки цигари от автомат според това условие може да бъде забранено скриване посредством друг елемент. Ако не само дадено здравно предупреждение, но и цялата опаковка се скриват от друг елемент, то това по необходимост се съпровожда и от скриването на намиращото се върху опаковката предупреждение.
- 14 Контекстът, в който се вписва разпоредбата, не допуска еднозначно тълкуване на понятието за скриване. Както бе изложено дотук, не може да се даде ясен отговор дали от съображение 48 от директивата произтича, че условията на продажба като например предлагането на цигари от автомат по систематични причини са изключени от приложното поле на член 8, параграф 3, първо изречение от Директивата. Тази гледна точка може да се окаже важна не само за понятието за пускане на пазара, но и за признака „скрит“. Обратно на това, посочените в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 примери за елементи не говорят за намерение на законодателя да изключи скриването чрез съхранение на цигарените опаковки в автомат от приложното поле на забраната за скриване, защото липсва нужната връзка със самото оформление на опаковката. Посочените в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 бандероли, етикети с цената, защитни елементи наистина са елементи, които винаги се поставят върху цигарената опаковка и по този начин засягат оформлението на опаковката. За разлика от тях посочените също в член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 обвивки, обложки и кутии са елементи, които могат и изцяло да закрийт опаковката и по този начин — както въпросният автомат за цигари — да скрийт от погледа на потребителя здравните предупреждения върху опаковката, независимо от останалото ѝ оформление.
- 15 Регулаторната цел на член 8, параграф 3, първо изречение от Директива 2014/40 също не позволява еднозначно да се разбере дали понятието за скриване от други елементи включва въпросното презентирание на цигарени опаковки в автомати. Затова следва да се имат предвид същите гледни точки, както при тълкуването на признака „пускане на пазара“.

По тълкуването на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40

- 16 Съгласно член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 изображения на потребителски опаковки и външни опаковки, предназначени за потребители в Съюза, трябва да отговарят на изискванията на дял II („Тютюневи изделия“), глава II („Етикетиране и опаковане“) от Директивата.

По понятието „изображения на потребителски опаковки“ (трети преюдициален въпрос)

- 17 На първо място възниква въпросът дали е налице изображение на опаковка по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40/ и тогава, когато дадено изображение не е същинското изображение на оригиналната опаковка, но поради неговото оформление по отношение на очертания, пропорции, цветове и лого на марката потребителят го асоциира с опаковка на тютюнево изделие. Третият преюдициален въпрос служи за изясняване на този проблем при тълкуването.
- 18 Според запитващия съд повдигнатият въпрос не може да получи еднозначен отговор.
- 19 Понятието „изображение на опаковка“ по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 би могло да означава, че — с изключение на здравните предупреждения — само същинско изображение на опаковка цигари попада във фактическия състав на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40. Но буквалният смисъл на понятието би трябвало да обхваща и изображение в смисъл на стилизирано предаване на съществените видими белези на дадена опаковка.
- 20 От контекста, в който се вписва член 8, параграф 3 от Директива 2014/40, и посочените в тази разпоредба изисквания за гарантиране на видимостта на здравни предупреждения върху потребителски опаковки на тютюневи изделия следва, че в член 8, параграф 8 от Директивата става дума за изображения на тези опаковки. Това могат да бъдат същински или стилизирани изображения.
- 21 Регулаторната цел на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 говори по-скоро, че това изискване следва да се прилага и към такива изображения, които въз основа на оформлението си предизвикват у потребителя асоциация с цигарена опаковка. Включеното в член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 изискване, че и изображения на потребителски опаковки трябва да отговарят на отнасящите се за самите опаковки изисквания за видимост на здравните предупреждения, служи — също, както и целта на самите здравни предупреждения — на опазване на здравето посредством предупреждения за неблагоприятните последици на даден продукт върху човешкото здраве или за други нежелани последици от неговата употреба. От това следва, че и с член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 трябва да се

гарантира, че здравните предупреждения са видими за потребителя и той може да ги вземе предвид при решението си за покупка. Ако обаче чрез дадено оформление, което макар и да не е същинското, но въз основа на стилизирано предаване на важните визуални белези на определена опаковка напомня на нея, у потребителя бъде предизвикан ефект на разпознаване, би трябвало в интерес на ефективно опазване на здравето и на целта за контрол на тютюна, да се приеме, че такова стилизирано изображение е достатъчно за понятието „изображение“ по смисъла на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40. Чрез такова изображение, както и чрез същинското изображение може да бъде предизвикан импулс за закупуване, който трябва да бъде ограничаван чрез здравните предупреждения съгласно член 8 от Директива 2014/40.

По въпроса дали изискванията на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 са изпълнени, ако потребителят има възможност да види опаковката на цигарите преди сключване на договора за покупка (четвърти преюдициален въпрос)

- 22 Възниква въпросът дали при обстоятелства като тези в разглеждания случай изискванията на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 са изпълнени, тъй като преди сключване на договора за покупка потребителят има възможност да види опаковките цигари с изискваните от закона здравни предупреждения върху тях. Четвъртият преюдициален въпрос служи за изясняване на този проблем при тълкуването.
- 23 Въззивният съд е приел, че член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 следва да се тълкува в смисъл, че използването на изображения на цигарени опаковки за информация на потребителя е забранено само тогава, когато това става вместо презентирането на опаковката преди сключване на договора за покупка. Според запитващия съд е спорно дали може да приеме становището на въззивния съд.
- 24 От текста на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40, който се отнася без ограничения до изображения на потребителски опаковки, не може да се изведе признатото от въззивния съд ограничение на приложното поле на изискването.
- 25 Тълкуване с оглед на законодателния контекст не стига до еднозначен резултат. Въззивният съд отново обосновава мнението си с това, че от съображение 48 от Директива 2014/40 произтича, че действия с цел единствено реклама и условия на продажба не са предмет на Директивата. Както по-горе бе посочено, това мнение не е безспорно.
- 26 Регулаторната цел на член 8, параграф 8 от Директива 2014/40 също не дава еднозначно да се разбере дали това изискване иска да забрани и използването на изображения на цигарени опаковки без здравни предупреждения, ако преди сключване на договора за покупка потребителят

има възможност да види самите цигарени опаковки с изискваните от закона здравни предупреждения. Тук отново следва да бъдат взети под внимание същите гледни точки, както при тълкуването на признака „пускане на пазара“. Запитващият съд взема отношение по изложеното в тази връзка.

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ