

Predmet C-370/20**Sažetak zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 98. stavka 1.
Poslovnika Suda****Datum podnošenja:**

7. kolovoza 2020.

Sud koji je uputio zahtjev:

Bundesgerichtshof (Njemačka)

Datum odluku kojom se upućuje zahtjev:

25. lipnja 2020.

Tužitelj i podnositelj revizije:

Pro Rauchfrei e. V.

Tuženik i druga strana u revizijskom postupku:

JS

Predmet glavnog postupka

Postupak za dobivanje sudskog naloga kojim se zahtijeva prestanak ponude cigareta putem samoposlužnog aparata jer se time krši zabrana skrivanja zdravstvenih upozorenja stavljenih na pakiranja cigareta i slike pakiranja cigareta se prikazuju bez takvih upozorenja

Predmet i pravna osnova zahtjeva za prethodnu odluku

Zahtjev za tumačenje članka 8. stavka 3. prve rečenice (pojmovi „stavljanje na tržište” i „skrivanje”) te članka 8. stavka 8. (pojam „slike jediničnih pakiranja”) Direktive 2014/40 u skladu s člankom 267. UFEU-a

Prethodna pitanja

1. Obuhvaća li pojam stavljanja na tržište u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40/EU ponudu duhanskih proizvoda putem samoposlužnih aparata na način da pakiranja cigareta koja se nalaze u tom

- aparatu imaju zakonski propisana upozorenja, ali potrošaču ta pakiranja cigareta čija se zaliha drži u aparatu nisu odmah vidljiva i upozorenja koja se na tim pakiranjima nalaze postaju vidljiva tek kada kupac aktivira automat koji je blagajničko osoblje prethodno deblokiralo te se pakiranje cigareta time još prije postupka plaćanja izda na pokretnu traku blagajničkog pulta?
2. Obuhvaća li zabrana sadržana u članku 8. stavku 3. prvoj rečenici Direktive 2014/40/EU da se upozorenja „skrivaju drugim elementima” slučaj da je u okviru prezentacije proizvoda putem aparata skriveno cijelo pakiranje duhanskog proizvoda?
 3. Je li element pojma „slike jediničnih pakiranja” iz članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40/EU ispunjen i ako u slučaju prikaza nije riječ o vjernom prikazu izvornog pakiranja, ali potrošač tu sliku zbog njezina dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boja i logotipa marke povezuje s pakiranjem duhanskog proizvoda?
 4. Jesu li zahtjevi iz članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40/EU ispunjeni neovisno o korištenom slikovnom prikazu već ako potrošač prije sklapanja ugovora o kupoprodaji ima priliku percipirati pakiranja cigareta s propisanim upozorenjima?

Navedene odredbe prava Unije

Direktiva 2014/40/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 3. travnja 2014. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih i srodnih proizvoda i o stavljanju izvan snage Direktive 2001/37/EZ, osobito uvodne izjave 48. i 60., članak 2. točka 40., članak 8.

Direktiva 2009/22/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. travnja 2009. o sudskim nalogima za zaštitu interesa potrošača, osobito članci 3. i 4.

Navedene nacionalne odredbe

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Zakon o suzbijanju nepoštenog tržišnog natjecanja, u daljnjem tekstu: UWG), osobito članci 3., 3.a, 5.a, 8.

Gesetz über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Zakon o duhanskim i srodnim proizvodima, u daljnjem tekstu: TabakerzG), osobito članak 6.

Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (Uredba o duhanskim i srodnim proizvodima, u daljnjem tekstu: TabakerzV), osobito članak 11. stavak 1. prva rečenica točka 4. i stavak 2.

Kratak prikaz činjenica i postupka

Tuženik upravlja dvama supermarketima u Münchenu. Na blagajnama tih samoposluga on je nakon 20. svibnja 2017. nudio na prodaju cigarete u samoposlužnim aparatima prikazanim u nastavku:



- 1 Ta pakiranja cigareta koja su se u tom samoposlužnom aparatu držala na zalih kupcu nisu bila vidljiva. Tipke za odabir proizvoda koje se nalaze na samoposlužnom aparatu omogućile su prepoznavanje različitih marki cigareta, ali nisu imale zakonski propisana zdravstvena upozorenja.
- 2 Prodaja se obavljala na način da je kupac najprije od blagajničkog osoblja zatražio da deblokira samoposlužni aparat da bi potom aktivirao tipku za odabir željene marke cigareta. Zatim se pakiranje cigareta iz uređaja za izdavanje tog samoposlužnog aparata spustilo na pokretnu traku blagajničkog pulta. Plaćanje pakiranja cigareta odvijalo bi se potom na blagajni ako je kupac ostao pri svojoj namjeri kupnje. Ta organizacija postupka prodaje putem samoposlužnog aparata imala je za cilj sprječavanje krađa i zaštitu mladih.
- 3 Tužitelj je pred Landgerichtom (Zemaljski sud) osporio ponudu cigareta putem samoposlužnog aparata kojim upravlja tuženik. Landgericht (Zemaljski sud) odbio je tužbu. Tužiteljeva žalba bila je bez uspjeha. Sud koji je uputio zahtjev odlučuje o tužiteljevoj reviziji.

Kratki prikaz obrazloženja zahtjeva za prethodnu odluku

- 4 Prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev, uspjeh revizije ovisi o tumačenju članka 8. stavka 3. prve rečenice i članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40. S jedne je strane bitna činjenica protivi li se prezentacija cigareta putem predmetnih samoposlužnih aparata zabrani skrivanja zdravstvenih upozorenja koja se u skladu

s člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 moraju staviti na pakiranje duhanskog proizvoda. S druge je pak strane potrebno razjasniti prezentiraju li se na samoposlužnom aparatu slike pakiranja cigareta koje, odstupajući od zabrane iz članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40, ne prikazuju nikakva zdravstvena upozorenja.

Tumačenje članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40

Obilježje stavljanja na tržište (prvo prethodno pitanje)

- 5 Ponajprije se postavlja pitanje je li u slučaju prezentacije pakiranja cigareta putem samoposlužnih aparata riječ o „stavljanju na tržište” u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40. Prvo prethodno pitanje služi pojašnjenju te poteškoće u tumačenju.
- 6 Za ponudu putem samoposlužnih aparata o kojima je riječ karakteristično je to da pakiranja cigareta koja se u tom aparatu nalaze imaju zakonski propisana upozorenja, međutim potrošač ta pakiranja cigareta čija se zaliha drži u automatu ne može odmah vidjeti. Pakiranja cigareta i upozorenja koja se ne njima nalaze postaju vidljivima tek kada kupac aktivira automat čim ga blagajničko osoblje deblokira te se pakiranje cigareta time još prije postupka plaćanja izda na pokretnu traku blagajničkog pulta. Prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev, ne može se jasno odgovoriti na pitanje je li obilježje stavljanja na tržište u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 ispunjeno kada je riječ o tom oduženom postupku kupnje pri kojem su zdravstvena upozorenja na pakiranjima cigareta vidljiva samo povremeno.
- 7 Tekst članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 ne ide u prilog uskom tumačenju na način da je pojmom stavljanja na tržište obuhvaćena samo prijelaz faktične vlasti s prodavatelja na kupca nakon postupka plaćanja. U skladu s člankom 2. točkom 40. Direktive 2014/40 definicija „stavljanje na tržište” znači učiniti proizvode dostupnim besplatno ili uz plaćanje. Pojam „učiniti dostupnim” mogao bi obuhvaćati i ponudu cigareta u samoposlužnim aparatima o kojima je ovdje riječ, kod kojih postupak izdavanja proizvoda može aktivirati sam kupac.
- 8 Na temelju regulatornog konteksta nije moguće nedvojbeno protumačiti pojam stavljanja na tržište. *Berufungsgericht* (Žalbeni sud) smatrao je da je držanje zalihe pakiranja cigareta u predmetnim samoposlužnim aparatima samo način prodaje. Iz uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 proizlazi da cilj te direktive nije ujednačavanje aranžmana o prodaji i oglašavanja. Stoga ponuda cigareta u samoposlužnim aparatima o kojoj je ovdje riječ prema mišljenju tog suda nije predmet odredaba predmetne direktive. Sud koji je uputio zahtjev pak smatra da je upitno može li takvo tumačenje prihvatiti. Uvodna izjava 48. Direktive 2014/40 određuje da se tom direktivom ne ujednačavaju pravila o okruženjima bez duhanskog dima, aranžmanima o prodaji na nacionalnom tržištu, domaćem oglašavanju ili širenju robne marke proizvoda niti se njome uvodi dobna granica za elektroničke cigarete ili spremnike za ponovno punjenje. Iz toga je

Berufungsgericht (Žalbeni sud) zaključio da Direktiva 2014/40 uređuje tek dizajn samog proizvoda, ali ne i načine prodaje duhanskih proizvoda poput prezentacije u samoposlužnim aparatima. U obzir je potrebno uzeti činjenicu da uvodna izjava 48. iz cilja ujednačavanja predmetne direktive osim „aranžmana o prodaji” izuzima i „oglašavanje”, ali su u članku 20. stavku 5. Direktive 2014/40 te u uvodnoj izjavi 43. te direktive sadržane izričite odredbe koje se odnose na oglašavanje elektroničkih cigareta. Nadalje, iz uvodne izjave 60. proizlazi da ciljevi te direktive obuhvaćaju i ujednačavanje zakona i drugih propisa država članica, među ostalim, za „predstavljanje” duhanskih proizvoda. Iz pojma „presentation” korištenog u engleskoj jezičnoj verziji moglo bi se izvesti da predmet koji se uređuje Direktivom 2014/40 obuhvaća ne samo predstavljanje samog pakiranja duhanskog proizvoda, nego i okolnosti prezentacije tog pakiranja u okviru situacije u kojoj se prodaje.

- 9 Iz regulatornog cilja članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 isto se tako ne može jasno razabrati obuhvaća li pojam stavljanja na tržište predmetnu prezentaciju pakiranja cigareta u samoposlužnim aparatima. Zabrana skrivanja u skladu s člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 prema uvodnoj izjavi 28. te direktive služi osiguravanju cjelovitosti i vidljivosti i maksimalnom povećanju njihove djelotvornosti (vidjeti presudu Suda od 4. svibnja 2016., Philip Morris Brands i dr., C- 547/14, EU:C:2016:325). Dakle, zabrana skrivanja, kao i obveza zdravstvenih upozorenja ima za cilj zaštitu zdravlja putem upozorenja koja se tiču štetnih učinaka proizvoda na zdravlje ljudi ili drugih nepoželjnih posljedica njegove konzumacije (vidjeti članak 1. i 2. točku 32. Direktive 2014/40). Iz toga slijedi da se zabranom skrivanja u skladu s člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 treba osigurati da se potrošaču u okviru njegove odluke o kupnji omogući percepcija zdravstvenih upozorenja i njihovo uzimanje u obzir. Prema utvrđenjima Berufungsgerichte (Žalbeni sud), ugovor o kupoprodaji ne sklapa se već aktiviranjem tipke za odabir na aparatu, nego tek plaćanjem cigareta koje se odvija odmah nakon toga. Zbog toga što se kutija cigareta aktiviranjem tipke za odabir na aparatu izbaci na pokretnu traku blagajničkog pulta, potrošač može to pakiranje cigareta prije sklapanja ugovora u cijelosti i sa svih strana bez ikakvih ograničenja pregledati i time svoju odluku o kupnji donijeti sa sviješću o upozorenjima koja su stavljena na pakiranje i nisu skrivena ili pak od kupnje može odustati. U tim bi se okolnostima moglo smatrati da regulatorni cilj zabrane skrivanja prilikom prodaje cigareta putem samoposlužnih aparata o kojima je riječ nije u dovoljnoj mjeri pogođen jer se zdravstvena upozorenja na pakiranjima bez ograničenja mogu percipirati tijekom postupka prodaje, još uvijek pravodobno prije konačne odluke o kupnji. Uzimajući u obzir značaj zdravstvenih upozorenja za zaštitu važnog pravnog interesa kao što je zdravlje i, osim toga, člankom 1. Direktive 2014/40 utvrđen cilja nadzora nad duhanom, nije nemoguće pretpostaviti da se efektivan učinak zdravstvenih upozorenja u dovoljnoj mjeri pretpostavlja samo ako su ta upozorenja do potrošača doprla već pri prezentaciji cigareta u samoposlužnom aparatu, time, dakle, u trenutku, u kojem je već učinjen prvi bitan korak pri odluci o kupnji ili protiv kupnje cigareta. To bi moglo ići u prilog tomu da se već ta prezentacija koja se nalazi na početku postupka kupnje putem samoposlužnih

aparata uključuje u pojam stavljanja na tržište, a time i u područje zabrane skrivanja zdravstvenih upozorenja.

Obilježje skrivanja drugim elementima (drugo prethodno pitanje)

- 10 Nadalje se postavlja pitanje, postoji li u okolnostima, poput ovih o kojima je ovdje riječ, obilježje skrivanja drugim elementima u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40. Drugo prethodno pitanje služi pojašnjenju te poteškoće u tumačenju.
- 11 Sporno je pitanje predstavlja li sprječavanje vidljivosti zdravstvenih upozorenja koja se nalaze na pakiranjima cigareta uslijed njihova držanja u samoposlužnom aparatu skrivanje u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40. Prema jednom shvaćanju, zabrana skrivanja obuhvaća i skrivanje cijelog pakiranja putem aparata, jer se člankom 8. stavkom 3. prvom rečenicom Direktive 2014/40 želi osigurati vidljivost upozorenja već pri prezentaciji robe. Prema suprotnom shvaćanju, članak 8. stavak 3. prva rečenica Direktive 2014/40 odnosi se, u skladu s uvodnom izjavom 48., samo na same proizvode ili na dizajn pakiranja a ne na njihovu prezentaciju ili na ostale aranžmane o prodaji te se stoga ne odnosi na faktore koji nisu obuhvaćeni pakiranjem. Držanje zalihe duhanskih proizvoda u samoposlužnim aparatima ili policama samo je način prodaje te se ne odnosi na dizajn pakiranja koji je uređen predmetnom direktivom. Stoga u tom slučaju ne može ni biti riječ o skrivanju u smislu članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive.
- 12 Sud koji je uputio zahtjev smatra da se na sporno pitanje ne može jasno odgovoriti.
- 13 Tekst članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 nije protivan pretpostavci da i sprječavanje vidljivosti zdravstvenih upozorenja držanjem pakiranja cigareta u samoposlužnim aparatima prema toj odredbi može biti skrivanje koje sprječava vidljivost drugim elementom. Ako elementom nije skriveno samo zdravstveno upozorenje, nego i cijelo pakiranje, to nužno korelira sa skrivanjem upozorenja stavljenog na pakiranje.
- 14 Regulatorni kontekst ne omogućava jasno tumačenje pojma skrivanja. Kako je navedeno, ne može se jasno odgovoriti na pitanje može li se iz uvodne izjave 48. Direktive izvesti da su aranžmani o prodaji poput ponude cigareta u samoposlužnom aparatu iz sustavnih razloga izuzeti iz područja primjene članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive. Taj bi aspekt mogao biti relevantan ne samo za pojam stavljanja na tržište, nego i za obilježje „skrivanja”. Suprotno tomu, iz primjera elemenata navedenih u članku 8. stavku 3. prvoj rečenici Direktive 2014/40 nije razvidna namjera zakonodavca da se iz područja primjene zabrane skrivanja isključi skrivanje držanjem zaliha pakiranja cigareta u samoposlužnom aparatu jer nedostaje potreban odnos s dizajnom samog pakiranja. Kada je riječ o poreznim biljezima, oznakama cijene i sigurnosnim obilježjima koji su navedeni u članku 8. stavku 3. prvoj rečenici Direktive 2014/40, riječ je o elementima koji se u pravilu stavljaju na pakiranje cigareta te se time odnose i na dizajn pakiranja.

Suprotno tomu, isto tako u članku 8. stavku 3. prvoj rečenici Direktive 2014/40 spomenuti ovici, košuljice i kutije su elementi koji pakiranje mogu i potpuno omotati te na taj način, poput predmetnog samoposlužnog aparata, stavljena zdravstvena upozorenja neovisno o drugom dizajnu pakiranja mogu izmaći percepciji potrošača.

- 15 Iz regulatornog cilja članka 8. stavka 3. prve rečenice Direktive 2014/40 isto se tako ne može jasno razabrati obuhvaća li pojam skrivanja drugim elementima predmetnu prezentaciju pakiranja cigareta u samoposlužnom aparatu. U tom je smislu potrebno uzeti u obzir iste aspekte kao i kod tumačenja obilježja „stavljanja na tržište”.

Tumačenje članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40

- 16 U skladu s člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40, slike jediničnih pakiranja i vanjskih pakiranja koja su usmjerena na potrošače u Uniji moraju biti usklađene s odredbama Glave II. („Duhanski proizvodi”) Poglavlja II („Označivanje i pakiranje”) Direktive.

Pojam „slike jediničnih pakiranja” (treće prethodno pitanje)

- 17 Ponajprije se postavlja pitanje postoji li slika jediničnog pakiranja u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ako u slučaju te slike nije riječ o vjernom prikazu originalnog pakiranja, ali potrošač tu sliku zbog njezina dizajna u pogledu obrisa, proporcija, boja i logotipa marke povezuje s pakiranjem duhanskog proizvoda. Treće prethodno pitanje služi pojašnjenju te poteškoće u tumačenju.
- 18 Sud koji je uputio zahtjev smatra da se na to postavljeno pitanje ne može jasno odgovoriti.
- 19 Pojam „slika jediničnog pakiranja” u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 mogao bi sugerirati da je elementom članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 obuhvaćen samo jedan, neovisno o zdravstvenim upozorenjima, vjeran prikaz pakiranja cigareta. Međutim, doslovno značenje tog pojma moglo bi obuhvaćati i prikaz u smislu stilizirane reprodukcije bitnih obilježja izgleda pakiranja.
- 20 Iz regulatornog konteksta članka 8. stavka 3. Direktive 2014/40 i tamošnjih odredaba o osiguravanju vidljivosti zdravstvenih upozorenja na pakiranjima duhanskih proizvoda proizlazi samo da je u članku 8. stavku 8. Direktive riječ o slikama tih pakiranja. To pak mogu biti vjerni ili stilizirani prikazi.
- 21 Regulatorni cilj članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 stoga bi prije mogao ići u prilog činjenici da se tom odredbom obuhvate i takvi prikazi koji kod potrošača zbog svojeg dizajna asociraju na pakiranje cigareta. Člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 uređena obveza, da i slike pakiranja moraju odgovarati zahtjevima u pogledu činjenja zdravstvenih upozorenja vidljivima koji se primjenjuju za sama pakiranja, poput cilja samih zdravstvenih upozorenja služi

zaštiti zdravlja upozorenjima na štetne učinke proizvoda na zdravlje ljudi ili na druge nepoželjne posljedice njegove konzumacije. Iz toga proizlazi da se i člankom 8. stavkom 8. Direktive 2014/40 treba osigurati da se potrošačima omogući da percipiraju zdravstvena upozorenja te ih uzmu u obzir u okviru svoje odluke. Ako se kod kupca izazove efekt prepoznavanja dizajnom koji nije vjeran, ali na temelju stilizirane reprodukcije bitnih obilježja izgleda pakiranja upućuje na to pakiranje, moglo bi se u interesu učinkovite zaštite zdravlja i cilja nadzora duhana sugerirati da je takav stilizirani prikaz dovoljan za pojam slike u smislu članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40. Dakle, već se i takvim prikazom, isto kao i vjernim prikazom, može izazvati impuls za kupnju koji treba suzbijati zdravstvenim upozorenjima u skladu s člankom 8. Direktive 2014/40.

Pitanje, jesu li ispunjeni zahtjevi članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 ako potrošač pakiranja cigareta može percipirati prije sklapanja ugovora o kupoprodaji (četvrto prethodno pitanje)

- 22 Nadalje se postavlja pitanje, je li u slučaju okolnosti, poput onih o kojima je riječ u ovom predmetu, udovoljeno zahtjevima iz članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 već time što potrošač prije sklapanja ugovora ima priliku percipirati pakiranja cigareta s propisanim zdravstvenim upozorenjima. Četvrto prethodno pitanje služi pojašnjenju te poteškoće u tumačenju.
- 23 Berufungsgericht (Žalbeni sud) smatrao je da se članak 8. stavak 8. Direktive 2014/40 treba tumačiti na način da je korištenje slika pakiranja cigareta u odnosu na potrošača zabranjeno samo ako se korištenje slika, umjesto prezentacije pakiranja, odvija prije sklapanja ugovora o kupoprodaji. Prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev, dvojbeno je može li se prihvatiti stajalište Berufungsgerichta (Žalbeni sud).
- 24 Iz teksta članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40, koji se u cijelosti odnosi na slike pakiranja, nije razvidno ograničenje područja primjene te odredbe koje je utvrdio Berufungsgericht (Žalbeni sud).
- 25 Uzimajući u obzir regulatorni kontekst, tumačenje ne rezultira nikakvim jasnim zaključkom. Berufungsgericht (Žalbeni sud) svoje je mišljenje ponovno temeljio na pretpostavci da iz uvodne izjave 48. Direktive 2014/40 proizlazi da puke mjere oglašavanja i aranžmani o prodaji nisu predmet te direktive. Kako je već navedeno, ta je pretpostavka dvojbeno.
- 26 Iz regulatornog cilja članka 8. stavka 8. Direktive 2014/40 isto se tako ne može jasno razabrati namjerava li se tom odredbom zabraniti i korištenje slika pakiranja cigareta bez zdravstvenih upozorenja ako potrošač prije sklapanja ugovora o kupoprodaji ima priliku percipirati sama pakiranja cigareta s propisanim zdravstvenim upozorenjima. U tom je smislu opet potrebno uzeti u obzir iste aspekte kao i kod tumačenja obilježja „stavljanja na tržište”. Sud koji je uputio zahtjev poziva se na navode iznesene u tom pogledu.