



Sbírka soudních rozhodnutí

STANOVISKO GENERÁLNÍHO ADVOKÁTA
EVGENIJE TANČEVA
přijaté dne 15. července 2021¹

Věc C-370/20

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

[žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo)]

„Směrnice 2014/40/EU – Zdravotní varování, která mají být uvedena na každém jednotkovém balení tabákového výrobku a jakémkoli vnějším balení – Automaty pro prodej tabáku – Článek 2 bod 40 – Pojem ‚uvádění na trh‘ – Článek 8 odst. 3 – Zákaz zakrytí zdravotních varování ‚jinými prostředky‘ – Článek 8 odst. 8 – Pojem ‚zobrazení‘ jednotkových balení a vnějších obalů, která jsou určena spotřebitelům v Evropské unii“

1. Spor v původním řízení se týká označování a balení tabákových výrobků prodávaných prostřednictvím prodejního automatu. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU² vyžaduje, aby na každém jednotkovém balení tabákového výrobku byla uvedena zdravotní varování stanovená touto směrnicí. Článek 8 odst. 3 uvedené směrnice stanovuje, že tato varování musí být plně viditelná a nesmí být zakryta určitými prostředky. Otázkou před Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo) je, zda v případě, že zdravotní varování na cigaretových balíčcích nejsou viditelná, když jsou balíčky skladovány v prodejním automatu, není porušen zákaz zakrývání varování. Aby tomu tak bylo, musel by být prodejní automat považován za prostředek, který zakrývá varování, jako jsou například balení a kapsy, na které čl. 8 odst. 3 uvedené směrnice výslovně odkazuje, což je sporné.

2. Předkládající soud si rovněž přeje vědět, zda došlo k porušení pravidla stanoveného v čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40, podle kterého *zobrazení* jednotkových balení a jakýchkoli vnějších obalů musí rovněž obsahovat zdravotní varování. Tlačítka pro výběr produktu prodejního automatu dotčeného ve věci v původním řízení skutečně zobrazují snímky různých značek cigaret. Otázkou je, zda lze tyto snímky považovat za zobrazení ve smyslu čl. 8 odst. 8 uvedené směrnice; v takovém případě by na nich musela být uvedena zdravotní varování, která na nich však uvedena nejsou.

¹ – Původní jazyk: angličtina.

² – Směrnice ze dne 3. dubna 2014 o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků a o zrušení směrnice 2001/37/ES (Úř. věst. 2014, L 127, s. 1, a oprava, Úř. věst. 2015, L 150, s. 24).

3. Projednávaná věc tedy poskytuje Soudnímu dvoru příležitost rozhodnout ve vztahu k automatu na prodej tabáku o rozsahu požadavku, že zdravotní varování stanovená ve směrnici 2014/40 musí být uvedena nejen na každém jednotkovém balení tabákového výrobku, ale také na zobrazení tohoto balení.

I. Právní rámec

A. Unijní právo

4. Článek 2 směrnice 2014/40 stanoví:

„Pro účely této směrnice se rozumí:

[...]

(40) „uváděním na trh“ poskytnutí výrobků, bez ohledu na jejich místo výroby, spotřebitelům, kteří se nacházejí v Unii, za úplaty či zdarma, a to i prostřednictvím prodeje na dálku; v případě přeshraničního prodeje na dálku se výrobek považuje za uvedený na trh ve členském státě, ve kterém se nachází spotřebitel;

[...]“

5. Článek 8 směrnice 2014/40 stanoví:

„1. Na každém jednotkovém balení tabákového výrobku a každém vnějším balení se uvedou zdravotní varování stanovené v této kapitole v úředním jazyce nebo jazycích členského státu, v němž je výrobek uveden na trh.

[...]

3. Členské státy zajistí, aby zdravotní varování na jednotkových baleních a jakýchkoliv vnějších baleních byla neodstranitelně vytištěná, nesmazatelná a plně viditelná a aby použitím daňového značení, cenovky, bezpečnostních prvků, balení, kapsy, krabice nebo jiného prostředku nedošlo při uvádění tabákových výrobků na trh k částečnému nebo úplnému zakrytí nebo přerušení těchto varování. Na jednotkovém balení tabákových výrobků jiných než cigaret a tabáku k ručnímu balení cigaret prodávanému v sáčku lze zdravotní varování připevnit pomocí samolepek, které musí být neodstranitelné. Zdravotní varování nesmí být narušena otevřením jednotkového balení jiného než u balení s odklápěcím víčkem. U balení s odklápěcím víčkem může být zdravotní varování otevřením balení narušeno, avšak pouze způsobem, který zajistí grafickou integritu a viditelnost textu, fotografií a informací o odvykání kouření.

[...]

8. Zobrazení jednotkových balení a vnějších obalů, které jsou určeny spotřebitelům v Unii, musí splňovat ustanovení této kapitoly.“

B. Německé právo

6. Ustanovení § 11 Verordnung über Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse (nařízení o tabákových výrobcích a souvisejících výrobcích; dále jen „TabakerzV“), nadepsaný „Obecná ustanovení pro označování tabákových výrobků“, stanoví:

„1) Na vzhled a umístění zdravotních varování podle § 12 až 17 na obaly a vnější balení tabákových výrobků se vztahují tyto obecné požadavky: Zdravotní varování

[...]

4. nesmí být v době uvedení na trh, včetně nabídky k prodeji, částečně nebo úplně zakryta nebo přerušena; v případě obalů s odklápěcími víčky, u nichž jsou varování při otevírání balíčku rozdělena, to lze provést pouze způsobem, který zajišťuje grafickou integritu a čitelnost,

[...]

2) Vyobrazení balení a vnějších obalů určené k propagačním činnostem zaměřeným na spotřebitele v Evropské unii musí splňovat požadavky tohoto pododdílu“³.

II. Skutkové okolnosti sporu v původním řízení a předběžné otázky

7. JS provozuje dva supermarkety v Mnichově (Německo). Na pokladnách těchto supermarketů nabízel od 20. května 2017 prodej cigaret v níže vyobrazeném výdejním automatu (dále jen „dotyčný automat“):

³ – „Pododdílem“ uvedeným v § 11 odst. 2 TabakerzV je pododdíl 3 tohoto zákona, který se týká obalů a varování.



8. Jednotková balení cigaret umístěná v dotyčném automatu zákazník neviděl. Z tlačítek pro výběr zboží umístěných na tomto automatu sice bylo možno rozpoznat různé značky cigaret, tlačítka však nezobrazovala zákonem předepsaná zdravotní varování.

9. Prodej probíhal tak, že zákazník nejprve požádal personál pokladny o odblokování automatu a pak stiskl tlačítko požadované značky cigaret. Výdejní zařízení automatu následně dopravilo jednotkové balení cigaret na pokladní pás. Jednotkové balení cigaret pak bylo zapláceno u pokladny, pokud zákazník úmysl týkající se nákupu nezměnil. Tento způsob prodeje prostřednictvím výdejního automatu sloužil k zamezení krádeží a k zabránění prodeje nezletilým.

10. Pro Rauchfrei e.V., neziskové sdružení, podalo žalobu k Landgericht München I (zemský soud v Mnichově I, Německo), jejímž cílem bylo zejména zakázat, pod hrozbou pokuty, společnosti JS nabízet k prodeji tabákové výrobky, zejména cigarety, způsobem, kdy jsou zdravotní varování zobrazená na jednotkových baleních nebo na jejich vnějším obalu zakrytá, jak je popsáno v bodech 8 a 9 výše. Podpůrně sdružení Pro Rauchfrei požadovalo, aby bylo společnosti JS pod hrozbou pokuty zakázáno nabízet k prodeji tabákové výrobky, zejména cigarety, takovým způsobem, kdy jsou namísto jednotkových balení se zdravotními varováními zobrazeny obrázky jednotkových balení bez takových varování, jak je popsáno ve stejných bodech.

11. Rozsudkem ze dne 5. července 2018 Landgericht München I (zemský soud v Mnichově I) žalobu zamítl.

12. Rozsudkem ze dne 25. července 2019 Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově, Německo) zamítl opravný prostředek podaný sdružením Pro Rauchfrei proti rozsudku Landgericht München I (zemský soud v Mnichově I).

13. Sdružení Pro Rauchfrei podalo proti rozsudku Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově) opravný prostředek „Revision“ k Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr).

14. Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) má za to, že úspěch opravného prostředku „Revision“ závisí na výkladu první věty čl. 8 odst. 3 a na výkladu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40. Přerušil tedy řízení a předložil Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:

- „1) Zahrnuje pojem ‚uvádění na trh‘ ve smyslu čl. 8 odst. 3 první věty [směrnice 2014/40] nabízení tabákových výrobků prostřednictvím výdejních automatů takovým způsobem, že jednotková balení cigaret v nich umístěná sice vykazují zákonem předepsaná varování, tato jednotková balení jsou však ve výdejním automatu uložena tak, že je spotřebitel nejprve nevidí a varování nacházející se na těchto baleních jsou viditelná až poté, co zákazník stiskne tlačítko automatu po jeho odblokování personálem pokladny a jednotkové balení cigaret je tímto způsobem ještě před zaplacením uvolněno na pokladní pás?
- 2) Zahrnuje zákaz zakrývat varování použitím ‚jiného prostředku‘, který stanoví čl. 8 odst. 3 první věta [směrnice 2014/40], také případ, kdy v rámci prezentace zboží automat zakrývá celé jednotkové balení tabáku?
- 3) Je znak ‚zobrazení jednotkových balení‘ v čl. 8 odst. 8 [směrnice 2014/40] naplněn také v případě, kdy zobrazení sice není věrným vyobrazením originálního jednotkového balení, spotřebitel si však toto zobrazení vzhledem k jeho konturám, proporcím, barvám a logu značky spojuje s jednotkovým balením tabáku?
- 4) Jsou požadavky čl. 8 odst. 8 [směrnice 2014/40] nezávisle na použitém zobrazení splněny již tehdy, když má spotřebitel před uzavřením kupní smlouvy možnost prohlédnout si jednotkové balení cigaret s předepsanými varováními?“

15. JS a Komise předložili písemná vyjádření. V projednávané věci se nekonalo jednání.

III. Analýza

A. K první otázce

16. Podstatou první otázky předkládajícího soudu Soudnímu dvoru je, zda pojem „uvádění na trh“ ve smyslu čl. 8 odst. 3 první věty směrnice 2014/40 zahrnuje prezentaci cigaretových balíčků prostřednictvím prodejního automatu takovým způsobem, že tyto balíčky jsou původně skladovány v automatu, aniž by byly pro spotřebitele viditelné, takže zdravotní varování na nich uvedená jsou viditelná až poté, co zákazník automat obslouží a balíček je vydán na pokladní pás před procesem platby.

17. Jak bylo uvedeno výše v bodě 1, na každém jednotkovém balení tabákového výrobku a jakémkoli vnějším obalu musí podle čl. 8 odst. 1 směrnice 2014/40 uvedena zdravotní varování stanovená v hlavě II kapitole II uvedené směrnice (dále jen „požadovaná zdravotní varování“). Článek 8 odst. 3 uvedené směrnice mimo jiné stanovuje, že tato varování nelze částečně nebo úplně zakrýt nebo přerušit určitými prostředky.

18. Poznamenávám, že jak povinnost uvádět požadovaná zdravotní varování, tak zákaz jejich přerušení nebo zakrytí se podle čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 vztahují pouze na „uvádění tabákových výrobků na trh“⁴. Pojem „uvádění na trh“ je definován v čl. 2 bodě 40 směrnice 2014/40 takto: „poskytnutí výrobků, bez ohledu na jejich místo výroby, spotřebitelům, kteří se nacházejí v Unii, za úplaty či zdarma, a to i prostřednictvím prodeje na dálku[...]“

19. Podstatou první otázky předkládajícího soudu tedy je, zda v projednávaném případě musí být balíček cigaret považován za uvedený na trh: i) když je nabízen k prodeji prostřednictvím dotyčného automatu, tj. před rozhodnutím o koupi; nebo ii) v době, kdy skutečná fyzická kontrola nad tímto balíčkem po procesu platby přechází z prodávajícího na spotřebitele.

20. Rád bych zdůraznil, že podle předkládacího rozhodnutí dospěl Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově) k názoru, že nabídka balíčku cigaret k prodeji prostřednictvím prodejního automatu nespadá do oblasti působnosti směrnice 2014/40, jelikož taková prezentace představuje „úpravu prodeje“, která podle bodu 48 odůvodnění uvedené směrnice není touto směrnicí harmonizována⁵. Než tedy provedu analýzu první předběžné otázky, považuji za nutné přezkoumat použitelnost směrnice 2014/40 na projednávaný případ.

1. K použitelnosti směrnice 2014/40 v projednávané věci

21. Na rozdíl od Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově) se předkládající soud podle všeho přiklání k názoru, že směrnice 2014/40 je použitelná. Předkládající soud zejména konstatuje, že ačkoli bod 48 odůvodnění směrnice 2014/40 uvádí, že neharmonizuje pravidla „reklamy na vnitrostátní úrovni“, bod 43 odůvodnění a čl. 20 odst. 5 uvedené směrnice stanovují pravidla týkající se reklamy na elektronické cigarety. Předkládající soud rovněž podotýká, že podle bodu 60 odůvodnění a názvu směrnice 2014/40 tato směrnice harmonizuje pravidla týkající se mimo jiné „prezentace“ tabákových výrobků, což lze chápat tak, že zahrnuje rovněž okolnosti jejich prezentace.

22. V tomto ohledu JS tvrdí, že i) bod 48 odůvodnění směrnice 2014/40 se vztahuje nejen na elektronické cigarety, ale také na tabákové výrobky; ii) prodej balíčků cigaret prostřednictvím prodejního automatu představuje úpravu prodeje ve smyslu uvedeného bodu odůvodnění; a iii) prodej balíčků cigaret prostřednictvím prodejního automatu tedy nespadá do oblasti působnosti uvedené směrnice.

23. Komise zastává opačný názor. Tvrdí, že zatímco úpravy prodeje, jako je prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejního automatu, spadají podle bodu 48 odůvodnění směrnice 2014/40 do pravomoci členských států, zdravotní varování, která mají být umístěna na tabákové výrobky, spadají do oblasti působnosti této směrnice, která je plně harmonizuje. Komise zejména zdůrazňuje, že Evropská unie má pravomoc sblížit vnitrostátní pravidla, která obcházejí opatření, jejichž předmětem je fungování vnitřního trhu, jako jsou ustanovení směrnice 2014/40 týkající se označování⁶.

24. Domnívám se, že směrnice 2014/40 je na projednávanou věc použitelná.

⁴ – „[V] němž je výrobek uveden na trh“, podle čl. 8 odst. 1 směrnice 2014/40.

⁵ – Podle předkládacího rozhodnutí „[Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově)] shledal, že skladování jednotkových balení cigaret v dotyčném automatu je pouhou úpravou prodeje. Podle výše uvedeného soudu z bodu 48 odůvodnění směrnice 2014/40 vyplývá, že cíl této směrnice sblížit vnitrostátní pravidla se nevztahuje na úpravy prodeje a reklamu. Příslušná ustanovení této směrnice se tedy nepoužijí na nabídku cigaret k prodeji prostřednictvím automatických výdejních automatů, která je sporná v projednávané věci“.

⁶ – Komise se dovolává rozsudku ze dne 5. října 2000, Německo v. Parlament a Rada (C-376/98, EU:C:2000:544, bod 100).

25. První věta bodu 48 odůvodnění směrnice 2014/40 stanoví, že „[t]ato směrnice [...] neharmonizuje pravidla pro nekuřácká prostředí ani pro *úpravy prodeje či reklamy na vnitrostátní úrovni* či rozšiřování značky, ani nezavádí věkovou hranici pro elektronické cigarety či náhradní náplně“⁷.

26. Podle mého názoru se první věta bodu 48 odůvodnění směrnice 2014/40 vztahuje pouze na elektronické cigarety a náhradní náplně, nikoli na tabákové výrobky, jako jsou cigarety⁸. Důvodem je, že zaprvé tato věta výslovně odkazuje na „elektronické cigarety nebo náhradní náplně“. Zadruhé předchozí body odůvodnění – tj. body 36 až 47 odůvodnění – všechny odkazují na elektronické cigarety nebo kapalinu obsahující nikotin⁹, a nezmiňují tabákové výrobky. Zatřetí tento výklad potvrzují *travaux préparatoires* (přípravné práce) na směrnici 2014/40. Dokument vypracovaný předsednictvím Rady Evropské unie¹⁰ naznačuje, že body a) až m) odůvodnění – které odpovídají bodům 36 až 48 odůvodnění směrnice 2014/40 – jsou „body odůvodnění souvisejícími s článkem 18“ – nyní článkem 20 směrnice 2014/40 nadepsaným „Elektronické cigarety“. Zejména bod l) odůvodnění je téměř totožný s bodem 48 odůvodnění směrnice 2014/40.

27. Bez ohledu na to, zda se první věta bodu 48 odůvodnění směrnice 2014/40 vztahuje na tabákové výrobky, či nikoli, však nelze podle mého názoru tuto směrnici považovat za harmonizaci vnitrostátních pravidel pro prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejních automatů nebo vnitrostátních pravidel pro reklamu na tyto výrobky na prodejních automatech na tabák.

28. Směrnice 2014/40 zaprvé neharmonizuje vnitrostátní pravidla pro prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejních automatů. Článek 1 směrnice 2014/40, který vyjmenovává předmět této směrnice, totiž neobsahuje žádný odkaz na prodej prostřednictvím prodejních automatů ani na jakékoli úpravy prodeje¹¹. Zákaz nebo omezení prodeje prostřednictvím prodejních automatů byly navíc při posouzení dopadů směrnice 2014/40 zvažovány a poté vyřazeny¹². A konečně prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejních automatů spadá do oblasti působnosti doporučení Rady 2003/54/ES¹³, které se podle bodu 16 odůvodnění uvedeného doporučení zabývá „jinými“ druhy reklamních, marketingových a propagačních postupů než těmi, na které se

⁷ – Kurzivou zvýraznil autor stanoviska.

⁸ – Pro úplnost bych chtěl upřesnit, že elektronické cigarety nejsou tabákové výrobky. Podle čl. 2 bodu 4 směrnice 2014/40 musí tabákové výrobky „obsah[ovat], byť částečně, tabák“. To neplatí pro elektronické cigarety, které, jak uvádí čl. 2 bod 16, jsou používány „pro užívání výparů obsahujících nikotin“. Elektronické cigarety se nepoužívají pro užívání tabáku ve smyslu čl. 2 bodu 1, což jsou „listy a jiné přírodní, zpracované nebo nezpracované části rostlin tabáku“ (viz také rozsudek ze dne 4. května 2016, *Pillbox* 38, C-477/14, EU:C:2016:324, body 37 a 38).

⁹ – Avšak s výjimkou bodů 42 a 45 odůvodnění. Bod 42 odůvodnění nicméně používá výraz „těchto výrobků“, což lze chápat pouze jako odkaz na výrobky popsané v předchozím bodě odůvodnění, konkrétně na elektronické cigarety. Kromě toho odkaz v bodě 45 odůvodnění na „možné nepříznivé účinky“ na lidské zdraví odpovídá čl. 20 odst. 9, který se vztahuje pouze na elektronické cigarety, a odkaz ve stejném bodě odůvodnění na „ochrannou doložku“ odpovídá čl. 20 odst. 11 použitelnému pouze na elektronické cigarety.

¹⁰ – Viz dokument Rady č. 17727/13 PŘÍLOHA ze dne 17. prosince 2013 (na str. 15).

¹¹ – S výjimkou „přeshraničního prodeje tabákových výrobků na dálku“ v čl. 1 písm. d) – což právě nejsou „vnitrostátní“ úpravy, která podle první věty bodu odůvodnění 48 směrnice 2014/40 nespádají do oblasti působnosti této směrnice.

¹² – Posouzení dopadu ze dne 19. prosince 2012, které vypracovala Komise a které je připojeno k návrhu směrnice Evropského parlamentu a Rady o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků [SWD(2012)452 final] (dále jen „posouzení dopadu směrnice 2014/40“). Podle oddílu 4.1 části 1 posouzení dopadů směrnice 2014/40 bylo „sblížování právních předpisů členských států týkajících se prodejních automatů na tabák při hodnocení dopadu a veřejné konzultaci vyřazeno. Tato oblast politiky byla vyřazena z důvodu obav o subsidiaritu a s přihlédnutím k již tak dobrému pokroku v této oblasti“ (s. 50). Viz také studie vypracovaná institutem RAND Europe ze září 2010 nazvaná „Posouzení dopadů revize směrnice o tabákových výrobcích“ (dále jen „studie RAND“). Podle studie RAND tři z pěti možností zvažovaných Komisí obsahovaly opatření týkající se prodejních automatů na tabák: Možnost 3 zahrnovala opatření k „zneprůstřednění prodejních automatů nezletilým osobám“, zatímco možnosti 4 a 5 uvažovaly o úplném „zákazu prodejních automatů“ (viz str. 189, 219, 227 a 235). Studie RAND je k dispozici na webových stránkách Evropské komise.

¹³ – Doporučení 2003/54/ES ze dne 2. prosince 2002 o prevenci kouření a o iniciativách na zlepšení kontroly tabáku (Úř. věst. 2003, L 22, s. 31).

vztahuje mimo jiné směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES¹⁴ (nyní zrušená a nahrazená směrnicí 2014/40). V tomto ohledu je třeba odkázat na bod 1 písm. c) doporučení 2003/54, podle kterého se členským státům doporučuje buď „omezit přístup k prodejním automatům na tabák na místa přístupná osobám starším, než je věk stanovený pro nákup tabákových výrobků ve vnitrostátním právu“, nebo pokud taková věková hranice neexistuje, „jinak upravit přístup k výrobkům prodávaným prostřednictvím těchto automatů“.

29. Zadruhé směrnice 2014/40 neharmonizuje vnitrostátní pravidla týkající se reklamy na tabákové výrobky na automatech na tabák. Článek 1 směrnice 2014/40, který vyjmenovává předmět této směrnice, totiž neobsahuje žádný odkaz na reklamu na prodejních automatech ani na reklamu na tabákové výrobky bez ohledu na její médium. Kromě toho reklama na tabákové výrobky na prodejních automatech na tabák spadá do oblasti působnosti doporučení 2003/54, které, jak je vysvětleno v bodě 28 výše, se zabývá druhy reklamních, marketingových a propagačních postupů, na které se směrnice 2014/40 nevztahuje. V tomto ohledu je třeba odkázat na bod 2 písm. d) doporučení 2003/54, podle kterého se členským státům doporučuje „zakázat v souladu s vnitrostátními ústavami nebo ústavními zásadami“, „používání [...] vnitřních nebo venkovních reklamních technik (například reklama na prodejních automatech na tabák)“¹⁵.

30. Přestože směrnice 2014/40 neharmonizuje vnitrostátní pravidla pro prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejních automatů nebo reklamu na těchto automatech, nevyplyvá z toho, že je tato směrnice v projednávané věci nepoužitelná.

31. Zaprvé otázkou před Soudním dvorem není, zda mohou být tabákové výrobky prodávány prostřednictvím prodejních automatů (nebo zda může být prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejních automatů omezen na osoby starší zákonného věku pro nákup těchto výrobků). Otázkou je, zda tam, *kde, jako je tomu podle všeho v Německu, vnitrostátní právní předpisy umožňují prodej tabákových výrobků prostřednictvím prodejního automatu*, může takový automat na straně jedné zcela zakrývat požadovaná zdravotní varování na tabákových výrobcích uvnitř a na straně druhé na svých tlačítkách pro výběr zboží zobrazovat takové výrobky bez těchto varování. Tato otázka spadá do oblasti působnosti směrnice 2014/40, jelikož jedním z cílů této směrnice je podle čl. 1 písm. b) uvedené směrnice sblížení vnitrostátních pravidel týkajících se „některých aspektů označování a balení tabákových výrobků včetně zdravotních varování“. Nic nenasvědčuje tomu, že harmonizace příslušných „aspektů“ označování a balení tabákových výrobků je omezena na jejich prodej konkrétními prostředky.

32. Zadruhé otázkou před Soudním dvorem není, zda je či není povolena reklama na tabák. Zejména nejde o to, zda na prodejních automatech může či nemůže být uvedena reklama na tabák. Otázkou je, zda tam, *kde, jako je tomu podle všeho v Německu, je reklama na tabák na prodejních automatech povolena*, musí být zobrazení značek cigaret na tlačítkách pro výběr produktu prodejního automatu doprovázena požadovanými zdravotními varováními. Tato otázka spadá do oblasti působnosti směrnice 2014/40, jelikož jedním z cílů této směrnice je podle čl. 1 písm. b) uvedené směrnice sblížení vnitrostátních pravidel o zdravotních varováních, která musí být uvedena na jednotkových baleních tabákových výrobků a podle čl. 8 odst. 8 na zobrazeních těchto jednotkových balení.

¹⁴ – Směrnice ze dne 5. června 2001 o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků (Úř. věst. 2001, L 194, s. 26). Směrnice 2001/37 je uvedena v bodě 9 odůvodnění doporučení 2003/54.

¹⁵ – Je třeba rovněž odkázat na bod 14 odůvodnění doporučení 2003/54, podle kterého by na prodejních automatech „neměla být uvedena jiná reklama, než je nezbytně nutné pro označení prodávaných produktů“.

33. Dospěl jsem k závěru, že směrnice 2014/40 je v projednávané věci použitelná, navzdory argumentů JS.

2. K otázce, zda prezentace tabákových výrobků prostřednictvím dotčeného prodejního automatu představuje uvedení na trh

34. Jak bylo uvedeno v bodě 19 výše, podstatou otázky předkládajícího soudu je, zda v projednávaném případě musí být balíček cigaret považován za uvedený na trh, když je nabízen k prodeji prostřednictvím dotčeného automatu, nebo až v době, kdy skutečná fyzická kontrola nad tímto balíčkem přechází z prodávajícího na spotřebitele po procesu platby.

35. JS tvrdí, že bez ohledu na to, zda se na projednávaný případ použije směrnice 2014/40, skladování tabákových výrobků v dotčeném automatu nemůže představovat uvedení na trh.

36. Komise tvrdí, že s ohledem na posouzení třetí a čtvrté předběžné otázky není třeba se touto otázkou zabývat. Komise však tvrdí, že pokud by Soudní dvůr nesouhlasil s výkladem čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 navrhovaným Komisí, bylo by nutné, aby konstatoval, že balíček cigaret je každopádně uveden na trh ve chvíli, kdy je vydán na pokladní pás. O tom, zda byl tento balíček uveden na trh již v dřívější fázi, musí rozhodnout předkládající soud.

37. Domnívám se, že balíček cigaret je uveden na trh v době, kdy je nabízen k prodeji prostřednictvím dotčeného automatu.

38. Článek 2 bod 40 směrnice 2014/40 stanoví širokou definici pojmu „uvádění na trh“ tabákových výrobků. K tomu, aby byl výrobek považován za uvedený na trh, stačí, aby byl poskytnut spotřebitelům v Unii (tím je vyloučen velkoobchod).

39. Zejména vzhledem k tomu, že v čl. 2 bodě 40 směrnice 2014/40 neexistuje žádná výhrada, pokud jde o způsob, jakým je výrobek poskytnut spotřebitelům, musí být takový způsob považován za irelevantní. Pokud je tedy tabákový výrobek poskytován spotřebitelům prostřednictvím prodejního automatu, je ve smyslu uvedeného ustanovení uváděn na trh. V tomto ohledu nezáleží na tom, že se Evropský parlament neřídil návrhem svého Výboru pro právní záležitosti na změnu čl. 2 bodu 40 v tom smyslu, že „uvádění na trh“ by znamenalo „poskytnutí výrobků, bez ohledu na jejich místo výroby, spotřebitelům, kteří se nacházejí v Unii, za úplaty či zdarma, a to i prostřednictvím prodeje na dálku *nebo prostřednictvím prodejních automatů* [...]“¹⁶. Jedním z důvodů, proč nebyl tento návrh přijat, může být totiž to, že jej lze chápat tak, že předpokládá, že prodej tabákových výrobků v prodejních automatech je povolen, přičemž, jak je vysvětleno v bodě 28 výše, tato otázka nespadá do oblasti působnosti směrnice 2014/40.

40. Podle čl. 2 bodu 40 směrnice 2014/40 se navíc výrobek považuje za uvedený na trh, pokud je spotřebitelům poskytován „za úplatu či zdarma“. Tabákové výrobky poskytované spotřebitelům zdarma jsou tedy uváděny na trh ve smyslu tohoto ustanovení (samozřejmě tam, kde je bezplatná distribuce tabákových výrobků povolena, což je pouze v případě, kdy k ní nedojde v souvislosti se sponzorováním akcí nebo činností, které mají přeshraniční účinky a jejichž přímým nebo

¹⁶ – Viz stanovisko Výboru pro právní záležitosti ze dne 25. června 2013 ve zprávě Evropského parlamentu k návrhu směrnice Evropského parlamentu a Rady o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků ze dne 24. července 2013 (Změna 22 na s. 273).

nepřímým účinkem je propagace těchto výrobků)¹⁷. Jinými slovy, není nutné, aby byly tabákové výrobky poskytovány formou prodeje. Postačuje, aby byly poskytnuty k užívání. Z toho vyplývá, že pokud jsou tabákové výrobky poskytovány formou prodeje, musí být považovány za uvedené na trh ještě před jejich zakoupením a zaplacením.

41. V projednávané věci z výše uvedených bodů 39 a 40 vyplývá, že balíček cigaret je uveden na trh, jakmile je nabídnut k prodeji v dotyčném automatu, nikoli až ve chvíli, kdy je tento balíček zaplacen a skutečná fyzická kontrola nad tímto balíčkem přechází z prodávajícího na spotřebitele.

42. Odpověď na první položenou otázku by proto měla být taková, že pokud je tabákový výrobek nabízen k prodeji prostřednictvím prodejního automatu, který musí být obsloužen zákazníkem, aby byl výrobek vydán na pokladní pás, než proběhne platba za dané zboží, tento výrobek musí být považován za uvedený na trh ve smyslu čl. 2 bodu 40 směrnice 2014/40 v okamžiku, kdy je nabídnut k prodeji prostřednictvím tohoto prodejního automatu, nikoli až v okamžiku, kdy je zaplacen a skutečná fyzická kontrola nad tímto výrobkem přechází z prodávajícího na spotřebitele.

B. K druhé předběžné otázce

43. Podstatou druhé otázky předkládajícího soudu Soudnímu dvoru je, zda zákaz zakrývání požadovaných zdravotních varování použitím „jiného prostředku“ stanovený v první větě čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 zahrnuje situace, kdy je celé balení nesoucí tato varování zakryté, protože balíček cigaret není viditelný, když se nachází uvnitř automatu.

44. První věta čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 účinně zakazuje, aby při uvádění tabákového výrobku na trh docházelo k „částečnému nebo úplnému zakrytí nebo přerušení“ zdravotních varování na jednotkových baleních a jakýchkoliv vnějších baleních „použitím daňového značení, cenovky, bezpečnostních prvků, balení, kapsy, krabice *nebo jiného prostředku*“¹⁸.

45. V tomto ohledu JS tvrdí, že pokud jsou požadovaná zdravotní varování uvedená na jednotkovém balení zakrytá, protože toto balení není viditelné, když se nachází uvnitř prodejního automatu, nedochází k porušení čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40. Automat není „prostředkem“, který zakrývá požadovaná zdravotní varování ve smyslu tohoto ustanovení. Takovými „prostředky“ mohou být pouze předměty, které narušují integritu požadovaných zdravotních varování, nikoli předměty používané k prodeji tabákových výrobků.

46. Komise tvrdí, že s ohledem na posouzení třetí a čtvrté předběžné otázky není třeba se druhou otázkou zabývat. Komise však uvádí, že pokud by Soudní dvůr nesouhlasil s výkladem čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40, který Komise navrhuje, bylo by nutné, aby konstatoval, že dotyčný automat nelze považovat za „prostředek“ zakrývající požadovaná zdravotní varování ve smyslu čl. 8 odst. 3 uvedené směrnice. Podle názoru Komise není důvod vykládat toto ustanovení široce v tom smyslu, že čl. 8 odst. 3 je porušen pouze z důvodu skutečnosti, že tabákové výrobky prodávané v maloobchodních prostorách nejsou v těchto prostorách vystaveny. Účinnost požadovaných zdravotních varování lze zajistit jinými prostředky, například zajištěním souladu tlačítek pro výběr produktů s čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40.

¹⁷ – Podle čl. 5 odst. 2 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/33/ES ze dne 26. května 2003 o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se reklamy na tabákové výrobky a sponzorství souvisejícího s tabákovými výrobky (Úř. věst. 2003, L 152, s. 16).

¹⁸ – Kurzivou zvýraznil autor stanoviska.

47. Domnívám se, že zákaz zakrývání požadovaných zdravotních varování „jinými prostředky“ stanovený v první větě čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 se nevztahuje na případ, kdy je celé balení tabákových výrobků zakryto, když se tyto výrobky nachází uvnitř automatu.

48. První věta čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 zaprvé uvádí, že *požadovaná zdravotní varování* na jednotkových baleních tabákových výrobků a jakýchkoli vnějších obalech nesmí být částečně nebo úplně zakryta. Výše uvedená věta neuvádí, že *jednotková balení* nesoucí tato varování nesmí být v maloobchodních prodejnách zakryta (aby byla zajištěna úplná viditelnost varování)¹⁹.

49. Zadruhé, první věta čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 se v rozsahu, v němž stanovuje, že požadovaná zdravotní varování musí být „neodstranitelně vytištěná“, „nesmazatelná“ a nesmí být „částečně“ „zakryta nebo přerušena“, snaží zajistit, aby nebyla narušena integrita požadovaných zdravotních varování. Skladování jednotkových balení nesoucích tato varování uvnitř prodejního automatu nemá žádný vliv na integritu varování.

50. Zatřetí, první věta čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 jednoduše nezakazuje zakrytí požadovaných zdravotních varování. Tato věta totiž stanovuje, že tato varování nesmí být zakryta určitými prostředky, konkrétně použitím „daňového značení, cenovky, bezpečnostních prvků, balení, kapsy, krabice *nebo jiného prostředku*“²⁰. Je zřejmé, že automat není žádnou jednoduchou „krabicí“, natož balením nebo kapsou. Podle mého názoru jej nelze ani považovat za předmět spadající do oblasti působnosti zákazu stanoveného v první větě čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 na základě odkazu na „jiné prostředky“ zakrývající požadovaná zdravotní varování. Skutečnost, že toto ustanovení nedefinuje tyto „jiné prostředky“, neznamená, že do oblasti působnosti zákazu spadá *cokoliv*, co zakrývá varování. Položky uvedené jako příklady spíše naznačují, že „jiné prostředky“ musí být buď připevněny na obal dotyčného tabákového výrobku (jako jsou daňová značení, cenovky a bezpečnostní prvky), nebo musí být samy o sobě obalem (nebo jeho prvkem), včetně „vnějšího balení“ ve smyslu čl. 2 bodu 29 směrnice 2014/40 (jako balení, kapsy a krabice). To neplatí pro prodejní automat, který nelze považovat za obal, protože jeho účelem (na rozdíl od obalů, kapes a krabic) není uzavřít nebo skladovat jedno nebo více jednotkových balení tabákových výrobků, ale nabízet tyto výrobky k prodeji.

51. Začtvrté, výklad první věty čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 navrhovaný v bodě 47 výše je v souladu s mezinárodním právem. Měl bych zmínit, že Evropská unie a její členské státy jsou smluvními stranami Rámcové úmluvy Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku podepsané v Ženevě dne 21. května 2003 (dále jen „rámcová úmluva“), jejíž ustanovení jsou pro ně závazná²¹. Článek 11 odst. 1 rámcové úmluvy stanovuje, že každá smluvní strana uvedené úmluvy „přijme a zavede účinná opatření, aby zajistila, že: [...] b) každá jednotlivá krabička nebo balíček tabákových výrobků a jakékoliv vnější balení a značení takových výrobků nese zdravotní varování, popisující zdraví škodlivé následky užívání tabáku [...]“. Měl bych také zmínit, že smluvní strany rámcové úmluvy přijaly soubor pokynů k provádění této úmluvy, které i když nejsou závazné, mají nicméně mít rozhodující vliv na obsah pravidel přijatých Evropskou unií v posuzované oblasti²². Odstavec 10 pokynů k provádění článku 11 Rámcové úmluvy Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku (dále jen „pokyny k provádění článku 11 rámcové úmluvy“) stanovuje, že „smluvní strany by měly zajistit, aby zdravotní varování [...] nebyla zakryta jinými

¹⁹ – Ve skutečnosti byl v přípravných pracích ke směrnici 2014/40 zvažován (a poté opuštěn) opačný přístup – tj. zavedení omezení nebo úplného zákazu vystavování tabákových výrobků na prodejních místech. V tomto ohledu viz oddíl 4.1 části 1 posouzení dopadů směrnice 2014/40 (na str. 50) a studie RAND (na str. 227 a 233).

²⁰ – Kurzivou zvýraznil autor stanoviska.

²¹ – Viz bod 7 odůvodnění směrnice 2014/40. Viz rovněž článek 1 této směrnice, který stanovuje, že cílem směrnice je „aby byly splněny povinnosti Unie podle [rámcové úmluvy]“ (kurzivou zvýraznil autor stanoviska).

²² – Rozsudek ze dne 4. května 2016, Polsko v. Parlament a Rada (C-358/14, EU:C:2016:323, bod 47).

požadovanými označeními na obalech a štítcích nebo vloženými a připojenými letáky“ nebo „jinými označeními, jako jsou daňová značení a označení podle požadavků článku 15 Úmluvy“. Podle odstavce 10 pokynů k provádění článku 11 rámcové úmluvy jsou tedy jedinými prvky, které by neměly zakrývat zdravotní varování, i) „jiná požadovaná označení na obalech a štítcích“²³, včetně označení požadovaných v článku 15 rámcové úmluvy²⁴; a ii) „vložené a připojené letáky“²⁵. Je zřejmé, že prodejní automat nespadá do žádné z těchto kategorií. Odstavec 54 těchto pokynů rovněž stanovuje, že „smluvní strany by měly zajistit, aby adhesivní štítky, samolepky, pouzdra, obaly, rukávy, balení a propagační vložené a připojené letáky výrobců tabáku nezakrývaly, nesmazávaly ani neoslabovaly zdravotní varování“. Ani jeden z těchto výrazů opět nelze použít k označení prodejního automatu. Všechny předměty, které by podle odstavců 10 a 54 pokynů k provádění článku 11 rámcové úmluvy neměly zakrývat zdravotní varování, jsou předměty, které mohou být umístěny uvnitř jednotkového balení nebo připevněny na něj zvnějšku.

52. Odpověď na druhou položenou otázku by tedy měla být taková, že zákaz zakrytí požadovaných zdravotních varování použitím „jiného prostředku“ stanovený v první větě čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 se nevztahuje na případ, kdy je celý obal tabákového výrobku zakrytý, protože tento výrobek je skladován v prodejním automatu takovým způsobem, že jej spotřebitel nevidí.

C. Ke třetí předběžné otázce

53. Podstatou třetí otázky předkládajícího soudu Soudnímu dvoru je, zda zobrazení, které není věrným vyobrazením původního obalu, ale které si spotřebitel spojuje s obalem cigaret z důvodu jeho tvaru, proporcí, barvy a loga značky představuje „zobrazení jednotkového balení“ ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40.

54. Podle společnosti JS je třeba na třetí otázku odpovědět záporně. Podle jejího názoru otázka, zda lze zobrazení značek cigaret na tlačítkách pro výběr zboží dotyčného automatu považovat za zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40, nespadá do působnosti této směrnice vzhledem k tomu, že podle bodu 48 odůvodnění této směrnice neharmonizuje vnitrostátní pravidla pro reklamu na vnitrostátní úrovni. V každém případě tato zobrazení značek cigaret nepředstavují zobrazení balení cigaret ve smyslu čl. 8 odst. 8. Spíše jsou součástí procesu prodeje, protože umožňují spotřebitelům zvolit si značku cigaret, kterou si chtějí koupit.

55. Komise naopak tvrdí, že na třetí otázku je třeba odpovědět kladně. Podle jejího názoru je třeba pojem zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 vykládat široce v tom smyslu, že zahrnuje jakékoli vyobrazení balíčku cigaret. To vyplývá z použití anglického a francouzského výrazu „image“; z požadavku, že jako u označování potravin musí být spotřebiteli poskytnuty informace nezbytné k tomu, aby se mohl rozhodnout při plné znalosti věci, a měl by být chráněn před zavádějícími tvrzeními; z cíle zajistit vysokou úroveň ochrany lidského zdraví v souladu s čl. 168 odst. 1 SFEU; a ze skutečnosti, že v opačném případě by spotřebitel viděl požadovaná zdravotní varování až po výdeji cigaretového balíčku na pokladní pás.

²³ – Jmenovitě „informace o příslušných složkách a emisích tabákových výrobků“, které by měly být uvedeny na každém jednotkovém balení a vnějším obalu tabákových výrobků (viz čl. 11 odst. 2 rámcové úmluvy).

²⁴ – Účelem označení požadovaných v článku 15 rámcové úmluvy je vyloučit nezákonný obchod s tabákovými výrobky. Jejich ekvivalenty podle směrnice 2014/40 jsou jedinečný identifikátor a bezpečnostní prvky stanovené v člancích 15 a 16 uvedené směrnice.

²⁵ – Měl bych upřesnit, že odstavec 6 pokynů k provádění článku 11 rámcové úmluvy definuje „připojený leták“ jako „jakékoli sdělení připojené na vnější stranu jednotlivého balení nebo kartonu zakoupeného spotřebiteli v maloobchodě [...]“

56. Domnívám se, že zobrazení značek cigaret, která nejsou věrným vyobrazením jednotkových balení, ale které si průměrný spotřebitel spojuje s obalem tabáku na základě jejich designu, je třeba považovat za zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40.

57. Jak bylo uvedeno v bodě 2 výše, čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 stanovuje, že „zobrazení jednotkových balení a vnějších obalů, které jsou určeny spotřebitelům“ musí být v souladu s ustanoveními hlavy II kapitoly II uvedené směrnice, tj. musí na nich být zejména uvedena požadovaná zdravotní varování. Pojem zobrazení jednotkových balení a vnějších obalů však není definován v čl. 8 odst. 8 ani v jiných ustanoveních směrnice.

58. Na základě judikatury je třeba význam a dosah pojmů, které unijní právo nijak nedefinuje, určit podle jejich obvyklého významu v běžném jazyce s přihlédnutím ke kontextu, ve kterém jsou použity, a cílům, které sleduje právní úprava, jejíž jsou součástí²⁶.

59. Zprv ve svém obvyklém smyslu pojem „zobrazení“ zahrnuje nejen vyobrazení nebo podobu osoby nebo věci, ale také reprodukci nebo napodobování formy osoby nebo věci. To naznačuje, že pojem zobrazení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 zahrnuje mimo jiné věrná vyobrazení jednotkových balení nebo vnějších obalů tabákových výrobků, a zejména, že se tento pojem neomezuje pouze na fotografie. To platí nejen o anglickém výrazu „image“, ale také o francouzském výrazu „image“, o italském výrazu „illustrazione“ a o německém výrazu „Bild“ použitých v těchto jazykových verzích čl. 8 odst. 8.

60. Zadruhé čl. 10 odst. 1 písm. a) směrnice 2014/40, který stanovuje, že na každém jednotkovém balení a jakémkoli vnějším balení tabákových výrobků určených ke kouření musí být uvedeno kombinované zdravotní varování, popisuje toto varování jako varování sestávající z textového varování a „odpovídající barevné fotografie“. Článek 2 bod 33 této směrnice, který definuje kombinované zdravotní varování, používá výraz „fotografie nebo vyobrazení“. Při odkazu na fotografii tedy čl. 2 bod 33 a čl. 10 odst. 1 písm. a) nepoužívají výraz „zobrazení“, který používá čl. 8 odst. 8, ale jiný výraz („fotografie“ nebo „vyobrazení“). To naznačuje, že pojem „zobrazení“ ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 se neomezuje pouze na fotografie jednotkových balení. Totéž platí pro francouzskou verzi čl. 2 odst. 33 a čl. 10 odst. 1 písm. a), které používají výrazy „photo ou [...] illustration“ a „photographie“, nikoli výraz „image“ použitý v čl. 8 odst. 8; německé verze čl. 2 odst. 33 a čl. 10 odst. 1 písm. a), které používají výrazy „Fotografie oder Illustration“ a „Farbfotografie“, nikoli výraz „Bild“ použitý v čl. 8 odst. 8. O něco méně to platí pro italskou verzi čl. 2 odst. 33 a čl. 10 odst. 1 písm. a), které používají výrazy „fotografia o [...] illustrazione“ a „fotografia“, kde čl. 8 odst. 8 používá výraz „illustrazione“. Celkově se však zdá, že tyto různé jazykové verze čl. 2 odst. 33 a čl. 10 odst. 1 písm. a) používají jiný výraz (nebo výrazy), pokud odkazují přímo na fotografii.

61. Zatřetí, podle mého názoru široký výklad pojmu zobrazení jednotkových balení nebo jakéhokoli vnějšího obalu ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 v tom smyslu, že zahrnuje nejen věrná vyobrazení jednotkových balení, ale také zobrazení, která si spotřebitelé s tabákovými obaly spojují, je v souladu s cíli této směrnice, konkrétně s cílem článku 8 této směrnice.

²⁶ – Rozsudek ze dne 22. dubna 2021, Austrian Airlines (C-826/19, EU:C:2021:318, bod 22).

62. Podle judikatury má směrnice 2014/40 dvojí cíl, kterým je usnadnění hladkého fungování vnitřního trhu s tabákovými a souvisejícími výrobky, přičemž vychází z vysoké úrovně ochrany lidského zdraví, zejména u mladých lidí²⁷. Jak uvádí předkládající soud, zobrazení, které si spotřebitel spojuje s tabákovými obaly, může vyvolat nákupní impuls stejně jako věrné vyobrazení. Proti tomuto impulsu lze bojovat požadovanými zdravotními varováními. Široký výklad pojmu zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 v tom smyslu, že zahrnuje i zobrazení, která si spotřebitel s tabákovými obaly spojuje, by tedy umožňoval umístit tato varování na tato zobrazení, což by odrazovalo od nákupu tabákových výrobků a zvyšovalo ochranu lidského zdraví.

63. Pokud jde o cíl čl. 8 odst. 8, mám za to, že cílem tohoto ustanovení je zabránit obcházení pravidla stanoveného v čl. 8 odst. 1. Článek 8 odst. 1 stanovuje, že na každém jednotkovém balení tabákového výrobku musí být uvedena požadovaná zdravotní varování. Článek 8 odst. 3 zajišťuje účinnost tohoto pravidla tím, že zakazuje zakrývání nebo přerušování těchto varování. Článek 8 odst. 8 se mimo jiné zabývá situací, kdy se maloobchodník snaží zabránit jakémukoli uvedení požadovaných zdravotních varování v místě prodeje tím, že namísto jednotkových balení s těmito upozorněními vystaví zobrazení těchto balení, která varování nemají. Tím, že požaduje, aby byla varování uvedena také na zobrazeních obalů tabáku, se čl. 8 odst. 8 snaží zabránit této situaci, čímž zajišťuje účinnost pravidla stanoveného v čl. 8 odst. 1 obdobným způsobem jako čl. 8 odst. 3. Široký výklad pojmu zobrazení tabákových obalů ve smyslu čl. 8 odst. 8 v tom smyslu, že se vztahuje také na zobrazení, která si spotřebitel s jednotkovými baleními tabákových výrobků spojuje, by zajistil plnou účinnost čl. 8 odst. 1. To platí tím spíše, že v projednávané věci nelze účinnost čl. 8 odst. 1 zajistit použitím zákazu stanoveného v první větě čl. 8 odst. 3, jak je vysvětleno v bodech 47 a 52 výše.

64. Začtvrté, výklad pojmu zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 navrhovaný v bodě 56 výše je v souladu s mezinárodním právem. Článek 13 odst. 4 rámcové úmluvy totiž stanovuje, že „[j]ako minimum a v souladu se svou ústavou či ústavními zásadami, každá smluvní strana bude: [...] b) požadovat, aby zdravotní nebo další vhodná varování nebo sdělení doprovázela všechny tabákové reklamy jakož i propagace a sponzorství“. Pojem „tabáková reklama a propagace“ je definován v čl. 1 písm. c) rámcové úmluvy jako „jakákoliv forma komerčního sdělení, doporučení nebo činnosti s cílem, efektem či pravděpodobným efektem propagace tabákového výrobku nebo užívání tabáku buď přímo či nepřímo“. Podle bodu 14 pokynů k provádění článku 13 rámcové úmluvy Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku (dále jen „pokyny k provádění článku 13 rámcové úmluvy“), „prodejní automaty [...] představují svou samotnou přítomností prostředek reklamy nebo propagace podle podmínek Úmluvy“²⁸. Z toho vyplývá, že podle čl. 13 odst. 4 písm. b) rámcové úmluvy musí být prodejní automaty na tabák jako forma reklamy na tabák „doprovázeny“, nebo spíše opatřeny zdravotními varováními²⁹.

²⁷ – Rozsudky ze dne 4. května 2016, Polsko v. Parlament a Rada (C-358/14, EU:C:2016:323, bod 80); ze dne 4. května 2016, Philip Morris Brands and Others (C-547/14, EU:C:2016:325, body 171 a 220); ze dne 17. října 2018, Günter Hartmann Tabakvertrieb (C-425/17, EU:C:2018:830, bod 23); ze dne 30. ledna 2019, Planta Tabak (C-220/17, EU:C:2019:76, bod 38); a ze dne 22. listopadu 2018, Swedish Match (C-151/17, EU:C:2018:938, bod 40).

²⁸ – Rovněž je třeba odkázat na čtvrtou odrážku dodatku k těmto pokynům, nazvanou „Orientální (nevýčerpávající) seznam forem reklamy, propagace a sponzorství tabáku v souladu s podmínkami Úmluvy“, který odkazuje na „prodejní automaty na tabákové výrobky“.

²⁹ – Je pravda, že poslední věta bodu 40 pokynů k provádění článku 13 rámcové úmluvy stanovuje, že „s cílem maximalizovat jejich účinnost by varování nebo jiné zprávy vyžadované smluvními stranami podle čl. 13.4 písm. b) Úmluvy měly být v souladu s varováními nebo jinými zprávami na obalech, které úmluva vyžaduje podle článku 11“ (kurzivou zvýraznil autor stanoviska) – z čehož vyplývá, že zdravotní varování, která podle čl. 13 odst. 4 písm. b) rámcové úmluvy musí mít prodejní automaty na tabák, nejsou totožná se zdravotními varováními, která musí mít podle čl. 11 odst. 1 písm. b) rámcové úmluvy jednotková balení a balíčky tabákových výrobků. Článek 13 odst. 4 písm. b) rámcové úmluvy a bod 14 pokynů k provádění článku 13 rámcové úmluvy však jasně stanovují, že prodejní automaty na tabák musí být opatřeny přinejmenším *nějakým typem* zdravotních varování.

65. Mám tedy za to, že pojem zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 musí zahrnovat nejen věrná vyobrazení takových balení, ale také zobrazení, která si průměrný spotřebitel spojuje s jednotkovými baleními tabákových výrobků. Jak poznamenává předkládající soud, za účelem určení, zda může být určité zobrazení spojováno s jednotkovými baleními, je třeba vzít v úvahu jeho design z hlediska obrysu, proporcí, barvy a loga značky.

66. To, zda v projednávané věci představují zobrazení značek cigaret na tlačítkách pro výběr zboží dotyčného automatu zobrazení, která si průměrný spotřebitel spojuje s jednotkovými baleními tabákových výrobků z důvodu jejich designu, je otázkou skutkového stavu, který musí zodpovědět předkládající soud.

67. Na třetí položenou otázku by proto mělo být odpovězeno tak, že pojem „zobrazení jednotkových balení a vnějších obalů“ tabákových výrobků ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 nezahrnuje pouze zobrazení, která jsou věrným vyobrazením jednotkových balení nebo vnějších obalů, ale také zobrazení, která si průměrný spotřebitel spojuje s jednotkovými baleními nebo vnějšími obaly na základě jejich designu z hlediska obrysu, proporcí, barvy a loga značky.

D. Ke čtvrté předběžné otázce

68. Podstatou čtvrté otázky předkládajícího soudu Soudnímu dvoru je, zda v případě, že zobrazení cigaretového balíčku spadající do působnosti čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 neobsahuje požadovaná zdravotní varování, je takové zobrazení přesto v souladu s tímto ustanovením, pokud má spotřebitel příležitost vidět tato varování dříve, než si balíček zakoupí.

69. Podle předkládacího rozhodnutí shledal Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově), že čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 zakazuje použití zobrazení cigaretových balíčků, která neobsahují požadovaná zdravotní varování, pouze pokud jsou tato zobrazení prezentována místo těchto balíčků před uzavřením kupní smlouvy. Předkládající soud má za to, že existují pochybnosti o tom, zda je možné souhlasit s Oberlandesgericht München (vrchní zemský soud v Mnichově).

70. JS tvrdí, že i kdyby zobrazení značek cigaret zobrazené na tlačítkách pro výběr zboží dotyčného automatu byla považována za zobrazení jednotkových balení ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40, nedošlo by k porušení tohoto ustanovení, protože spotřebitel vidí požadovaná zdravotní varování ve chvíli, kdy je mu balíček předán. Spotřebitel navíc vidí tato varování pokaždé, když kouří cigaretu.

71. Komise zastává opačný názor.

72. Domnívám se, že pokud zobrazení cigaretového balíčku spadajícího do oblasti působnosti čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 neobsahuje požadovaná zdravotní varování, je irrelevantní, zda má spotřebitel příležitost tato varování vidět dříve, než si tento balíček zakoupí.

73. Článek 8 odst. 8 směrnice 2014/40 zaprvé stanovuje obecné pravidlo, že zobrazení jednotkových balení musí splňovat požadavky hlavy II kapitoly II uvedené směrnice, zejména musí obsahovat požadovaná zdravotní varování. Toto pravidlo nepodléhá žádným podmínkám ani omezením. Článek 8 odst. 8 tak zakazuje *používání* zobrazení, která neobsahují požadovaná zdravotní varování, bez ohledu na jakýkoli proces nákupu. Stačí, že zobrazení „je určeno spotřebitelům“, což je jistě případ zobrazení použitých v supermarketech, jako je tomu v projednávaném případě.

74. Zadruhé nelze vznést námitku, že vzhledem k tomu, že cílem čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 je pouze zabránit obcházení pravidla stanoveného v čl. 8 odst. 1 této směrnice, že každý balíček cigaret musí mít požadovaná zdravotní varování, nedochází k porušení prvně uvedeného ustanovení, pokud spotřebitel může tato varování vidět před tím, než si balíček cigaret koupí. Tento výklad by byl v rozporu se zněním čl. 8 odst. 8, který takovou výjimku ze stanovovaného pravidla nestanovuje. Jinými slovy, čl. 8 odst. 8 má nejen zabránit obcházení čl. 8 odst. 1, jak je vysvětleno v bodě 63 výše, ale také doplňovat pravidlo stanovené v tomto ustanovení.

75. Odpověď na čtvrtou položenou otázku by tedy měla být taková, že pokud zobrazení jednotkového balení nebo vnějšího obalu tabákového výrobku ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 nenese zdravotní varování stanovená v hlavě II kapitole II uvedené směrnice, je toto ustanovení porušeno, i když má spotřebitel možnost vidět jednotkové balení nebo vnější obal s těmito varováními před tím, než si výrobek zakoupí.

IV. Závěry

76. S ohledem na výše uvedené navrhuji Soudnímu dvoru, aby na předběžné otázky položené Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo) odpověděl takto:

- „(1) Pokud je tabákový výrobek nabízen k prodeji prostřednictvím prodejního automatu, který musí být obsloužen spotřebitelem, aby byl výrobek vydán na pokladní pás, než za něj proběhne platba, musí být tento výrobek považován za uvedený na trh ve smyslu čl. 2 bodu 40 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU ze dne 3. dubna 2014 o sbližování právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků a o zrušení směrnice 2001/37/ES v okamžiku, kdy je nabídnut k prodeji prostřednictvím tohoto prodejního automatu, nikoli až v okamžiku, kdy je zaplacen a skutečná fyzická kontrola nad tímto výrobkem přechází z prodávajícího na spotřebitele.
- (2) Zákaz zakrytí požadovaných zdravotních varování použitím „jiného prostředku“ stanovený v první větě čl. 8 odst. 3 směrnice 2014/40 se nevztahuje na případ, kdy je celý obal tabákového výrobku zakrytý, protože tento výrobek je skladován v prodejním automatu takovým způsobem, že jej spotřebitel nevidí.
- (3) Pojem „zobrazení jednotkových balení a vnějších obalů“ tabákových výrobků ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 nezahrnuje pouze zobrazení, která jsou věrným vyobrazením jednotkových balení nebo vnějších obalů, ale také zobrazení, která si průměrný spotřebitel spojuje s jednotkovými baleními nebo vnějšími obaly na základě jejich designu z hlediska obrysu, proporcí, barvy a loga značky.
- (4) Pokud zobrazení jednotkového balení nebo vnějšího obalu tabákového výrobku ve smyslu čl. 8 odst. 8 směrnice 2014/40 nenese zdravotní varování stanovená v hlavě II kapitole II uvedené směrnice, je toto ustanovení porušeno, i když má spotřebitel možnost vidět jednotkové balení nebo vnější obal s těmito varováními před tím, než si výrobek zakoupí.“