

SKLEPNI PREDLOGI GENERALNEGA PRAVOBRANILCA

L. A. GEELHOEDA,
predstavljeni 11. decembra 2003¹

I – Uvod

II – Pravni okvir

A – Pravo Skupnosti

1. Ta zadeva se nanaša na razlago predpisov Skupnosti o označevanju in oglaševanju živil, zlasti kave. Prvo vprašanje je, ali zakonodaja Skupnosti o obvezni uporabi imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, za vrsto kavnih izdelkov izključuje možnost, da se hkrati uporabljajo fantazijska imena. Naslednje vprašanje je, ali se nacionalna zakonodaja, ki pri označevanju in oglaševanju živil prepoveduje sklicevanja na shujševalne učinke in na zdravniška mnenja, lahko šteje za skladno s primarnim in izvedenim pravom Skupnosti.

2. Člen 28 ES prepoveduje količinske omejitve pri uvozu in vse ukrepe z enakim učinkom med državami članicami.

3. Direktiva 1999/4/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. februarja 1999 o kavnih in cikorijinih ekstraktih² (v nadaljevanju: Direktiva 1999/4 ali Direktiva o kavi) zajema predpise o označevanju in oglaševanju teh izdelkov in imena, pod katerimi se izdelki prodajajo.

1 — Jezik izvirnika: nizozemščina.

2 — UL L 66, str. 26.

4. Člen 2 Direktive 1999/4 določa:

6. Priloga k Direktivi 1999/4 kavni ekstrakt, topni kavni ekstrakt, topno kavo ali instant kavo opredeljuje kot:

„Direktiva 79/112/EGS pod naslednjimi pogoji velja za izdelke, opredeljene v Prilogi:

- a) imena izdelkov, navedena v Prilogi, se uporabljajo samo za izdelke, ki so v njej navedeni, in jih je treba uporabljati za njihovo poimenovanje pri trgovanju. Njihova imena se dopolnijo z navedbami:

„[...] koncentrirane izdelke, pridobljene z ekstrakcijo iz praženih kavnih zrn, pri čemer se kot sredstvo za ekstrakcijo uporablja samo voda in se izključuje vsak postopek hidrolize z dodajanjem kisline ali baze. Poleg tistih netopnih snovi, ki jih je tehnično nemogoče odstraniti, in netopnih olj, ki izhajajo iz kave, mora kavni ekstrakt vsebovati samo topne in aromatske sestavine kave.

[...]

— ‚pasta‘ ali ‚v obliki paste‘ ali

— tekočina‘ ali ‚v tekoči obliki‘

Kavni ekstrakt v prahu ali pasti ne sme vsebovati drugih snovi, kakor so tiste, ki izhajajo iz ekstrakcije kave. [...]“

[...]“

5. Člen 3 te direktive prepoveduje, da države članice za izdelke, opredeljene v Prilogi, sprejmejo nacionalne predpise, ki niso predvideni v tej direktivi.

7. Direktiva 2000/13/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. marca 2000 o približevanju zakonodaje držav članic o označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil³ (v nadaljevanju: Direktiva 2000/13 ali

3 — Ul. L 109, str. 29.

Direktiva o označevanju) je kodificirana različica pogosto spremenjene in enako imenovane Direktive Sveta 79/112/EGS z dne 18. decembra 1978, na katero se sklicuje člen 2 Direktive 1999/4.

(iii) z napeljevanjem, da ima živilo posebne značilnosti, čeprav imajo dejansko vsa podobna živila take značilnosti;

8. Člen 2(1) Direktive 2000/13 določa naslednja pravila o označevanju živil:

(b) ob upoštevanju določb Skupnosti o naravnih mineralnih vodah in živilih za posebne prehranske namene, živilom pripisovati lastnosti, kot so preprečevanje, zdravljenje ali ozdravljenje bolezni pri ljudeh, ali opozarjati na take lastnosti.“

„Označevanje in uporabljene metode ne smejo:

9. Člen 3(1) Direktive 2000/13 nato določa:

(a) biti taki, da bi lahko zavedli potrošnika, predvsem:

„V skladu s členi od 4 do 17 in ob upoštevanju izjem, ki so v njih predvidene, vsebuje oznaka živil samo naslednje obvezne navedbe:

(i) glede značilnosti živila in zlasti njegove narave, identitete, lastnosti, sestave, količine, trajnosti, porekla ali izvora, načina proizvodnje ali pridelave;

(1) ime, pod katerim se izdelek prodaja;

(ii) z navedbo učinka ali lastnosti, ki jih živilo nima;

[...]“

10. Člen 5(1), prvi stavek, in (2) Direktive 2000/13 določa naslednje:

direktive, z uporabo neusklajenih nacionalnih predpisov, ki urejajo označevanje in predstavljanje posameznih živil ali živil na splošno.

„1. Ime, pod katerim se živilo prodaja, je ime, ki je predvideno za to živilo v predpisih Skupnosti.

2. Odstavek 1 se ne uporablja za neusklajene nacionalne predpise, upravičene zaradi:

[...]

2. Trgovsko ime, blagovna znamka ali izmišljeno ime ne morejo nadomestiti imena, pod katerim se izdelek prodaja.

— zaščitite javnega zdravja,

[...]“

— preprečevanja prevar, če ne ovirajo uporabe opredelitev in določb, predpisanih s to direktivo,

11. Člen 18 Direktive 2000/13 določa naslednja pravila glede nacionalnih predpisov o označevanju in predstavljanju živil, ki niso usklajeni z Direktivo:

— varstva pravic industrijske in poslovne lastnine, navedb porekla, registriranih označb porekla in preprečevanja nelojalne konkurence.“

„1. Države članice ne smejo prepovedati prometa z živil, ki ustrezajo določbam te

B – *Nacionalno pravo*

„Pri oglaševanju živil je prepovedano uporabljati:

12. Pravila belgijskega prava o imenu, pod katerim se prodaja kava, določa kraljevi odlok z dne 5. marca 1987 o kavi in kavnih nadomestkih (v nadaljevanju: Odlok o kavi).

[...]

3. sklicevanje na shujšanje;

13. V členu 1 Odloka o kavi je izdelek „kava“ opredeljen kot:

[...]

„[...] primerno očiščeno in praženo zrno kavovca (vrste sorte *coffea*)“.

7. sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali na izjave učinkovitosti proizvoda, razen navedbe, da se živilo ne sme zaužiti v nasprotju z zdravniškim mnenjem; [...]“

14. Člen 3(1) tega kraljevega odloka določa:

III – Dejansko stanje

„Ko se živila iz člena 1 dajo v promet, se morajo označiti z enim od imen, ki ustreza njihovi opredelitvi iz tega člena.“

15. Kraljevi odlok z dne 17. aprila 1980 o oglaševanju živil v členu 2 določa:

16. Douwe Egberts NV (v nadaljevanju: Douwe Egberts) proizvaja in trži kavo na belgijskem trgu pod znamko „Douwe Egberts“. Sodno ugovarja prodaji izdelka pod imenom „DynaSvelte Café“. Ta izdelek proizvaja Westrom Pharma NV (v nadaljevanju: Westrom Pharma). Do 31. decembra

2001 ga je distribuiral Christophe Souranis pod trgovskim imenom „Établissements FICS“. Nato je distribucijo prevzel FICS-World BVBA (v nadaljevanju: FICS-World).

navedbe pomenijo kršitve različnih nacionalnih zakonskih predpisov o oglaševanju in označevanju tovrstnih izdelkov. Posledično naj bi Westrom Pharma in FICS-World kršila nacionalno ureditev o pošteni trgovski praksi. Douwe Egberts zato med drugim zahteva prenehanje uporabe zgoraj navedenih navedb in umik izdelkov, na katerih se pojavljajo.

17. „DynaSvelte Café“ je izdelek, ki je sestavljen iz topne kave, fruktoze in kroma. Izrecno je tržen kot izdelek, ki prispeva k shujšanju. Tako posoda, embalaža in navodila za uporabo izdelka vsebujejo predvsem naslednje navedbe:

— „popolna novost glede nadzora teže“,

— „shujšanje, izboljššan nadzor nad težo, zavira čezmerno kopičenje maščob“ in

— „formula, patentirana v Združenih državah Amerike, ki jo je razvila dr. Ann de Wees Allen iz Glycémie Research Institute“.

18. Douwe Egberts v okviru postopka za izdajo začasne odredbe pred Rechtbank van Koophandel te Hasselt (Belgija) trdi, da te

19. Ob upoštevanju, da je rešitev spora odvisna od odgovora na niz vprašanj o razlagi in veljavnosti Direktive 1999/4 in o razlagi Direktive 2000/13 in člena 28 ES, je nacionalno sodišče odločilo, da prekine odločanje in da Sodišču v predhodno odločanje predloži naslednja vprašanja:

„A.1 Ali je treba člen 2 Direktive 1999/4/ES [...] razlagati tako, da se sme za izdelke iz Priloge k tej direktivi uporabljati samo ime, pod katerim se izdelek prodaja in je navedeno v tej prilogi, poleg tega imena pa se ne smejo uporabljati druga imena (kot na primer trgovsko ali fantazijsko ime), ali pa je člen 2 treba razlagati tako, da se ime, pod katerim se izdelek prodaja in je navedeno v tej prilogi, sme uporabljati samo za izdelke iz te priloge, vendar se

lahko poleg tega imena izdelka uporabljajo tudi druga imena (kot na primer trgovsko ali fantazijsko ime)?

— s tem pridrži uporabo imena ‚kava‘ eni sami obliki ‚kave‘, namreč kav-nemu zrnu;

A.2 Če Sodišče [...] meni, da je treba člen 2 Direktive 1999/4/ES [...] razlagati tako, da se za izdelke iz Priloge k tej direktivi sme uporabljati samo ime, pod katerim se izdelek prodaja in je v tej prilogi navedeno, poleg tega imena pa se ne smejo uporabljati druga imena (kot trgovsko ali fantazijsko ime), ali iz tega ne sledi, da je ta direktiva v nasprotju s členom 28 Pogodbe ES, ki vsebuje prepoved količinskih omejitev pri uvozu in vseh ukrepov z enakim učinkom med državami članicami Evropske skupnosti, ker ta direktiva, s tako razlago, za izdelke, ki ustrezajo opredelitvi kavnih ekstraktov v njeni prilogi:

— izključuje uporabo drugih imen, kot sta ‚kavni ekstrakt‘ ali ‚instant kava‘, kot ime ‚kava‘;

— in tako umetno ščiti trg kave pred konkurenčnimi izdelki, ki pomenijo druge oblike kave kot kavna zrna, kot so med drugim kavni ekstrakti in instant kava?

B.1 Ali je treba člena 18(1) in 18(2) Direktive 2000/13 razlagati tako, da nacionalni predpisi o označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil, ki prepovedujejo nekatere navedbe, kot so ‚sklicevanje na shujšanje‘ in ‚sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda‘ pri označevanju in/ali predstavljanju in/ali oglaševanju živil, čeprav Direktiva teh navedb ne prepoveduje, pomenijo kršitve te direktive ob upoštevanju dejstva, da njena osma uvodna izjava potrjuje, da je najbolj smotрно označevanje tisto, ki ustvarja najmanj ovir za prost promet, in da se ti nacionalni predpisi zato ne smejo uporabljati?

B.2 Ali je treba člen 18(2) Direktive 2000/13/ES razlagati tako, da je treba pod ‚zaščito javnega zdravja‘ razumeti neusklajene nacionalne predpise o označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil, ki prepovedujejo nekatere navedbe, kot so ‚sklicevanje na shujšanje‘ in ‚sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda‘?

- po eni strani uvajajo dodatno obremenitev ob uvozu živil z namenom, da bi ta živila uskladili z nacionalno zakonodajo, in tako ustvarjajo ovire za promet med državami članicami,

in

C Ali je treba člen 28 Pogodbe ES razlagati tako, da je nacionalne predpise o označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil, ki niso usklajeni na evropski ravni in ki odstopajo od Direktive 2000/13/ES, če prepovedujejo nekatere navedbe pri označevanju in/ali predstavljanju in/ali oglaševanju, kot ‚sklicevanje na shujšanje‘ in ‚sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda‘, treba šteti za ukrepe z enakim učinkom in/ali za količinske omejitve pri uvozu med državami članicami Evropske skupnosti, če ti nacionalni predpisi:

- se po drugi strani ne uporabljajo za vse zadevne subjekte, ki izvajajo svoje dejavnosti na državnem ozemlju, v tem smislu, da obstajajo povsem primerljivi izdelki (kozmetični izdelki), za katere se ti oziroma kateri koli enakovredni predpisi ne uporabljajo, tako da nacionalno sodišče teh predpisov ne sme uporabljati?”

20. Pisna stališča so predložile stranke v sporu o glavni stvari, belgijska vlada, Komisija, Evropski parlament in Svet Evropske unije. Te stranke in intervenienti so bili ustno zaslišani na obravnavi 6. novembra 2003.

IV – Prvo vprašanje (vprašanje A.1)

pisov Skupnosti o posebni prehrani⁴ in zlasti predpisov o izdelkih za hujšanje⁵.

21. Prvo vprašanje predsednika Rechtbanka van Koophandel, Hasselt, se nanaša na razlago člena 2(a) Direktive 1999/4 o imenih, pod katerimi se izdelki prodajajo in jih je treba uporabljati za kavne in cikorijske ekstrakte.

24. Belgijska vlada, Svet in implicitno Evropski parlament so prav tako poudarili dejstvo, da „DynaSvelte Café“ (očitno) ne ustreza opredelitvi „kavni ekstrakt“ in zato (verjetno) ne spada na področje uporabe Direktive o kavi, ker gre za sestavljen izdelek. Ta ugotovitev bi pomenila, da imen, pod katerim se izdelki prodajajo in jih določa Direktiva 1999/4, za ta izdelek ni mogoče uporabljati.

22. Kot je opozorilo več intervenientov, to vprašanje predpostavlja, da zadevni izdelek, namreč „DynaSvelte Café“, dejansko spada na področje vsebinske uporabe Direktive 1999/4. Predložitvena sodba nacionalnega sodišča o tej točki ne vsebuje nobene izrecne izjave. Tako iz tega ni mogoče sklepati, da je nacionalno sodišče dejansko ugotovilo, da je bilo treba „DynaSvelte Café“ šteti za kavni ali cikorijski ekstrakt v smislu člena 1 Direktive 1999/4.

25. Glede tega je treba poudariti, da mora v okviru delitve pristojnosti med nacionalnim sodiščem in Sodiščem prvonavedeno sodišče opredeliti dejstva, ki tvorijo dejansko stanje spora o temelju, tako določiti upoštevna pravna pravila in presoditi o ustreznosti vprašanj, ki jih postavi Sodišču. Kot izhaja iz ustaljene sodne prakse, mora Sodišče načeloma vedno odgovoriti na vprašanja za predhodno odločanje, ki jih je predložilo nacionalno sodišče. Odločanje o vprašanju za predhodno odločanje nacionalnega sodišča sme zavrniti le, kadar je očitno, da zahtevana razlaga pravil Skupnosti nima nobene zveze z resničnostjo ali predmetom spora o glavni stvari, kadar je težava hipotetična, ali kadar

23. Komisija v pisnih stališčih zlasti poudarja, da bi bilo morebiti treba ta izdelek treba šteti za živilo, ki je namenjeno posebni prehrani. Zato meni, da v tem primeru ni mogoče izključiti uporabe specialnih pred-

4 — Direktiva Sveta 89/398/EGS z dne 3. maja 1989 o približevanju zakonodaje držav članic, ki se nanaša na živila za posebne prehranske namene (UL L 186, str. 27).

5 — Direktiva Komisije 96/8/ES z dne 26. februarja 1996 o živilih, namenjenih za uporabo pri energijsko omejenih dietah za zmanjšanje telesne teže (UL L 55, str. 22).

Sodišče nima na voljo dejanskih ali pravnih elementov, da bi lahko koristno odgovorilo na postavljena vprašanja.⁶

26. Prvega vprašanja ni treba razglasiti za nedopustnega. Kljub dvomom intervenientov o naravi izdelka „DynaSvelte Café“ dejstvo, da je nacionalno sodišče postavilo vprašanje glede Direktive 1999/4, pomeni, da je presodilo, da ta izdelek dejansko spada na področje uporabe navedene direktive. Zato je treba izhajati iz načela, da je postavljeno vprašanje morda pomembno,⁷ in kot navaja Komisija, je treba na prvo vprašanje predložitvenega sodišča odgovoriti na podlagi premise, da je „DynaSvelte Café“ običajno živilo in ne živilo, ki je namenjeno posebni potrošnji. Zato izdelek dejansko spada na področje vsebinske uporabe Direktive 1999/4.

27. Predložitveno sodišče želi s prvim vprašanjem v bistvu izvedeti, kakšen je pomen

izraza „uitsluitend“ (samo), ki je uporabljen (v nizozemski različici) v členu 2(a) Direktive 1999/4. Ali to pomeni, da se lahko imena, pod katerimi se izdelki prodajajo in so navedena v Prilogi, uporabljajo samo za izdelke, ki so v njej navedeni; z drugimi besedami, ali je uporaba teh imen pridržana za izdelke, katerih značilnosti so naštet v Prilogi k Direktivi? Ali pa to pomeni, da se ti izdelki lahko označijo le s temi imeni, pod katerimi se izdelki prodajajo? Če je prva razlaga pravilna, to pomeni, da se poleg obveznega imena, pod katerim se izdelek prodaja, prav tako lahko uporabijo druga imena, kot sta trgovsko ali fantazijsko ime. Če je pravilna druga razlaga, je uporaba takih dodatnih imen izključena.

28. Večina strank⁸, ki so predložile pisna stališča, meni, da je treba na to vprašanje odgovoriti v skladu s prvo razlago. Strinjajo se, da člen 2(a) Direktive 1999/4 pomeni, da se lahko le izdelki, katerih značilnosti so naštet v Prilogi k Direktivi, tržijo pod pridržanim imenom, pod katerim se izdelek prodaja, in da to ne izključuje, da se lahko uporabljajo tudi druga imena, kot sta fantazijsko ali trgovsko ime. Douwe Egberts še dodaja, da zadevna javnost drugih uporabljenih imen ne more sprejemati kot imena, pod katerimi se izdelki prodajajo, in zato ne morejo biti zavajajoča. Komisija svoj odgovor

6 — Glej zlasti sodbe Sodišča z dne 15. decembra 1995 v zadevi Bosman (C-415/93, Recueil, str. I-4921, točke od 59 do 61); z dne 13. julija 2000 v zadevi Idéal Tourisme (C-36/99, Recueil, str. I-6049, točka 20); z dne 13. marca 2001 v zadevi PreussenElektra (C-379/98, Recueil, str. I-2099, točki 38 in 39) in z dne 9. septembra 2003 v zadevi Milk Marque (C-137/00, Recueil, str. I-7975, točka 37).

7 — Sodbi z dne 7. septembra 1999 v zadevi Beck in Bergdorf (C-355/97, Recueil, str. I-4977, točki 22 in 24) in z dne 15. maja 2003 v zadevi Salzmann (C-300/01, Recueil, str. I-4899, točka 31).

8 — Belgijska vlada in Svet nista odgovorila na to vprašanje, ker sta presodila, da sporni izdelek ne spada na področje uporabe Direktive.

oblikuje glede na vsebino obveznosti prenosa, ki zavezuje države članice: člen 2 Direktive 1999/4 jih ne zavezuje, da pri trženju izdelka iz Direktive prepovejo uporabo drugih imen poleg obveznih imen, pod katerimi se izdelki prodajajo.

29. Ta razlaga se mi zdi pravilna zaradi naslednjih razlogov. Glede na tako soglasje – predvsem med strankami postopka v glavni stvari – o odgovoru na to vprašanje razlage bi vendarle želel na začetku poudariti, da so te stranke deljenega mnenja glede tega, ali je treba ime „DynaSvelte Café“ šteti za ime, pod katerim se izdelek prodaja, kar bi pomenilo, da se beseda „café“ lahko uporabi. Kot sem že opomnil, mora tako dejansko vprašanje preučiti nacionalno sodišče.

30. Dejstvo, da je člen 2(a) Direktive 1999/4 treba razlagati tako, da ne izključuje uporabe drugih navedb poleg imena, pod katerim se izdelek prodaja in ga določa Direktiva, lahko izpeljemo iz besedila te določbe, njenega položaja v sistemu pravnih predpisov Skupnosti o označevanju živil in končno iz ciljev teh predpisov.

31. Že preprost preizkus položaja izraza „uitsluitend“ (samo) v nizozemskem besedilu člena 2(a) Direktive 1999/4 kaže na to, da se ta določba nanaša na izključno uporabo imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, za izdelke iz Priloge. Če bi bil namen prepovedati uporabo vseh drugih imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, za poimenovanje teh izdelkov, bi bila stavčna zveza drugačna in bi moral biti izraz „uitsluitend“ bližje besedni zvezi „ime, pod katerim se izdelek prodaja“. V tem primeru bi se morala določba na primer glasiti: „za izdelke iz Priloge se smejo uporabljati samo imena, pod katerimi se izdelki prodajajo in so navedena v njej [...]“. Menim, da ta razlika v sestavi stavka jasno kaže na to, da se lahko člen 2(a) Direktive 1999/4 razlaga izključno tako, kot sem pravkar izpeljal.

32. Preizkus drugih jezikovnih različic te določbe potrjuje to razlago. Večina izmed njih, ki uporablja drugačno stavčno strukturo, kot je nizozemska, natančneje določa, da so zadevna imena, pod katerimi se izdelki prodajajo, „pridržana“ za izdelke, opisane v Prilogi. Za ponazoritev opozarjam na francosko (ki jo je prav tako navedel FICS) in nemško različico, ki določata, da „les dénominations prévues à l'annexe sont réservées aux produits qui y figurent“ in da „[d]ie im Anhang vorgesehenen Verkehrsbezeichnungen [...] den dort aufgeführten Erzeugnissen vorbehalten [sind]“. Angleška različica je še manj dvoumna: „the product names listed in the Annex shall apply only to the products referred to therein“. Te jezikovne različice nesporno kažejo, da ni namen, da se lahko

izdelki, opisani v Prilogi, tržijo samo pod imeni, pod katerimi se prodajajo in so navedeni v njej.

33. To je prav tako neizogiben sklep, ko preizkušamo člen 2(a) Direktive 1999/4 glede na zakonodajni okvir, v katerega so umeščena pravila o označevanju živil. Direktiva 1999/4 je posebna direktiva glede na Direktivo 2000/13. Potrjuje, da se Direktiva o označevanju uporablja za kavne in cikorijske ekstrakte in tako za te izdelek določa številna svoja pravila. Kot *lex specialis* je treba Direktivo o kavi razlagati v smislu Direktive o označevanju.

34. Obveznost, da se na oznakah živil navedejo imena, pod katerimi se prodajajo, določa člen 3(1), točka 1, Direktive 2000/13. Na podlagi te določbe mora oznaka obvezno vsebovati številne podatke, vključno z imenom, pod katerim se izdelek prodaja. Ne glede na nekoliko dvoumen izraz nizozemske različice („moeten [...] uitsluitend de volgende gegevens worden vermeld”) iz drugih jezikovnih različic te določbe („the following particulars alone shall be compulsory”; „comporte [...] les seules mentions obligatoires suivantes”; „enthält [...] nur folgende zwingende Angaben”) izhaja, da skuša določiti, katere navedbe mora država članica obvezno predpisati, ne da bi izključila druge navedbe na oznakah. Komisija in Evropski

parlament sta prav tako opozorila, da je treba v tem smislu razlagati člen 3 Direktive 2000/13. Uporaba tega sklepanja pri Direktivi 1999/4 pomeni, da člena 2(a) te direktive ni mogoče razlagati tako, da želi prepovedati uporabo drugih navedb poleg obveznega imena, pod katerim se izdelek prodaja, za kavne in cikorijske ekstrakte.

35. Naslednji razlog za tako razlago splošnih in posebnih določb o uporabi imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, lahko najdemo v členu 5(2) Direktive 2000/13, in sicer da trgovsko ime, blagovna znamka ali izmišljeno ime ne morejo nadomestiti imena, pod katerim se izdelek prodaja. Ta določba seveda pomeni, da se take navedbe poleg predpisanih imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, smejo uporabljati.

36. Končno lahko iz naloge obveznih imen, pod katerimi se izdelki prodajajo, sklepamo, da uporaba drugih imen pri predstavljanju živil ni neskladna s to nalogo. Obvezno ime, pod katerim se izdelek prodaja, naj bi zagotavljal potrošniku, da ima izdelek, ki se trži pod tem imenom, pod katerim se prodaja, določene lastnosti, ki so značilne za to vrsto izdelka, ki se tako lahko razlikuje od drugih izdelkov, ki imajo druge splošne lastnosti. Če bi obveznost navedbe zadevnega imena, pod katerim se izdelek prodaja,

izključevala uporabo drugih navedb, bi taka omejitev presegla cilj predpisa in bi trgovcem onemogočila, da bi svoje izdelke razlikovali v trgovskem smislu drugače od izdelkov iste vrste.

37. Zato je treba na prvo vprašanje za predhodno odločanje odgovoriti, da je treba člen 2 Direktive 1999/4 o kavnih in cikori-jinih ekstraktih razlagati tako, da se smejo imena, pod katerimi se izdelki prodajajo in so navedena v Prilogi k Direktivi, uporabljati le za izdelke iz te priloge, tako da se druga imena (kot sta trgovsko ali fantazijsko ime) smejo uporabljati poleg teh imen pod pogojem, da jih ni mogoče zamenjati s predpisanimi imeni, pod katerimi se izdelki prodajajo.

V – Drugo vprašanje (vprašanje A.2)

38. Predložitveno sodišče je postavilo drugo vprašanje za primer, da bi bilo treba na prvo vprašanje odgovoriti tako, da se smejo izdelki iz Direktive 1999/4 tržiti samo pod predpisanim imenom, pod katerim se prodaja. Ker to ni tako, na drugo vprašanje ni treba odgovoriti.

VI – Uvodna pripomba glede drugih vprašanj za predhodno odločanje

39. Iz predložitvene odločbe izhaja, da se za uporabo nacionalnih predpisov o oglaševanju živil navedbe na embalaži ali označbi štejejo za oglaševalska sporočila. Postavljena vprašanja torej ne razlikujejo med nacionalnimi predpisi o označevanju živil in nacionalnimi predpisi o njihovem oglaševanju. Vendar bi rad opozoril, da Direktiva 2000/13 razlikuje med označevanjem in oglaševanjem⁹ in da pravni predpisi, ki se uporabljajo na tem področju, niso popolnoma identični¹⁰.

40. Glede označevanja živil predvideva Direktiva 2000/13 popolno uskladitev. To pomeni, da se nacionalne določbe na tem področju presoajo samo glede na direktivo, bodisi kot usklajeni predpisi, kar pomeni, da je treba preveriti, ali se pravilno prenašajo določbe zadevne direktive, bodisi kot neusklajeni predpisi, kar pomeni, da je treba preveriti, ali jih lahko upravičijo razlogi iz člena 18(2) Direktive o označevanju. Kot je Sodišče navedlo v sodbi SARPP, Direktiva sama določa meje pooblastil držav članic, da sprejmejo nacionalna pravila o označevanju

9 — Člen 1(3)(a) opredeljuje pojem „označevanje“ kot „vse navedbe, oznake, blagovne znamke, slikovno grafično ali simbole v zvezi z živilom, ki se namestijo na kakršno koli vrsto embalaže, dokument, obvestilo, etiketo, obroček ali vratno etiketo, ki spremlja ali se nanaša na tako živilo“. Pojma „oglaševanje“ ta direktiva ne opredeljuje.

10 — O tem glej sodbo z dne 12. decembra 1990 v zadevi SARPP (C-241/89, Recueil, str. I-4695, točki 15 in 16).

živil. Zato člena 28 ES in 30 ES nimata več nobene vloge na področju uporabe Direktive.¹¹

za oglaševanje. To pomeni, da se Direktiva o označevanju za nacionalne predpise o oglaševanju živil uporablja le omejeno in da se morajo določbe, če ne izvajajo člena 2 Direktive, presoditi v smislu primarnega prava Skupnosti, kot izhaja iz členov 28 ES in 30 ES.

41. Glede oglaševanja pa Direktiva 2000/13 predvideva le delno uskladitev, kot že izhaja iz definicije področja uporabe Direktive v členu 1(1), ki določa, da se Direktiva nanaša na označevanje živil in na „določene vidike“ njihovega predstavljanja in oglaševanja. Člen 2(3) pojasnjuje, za katere vidike gre. Ta določba razširja uporabo prepovedi zavajajočih navedb iz člena 2(1) in (2) pri predstavljanju in oglaševanju živil. Drugače pa Direktiva ne vsebuje posebnih pravil glede uskladitve nacionalnih predpisov o predstavljanju in oglaševanju živil. Natančneje, Sodišče je v sodbi SARPP¹² izrecno navedlo, da se člen 15(2) Direktive 79/112 (zdaj člen 18(2) Direktive 2000/13) ne uporablja

42. Nobena od strank, ki so predložile pisna stališča, ni poudarila te razlike. Komisija je v ustnem postopku nasprotno zatrjevala, da je zato, ker Direktiva 2000/13 predvideva sistem popolne uskladitve, treba presoditi tako označevalni kot oglaševalski vidik glede na Direktivo in da ni treba odgovoriti na zadnje vprašanje za predhodno odločanje o členu 28 ES. V ta namen se sklicuje na sodbo, ki jo je Sodišče izdalo v zadevi Sterbenz in Haug¹³. Vendar ugotavljam, da je ta zadeva obravnavala nacionalne predpise o oglaševanju in da se zadevne ugotovitve¹⁴ nanašajo na člen 15(2) Direktive 79/112, ki se, kot rečeno, ne uporablja za oglaševanje.

43. Ker sta označevanje in oglaševanje živil na podlagi zgoraj navedene sodne prakse različno urejena, je treba preostala vprašanja zato obravnavati ločeno za ti področji, kar

11 — O tem vprašanju glej moje sklepne predloge v zadevah Komisija proti Avstriji (sodba z dne 23. januarja 2003, C-221/00, Recueil, str. I-1007) in Sterbenz in Haug (sodba z dne 23. januarja 2003, C-421/00 in C-16/01, Recueil, str. I-1065), točka 39.

12 — Opomba 10, točka 15.

13 — Opomba 11.

14 — Točki 24 in 31 sodbe, navedene v opombi 11.

pomeni, da peto vprašanje o razlagi členov 28 ES in 30 ES ni pomembno za oglaševanje živil.

VII – Tretje, četrto in peto vprašanje (vprašanja B.1, B.2 in C)

Označevanje

44. Tretje in četrto vprašanje sta tesno povezani in ju je treba zato preučiti skupaj glede označevanja. S tema vprašanjema se želi ugotoviti, ali so neusklajeni nacionalni predpisi, ki prepovedujejo vsako sklicevanje na shujšanje ali zdravniška priporočila pri označevanju izdelka, v skladu s členom 18 Direktive 2000/13.

45. Predložitveno sodišče namreč meni, da je treba sporne nacionalne predpise dejansko šteti za neusklajene predpise v smislu člena 18. Tako ocenjuje, da prepoved sklicevanja na shujšanje ali na zdravniška priporočila in potrdila ne izhaja iz dodatnih pravil, ki jih predvidevajo členi od 3 do 14 Direktive 2000/13.

46. Menim, da je ta presoja pravilna. Potrjujeta jo prav tako sodbi, ki ju je Sodišče izdalo v zadevah Komisija proti Avstriji ter Sterbenz in Haug, kjer je razsodilo, da čeprav Direktiva o označevanju prepoveduje vse navedbe o boleznih pri ljudeh, ki lahko zavedejo potrošnika ali ne, so navedbe, ki se ne sklicujejo na bolezni, ampak na zdravje, prepovedane samo, če so zavajajoče. Posledično je treba živila, ki imajo na označbi nezavajajoče navedbe o zdravju, šteti za skladna s pravili Direktive 2000/13 in države članice ne smejo prepovedati prometa z njimi na podlagi morebitne nepravilnosti te označbe.¹⁵

47. Neusklajeni predpisi na področju označevanja, ki ovirajo trženje izdelkov, ki izpolnjujejo zahteve Direktive 2000/13, se lahko, kot sem že navedel v točki 40, uporabljajo izključno takrat, če jih upravičuje eden od razlogov, ki so izčrpno navedeni v členu 18(2) Direktive.¹⁶ Ker lahko člen 18(2) štejemo kot izjemo prostega pretoka blaga, ki jih določata člen 30 ES in sodna praksa, je treba to določbo razlagati v smislu določil Pogodbe s tega področja in sodne prakse, ki

15 — Sodbi Komisija proti Avstriji, točki 35 in 37, ter Sterbenz in Haug, točki 28 in 30 (navedeni v opombi 11). Za druga pojasnila o razlikah med navedbami o boleznih in o zdravju glej moje sklepne predloge v teh zadevah.

16 — Sodbi SARPE, navedena v opombi 10, točka 14, in Komisija proti Avstriji, navedena v opombi 11, točka 38.

se nanaša nanje.¹⁷ Iz tega izhaja, da mora zadevne neusklajene nacionalne predpise upravičiti ne le en ali več razlogov, ki so naštet v členu 18(2), ampak morajo biti tudi primerni, da zagotovijo varstvo zadevnih interesov in ne smejo ovirati trgovine spor-nih izdelkov bolj, kot je potrebno za doseg tega cilja.¹⁸

sporne določbe bolj omejujoče in bolj specifične, vendar po drugi strani širše, saj ni predvidena nobena možnost spregleda ali izjeme.

49. Kot izhaja iz četrtega vprašanja, je nacionalno sodišče presodilo, da se sporni nacionalni predpisi lahko upravičijo samo z zaščito javnega zdravja.

48. Sporni nacionalni predpisi, kolikor so upoštevni, predvidevajo absolutno prepoved sklicevanja na shujšanje in na sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja pri oglaševanju živil (zlasti na navedbah na embalaži). Tako se v dveh točkah razlikujejo od nacionalnih predpisov, ki so bili obravnavani v zgoraj navedenih sodbah v zadevi Komisija proti Avstriji ter Sterbenz in Haug. Ker je šlo v teh zadevah za splošno prepoved navedb o zdravju na živilih, razen če so to predhodno dovolili pristojni nacionalni organi, so v tem primeru

50. Pri presoji prepovedi zadevnih navedb na označbah ali embalaži živil je treba najprej opozoriti na načelo, na katerem temelji Direktiva o označevanju, to je — s pozitivnega vidika —, da je treba potrošnika ustrezno poučiti o različnih značilnostih nekega živila, in — z negativnega vidika —, da se ga ne sme zavesti glede teh značilnosti, zapisanih v navedbah, to načelo pa je v skladu tako z gospodarskimi interesi kot z interesi zdravja.

17 — Glej zlasti sodbo z dne 2. februarja 1994 v zadevi *Verband Sozialer Wettbewerb* (C-315/92, Recueil, str. I-317, točka 12) o razlagi Direktive Sveta 76/768/EGS z dne 27. julija 1976 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi s kozmetičnimi izdelki (UL L 262, str. 169).

18 — Glej sodbo Komisija proti Avstriji, navedeno v opombi 11, točka 47. Glej tudi sodbo z dne 13. marca 2003 v zadevi *Müller* (C-229/01, Recueil, str. I-2587, točke od 31 do 34).

51. Glede na to osnovno načelo se tako postavlja vprašanje, ali je ta prepoved sklicevanja na shujšanje ali na zdravniška priporočila in potrdila potrebna, če nacionalni zakonodajalec meni, da je treba taka sklicevanja po svoji naravi očitno vedno šteti za

zavajajoča in da bi potrošnja blaga s takimi navedbami ogrozila javno zdravje.

52. Nedvomno se mi zdi, da tako strogega stališča ni mogoče sprejeti. Če izdelek namreč dejansko pripomore k shujšanju na način, ki se lahko znanstveno dokaže, je težko sprejeti, da bi lahko navedba te značilnosti na oznaki ali embalaži zavedla kupca. Nasprotno je to zelo pomemben podatek za potrošnika, ki ga lahko prepriča, da kupi in uporabi izdelek ali pa ga od njega odvrne. Če, kot trdi FICS, tega podatka ne bi bilo, bi lahko bilo ogroženo zdravje potrošnika, ki bi v prevelikih količinah užival izdelek za hujšanje.

53. Ta opomba enako velja za zdravniška priporočila in potrdila. Ni mogoče izključiti možnosti, da so take navedbe znanstveno utemeljene in da, če niso zavajajoče, potrošniku zagotavljajo ustrezne podatke ob morebitnem nakupu spornega izdelka. Take navedbe so sicer le alternativne in lahko okrepijo trditve o značilnostih samega izdelka. Težko je dojeti, kako bi lahko same ogrožale javno zdravje.

54. Treba je poudariti, da Sodišče pri presoji, ali je podatek o izdelku zavajajoč, kot merilo uporablja domnevno pričakovanje potrošnika, ki je običajno obveščen in razumno pozoren ter preudaren.¹⁹ To predpostavlja, da se potrošnik vedno seznani s podatki, navedenimi na označbah, in da je sposoben presoditi te podatke pred (prvim) nakupom tega izdelka. Zdi se mi, da je potrošnik dovolj zaščiten, če je obvarovan pred zavajajočimi podatki o izdelkih, in da ne potrebuje zaščite pred podatki, katerih uporabnost lahko sam presodi, ko izdelek kupi in uporabi.

55. Absolutna prepoved zgoraj navedenih navedb zato očitno presega svoj cilj, saj zadeva tudi navedbe, za katere ni dokazano, da so zavajajoče. Zato tak predpis ni nujen za izvedbo zadanega cilja, to je za preprečitev ogrožanja javnega zdravja.²⁰

56. Še več, taka prepoved je nesorazmerna glede na uresničitev tega cilja, saj je mogoče predvideti druge ukrepe z manjšimi omejevalnimi učinki na trgovino. Tako bi lahko

19 — Glej sodbi z dne 16. julija 1998 v zadevi Gut Springenheide in Tuský (C-210/96, Recueil, str. I-4657, točka 31) in z dne 13. januarja 2000 v zadevi Estée Lauder (C-220/98, Recueil, str. I-117, točka 27).

20 — Glej sodbo z dne 28. januarja 1999 v zadevi Unilever (C-77/97, Recueil, str. I-431, točka 33).

prepovedali vse navedbe, ki bi lahko zavedle potrošnika glede lastnosti izdelkov, ki pripomorejo k shujšanju, in zavajajoča sklicevanja na zdravniška priporočila in potrdila.²¹ Tak ukrep omogoča nacionalnim organom, da v posameznih primerih ukrepajo proti kršitvam, kadar lahko uporabljene navedbe dejansko ogrozijo javno zdravje, ne da bi ovirali trgovino z izdelki, ki ne pomenijo takega tveganja. Tak pristop ne izključuje, da bi se (začasno) tržili izdelki z zavajajočimi podatki o shujševalnih učinkih. Vendar se zdi malo verjetno, da bi zaužitje teh izdelkov, ki nimajo shujševalnih učinkov, lahko pomenilo nevarnost za javno zdravje.

da se borimo proti čezmernemu hujšanju, se bolj zdi, da je treba naznaniti boj proti pojavu samemu. Zaščita pred izdelki, ki so zakonito predstavljeni kot izdelki za hujšanje, ni primeren način za doseg tega cilja in omejuje trgovino s temi izdelki bolj, kot je to potrebno. Še več, če bi sledili logiki sklepanja Egbertsa, bi boj proti debelosti lahko upravičil splošno prepoved oglaševanja vseh živil.

58. Ob upoštevanju navedenega je treba na tretje in četrto vprašanje odgovoriti tako, da neusklajenih nacionalnih predpisov na področju označevanja živil v smislu člena 18(1) Direktive 2000/13, ki prepoveduje določene navedbe, kot so „sklicevanje na shujšanje“ in „sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti“, ni mogoče upravičiti na podlagi člena 18(2) Direktive 2000/13.

57. Douwe Egberts je prav tako trdil, da naj bi bil namen prepovedi sklicevanja na shujšanje preprečevati primere bolezenskega hujšanja. Prepoved sklicevanja na zdravniška priporočila naj bi temeljila na ideji, da bi bilo mogoče razbrati iz njih, da ima izdelek zdravilne značilnosti, čeprav jih ne bi imel. Zdi se, da te ugotovitve temeljijo na pojmovanju, da je potrošnik naiven in nekritičen ter so v očitnem nasprotju s pojmom potrošnika, ki je omenjen v točki 54, ki ga Sodišče uporablja kot merilo. Če je potrebno,

Oglaševanje

59. Da bi odgovorili na tretje, četrto in peto vprašanje o skladnosti nacionalnih predpisov,

21 — Sodba Unilever, navedena v opombi 20, točka 35.

ki prepovedujejo sklicevanje na shujšanje ali zdravniška priporočila in potrdila pri oglaševanju, je treba najprej preučiti upoštevna pravila Direktive o označevanju.

členov 28 ES in 30 ES, saj so upoštevna dejstva spora o glavni stvari koncentrirana v Belgiji. Z drugimi besedami, vprašanje je, ali gre za popolnoma notranjo situacijo, za katero se ti predpisi ne smejo uporabiti.

60. V točki 41 sem že poudaril dejstvo, da je Direktiva 2000/13 delno usklajena glede oglaševanja. Kot izhaja iz preambule Direktive 2000/13²², so zadevne določbe dopolnilne narave, ker je njihov cilj zagotoviti učinkovito uporabo prepovedi zavajajočih navedb pri označevanju.

61. Sporni nacionalni predpisi gredo dlje kot Direktiva o označevanju, saj prepovedujejo določeno oglaševanje, neodvisno od tega, ali je zavajajoče. V skladu s sistemom, ki ga predvideva Direktiva, jih je treba presoditi glede na člena 28 ES in 30 ES.

63. Res je, da se dejstva spora o glavni stvari nanašajo le na Belgijo. Vseeno pa se sme določbo, kot je sporna določba, presoditi glede na določbe Pogodbe o prostem pretoku blaga. Glede takih položajev je Sodišče večkrat presodilo, da uporabe člena 28 ES ni mogoče zavrniti samo zato, ker so v konkretnem primeru, ki je predloženo nacionalnemu sodišču, vsi elementi omejeni na eno samo državo članico. Sodišče je v tem smislu razsojalo ne samo v „popolnoma notranjih“ sporih, v katerih je očitno šlo za diskriminatorne ukrepe,²³ ampak tudi v primerih, kjer je zadevni ukrep brez razlikovanja veljal za nacionalne in uvožene izdelke.²⁴

64. Nacionalna ureditev, ki je predmet spora o temelju, vsebuje absolutno prepoved uporabe sklicevanj na shujšanje ali na zdravniška

62. Preden izvedemo ta preizkus, je treba omeniti stališče Douwe Egbertsa, da manjka tuji element, ki je nujen za uporabo

22 — Glej točko 14 preambule.

23 — Sodba z dne 7. maja 1997 v zadevi Pistre in drugi (od C-321/94 do C-324/94, Recueil, str. I-2343, točki 44 in 45).

24 — Sodbi z dne 22. oktobra 1998 v zadevi Komisija proti Franciji (C-184/96, Recueil, str. I-6197, točka 17) in z dne 5. decembra 2000 v zadevi Guimont (C-448/98, Recueil, str. I-10663, točke od 19 do 22).

priporočila in potrdila pri oglaševanju živil. Taka prepoved ima po naravi zelo pomembne posledice za prodajo izdelkov, ki se tržijo kot izdelki za hujšanje. Potrošniki in zlasti tisti, ki imajo potrebo, da uporabljajo take izdelke, so namreč prikrajšani za bistvene podatke o ponudbi zadevnih izdelkov. Z drugimi besedami, možnosti proizvajalca teh izdelkov, ki so sami po sebi zakoniti, da dosežejo svojo ciljno skupino, so močno omejene. To še bolj drži, kadar gre za nove izdelke, ki potrošnikom še niso poznani. V zvezi z izdelki, ki so bili zakonito izdelani in trženi v drugi državi članici, splošna prepoved navajanja posebnih in razlikovalnih značilnosti resno ovira njihov dostop na belgijski trg. V teh okoliščinah menim, da zadevni nacionalni predpisi pomenijo neposredno in dejansko oviro za trgovino med državami in da se ni mogoče izogniti preizkusu glede na določbe Pogodbe o prostem pretoku blaga zgolj zato (slučajno), ker se vprašanje njene skladnosti z navedenimi predpisi zastavlja v okviru spora, ki ga je treba šteti kot popolnoma notranjega.

vendarle lahko zmanjša njihov obseg, ker vpliva na možnosti trženja uvoženih izdelkov.²⁵ Ta zadeva se je nanašala na nacionalni predpis, ki je prepovedoval oglaševanje določenih alkoholnih pijač. V tem primeru je Sodišče odločilo, da je bil predpis v nasprotju s členom 30 Pogodbe EGS, saj je vplival predvsem na uvožene pijače in ga ni bilo mogoče upravičiti na podlagi člena 36 Pogodbe EGS. Drugi nacionalni predpisi o oglaševanju, ki so se v okviru predhodne sodne prakse preverjali glede na člen 30 Pogodbe EGS, so urejali prepoved razdeljevanja oglaševalnih letakov, ki so vsebovali določene podatke²⁶, in prepoved oglaševanja (ponovno) določenih alkoholnih pijač na določenih krajih.²⁷ V teh dveh zadevah je Sodišče prav tako presodilo, da lahko sporne določbe negativno vplivajo na trgovino, čeprav jih je pod določenimi pogoji mogoče utemeljiti.

66. Sodišče je sodno prakso o skladnosti nacionalnih predpisov o oglaševanju s

65. Skladnost nacionalnih predpisov o oglaševanju z določbami Pogodbe o prostem pretoku blaga je bila predmet različnih sodb Sodišča. Sodišče je že leta 1980 razsodilo, da čeprav omejitev možnosti oglaševanja določenih izdelkov neposredno ne vpliva na uvoz,

25 — Sodba z dne 10. julija 1980 v zadevi Komisija proti Franciji (152/78, Recueil, str. 2299, točka 11). Ta ugotovitev se nahaja tudi v sodbah z dne 15. decembra 1982 v zadevi Oosthoek Uitgeversmaatschappij (286/81, Recueil, str. 4575, točka 15); z dne 7. marca 1990 v zadevi GB-INNO-BM (C-362/88, Recueil, str. I-667, točka 7) in z dne 25. julija 1991 v zadevi Aragonesa de Publicidad Exterior in Publivia (C-1/90 in C-176/90, Recueil, str. I-4151, točka 10).

26 — Sodba GB-INNO-BM, navedena v opombi 25.

27 — Sodba Arrest Aragonesa de Publicidad Exterior in Publivia, navedena v opombi 25.

členom 28 ES razvilo še po sodbi Keck in Mithouard²⁸, s katero se je odzvalo na dejstvo, da so se tržni subjekti pri izpodbijanju raznovrstnih predpisov o ureditvi njihovih ravnanj pri prodaji vse bolj sklicevali na člen 28 ES. Da bi Sodišče ustavilo to težnjo, je spremenilo doslej uporabljeno smernico, na podlagi katere se vsi trgovinski predpisi držav članic, ki lahko neposredno ali posredno in dejansko ali morebitno ovirajo trgovino v Skupnosti, štejejo za ukrep z enakim učinkom, kot so količinske omejitve v smislu člena 28 ES.²⁹ Tako je iz tega pojma izključilo uporabo nacionalnih predpisov, ki omejujejo ali prepovedujejo določene načine prodaje, za izdelke iz drugih držav članic, če veljajo za vse zadevne subjekte, ki izvajajo svojo dejavnost na državnem ozemlju in če enako pravno in dejansko vplivajo na trženje domačih izdelkov in izdelkov iz drugih držav članic.³⁰ Nacionalni predpisi, ki ustrezajo temu pogoju, po svoji naravi niso zajeti v področje uporabe člena 28 ES, saj se štejejo za nevtralne glede na trgovino med državami članicami. Kot se je Sodišče izreklo: „kadar so ti pogoji izpolnjeni, uporaba te vrste določb za prodajo izdelkov, ki izvirajo iz druge države članice in ki so v skladu s predpisi te države, ni taka, da bi omejevala njihov dostop na trg ali da bi ga ovirala bolj kot za

domače izdelke. Te določbe torej ne spadajo na področje uporabe člena 30 Pogodbe ES.“³¹

67. Nacionalni predpisi o oglaševanju se prav tako štejejo za način prodaje v smislu sodbe Keck in Mithouard. Za primer lahko navedemo zadevo Hünermund in drugi³², ki je zadevala prepoved, da lekarnarji oglašujejo nefarmacevtske izdelke zunaj lekarn, in zadevo Leclerc-Siplec³³, ki se je nanašala na prepoved televizijskega oglaševanja za sektor distribucije. Teh predpisov torej ni bilo treba preučiti glede na člen 28 ES. V zadevi De Agostini in TV-Shop³⁴ in v zadevi Gourmet International Products³⁵ pa nasprotno Sodišče ni presojalo nacionalnih predpisov, ki prepovedujejo vse televizijsko oglaševanje, ki je namenjeno otrokom mlajšim od 12 let, in vse oglaševanje alkoholnih pijač v tisku zgolj kot način prodaje, ampak je preizkusilo, ali je bil izpolnjen drugi pogoj, ki ga navaja sodba Keck in Mithouard, in izpostavilo, da bi lahko imela popolna prepoved določene oblike oglaševanja izdelka, ki je zakonito

31 — Točka 17 sodbe.

32 — Sodba z dne 15. decembra 1993 (C-292/92, Recueil, str. I-6787, točka 19).

33 — Sodba z dne 9. februarja 1995 (C-412/93, Recueil, str. I-179, točka 22).

34 — Sodba z dne 9. julija 1997 (od C-34/95 do C-36/95, Recueil, str. I-3843).

35 — Sodba z dne 8. marca 2001 (C-405/98, Recueil, str. I-1795).

28 — Sodba z dne 24. novembra 1993 (C-267/91 in C-268/91; Recueil, str. I-6097).

29 — Sodba z dne 11. julija 1974 v zadevi Dassonville (8/74, Recueil, str. 837, točka 5).

30 — Točka 16 sodbe Keck in Mithouard, navedena v opombi 28.

tržen, v eni državi članici večji učinek na izdelke, ki izvirajo iz drugih držav članic.³⁶

68. Zadevne prepovedi oglaševanja imajo v zadevah Hünermund in drugi ter Leclerc-Siplec omejen obseg. V prvi zadevi je prepoved omejena na oglaševanje nefarmacevtskih izdelkov zunaj lekarn. V drugi zadevi se je prepoved nanašala na uporabo televizije za oglaševanje določene stopnje trženja, to je stopnje distribucije. Pri preizkusu teh predpisov je Sodišče kot pomembno izpostavilo dejstvo, da je drugim gospodarskim subjektom pustilo možnost drugačnega oglaševanja spornih izdelkov. Z drugimi besedami, vloga, ki jo je imelo oglaševanje pri pridobitvi dostopa do trga za zadevne izdelke, je ostala nedotaknjena.

69. Drugače je bilo v zadevah De Agostini in TV-Shop ter Gourmet International Products. V zadevi De Agostini in TV-Shop je Sodišče poudarilo dejstvo, da je bilo televizijsko oglaševanje edina oblika učinkovitega oglaševanja, ki je omogočila proizvajalcu, da prodre na švedski trg, ker ni imel na voljo drugih oblik oglaševanja, da bi dosegel ciljno

skupino, to so otroci in njihovi starši.³⁷ Šlo je za očitno odločilen dejavnik, čeprav je bilo nacionalnemu sodišču prepuščeno vprašanje, ali je bilo tako tudi v praksi. V zadevi Gourmet International Products je bil položaj podoben. Sodišče je presodilo, da bi prepoved vsakršnega oglaševanja alkoholnih pijač bolj ovirala dostop na trg izdelkom, ki izvirajo iz drugih držav članic, kot domačim izdelkom, s katerimi je potrošnik nehotе bolje seznanjen.

70. Pristop, sprejet v teh zadevah, kaže na to, da je Sodišče priznalo vlogo, ki jo ima oglaševanje na gospodarskem področju in splošneje pri dostopu do trga. Pri notranjem trgu se ta vloga ne omejuje na zagotavljanje podatkov potrošniku in na to, da ga pritegne kot kupca. Gre tudi za sredstvo, ki proizvajalcem omogoča, da prodrejo na druge trge, da bi potrošnikom predstavili izdelke, ki jih ne poznajo, ali da jim ponudijo alternativo za izdelke, ki jih že poznajo. Oglaševanje lahko prispeva k povečanju preglednosti trga, spodbudi njegovo delovanje in prepreči njegovo stagnacijo. Vse, splošna prepoved oglaševanja, prepoved oglaševanja določenih izdelkov oziroma prepoved oglaševanja določenih značilnosti izdelkov, po svoji naravi nujno vpliva na trženje izdelkov, na katere se nanaša. Tako ni mogoče pritrditi, da so taki

36 — Sodba De Agostini in TV-Shop, navedena v opombi 34, točka 42, in sodba Gourmet International Products, navedena v opombi 35, točka 19.

37 — Glej točko 43 sodbe, navedene v opombi 34.

predpisi *a fortiori* nevtralni pri trgovini med državami članicami.³⁸

državi članici. Odločilno je dejstvo, da je izdelku iz druge države članice prepovedan dostop na trg. V takem primeru je potreben poglobljen preizkus glede na člena 28 ES in 30 ES.

71. Nasprotje med skupinama sodb kaže, kako je treba razumeti natančno opredelitev pojma „ukrep z enakim učinkom, kot so količinske omejitve“ v smislu člena 28 ES, kot jo je Sodišče določilo v sodbi Keck in Mithouard s pojmom načina prodaje. Če je določena oblika oglaševanja edini učinkoviti način prodora na določen nacionalni trg ali če ga opredeljujejo ustaljeni vzorci potrošnje, bo prepoved oglaševanja vedno močno ovirala dostop na trg izdelkom, ki izvirajo iz drugih držav članic. Po mojem mnenju velja enako za prepoved oglaševanja novih izdelkov, ki so bili zakonito proizvedeni in trženi v drugih državah članicah, saj je bistvenega pomena, da pridobijo ugled, ki jim bo omogočil pridobitev tržnega položaja. Brez učinka je dejstvo, da enaka prepoved ovira tudi prihod na trg novih primerljivih izdelkov, ki so proizvedeni in trženi v zadevni

72. Poleg tega opredelitev nacionalne določbe kot načina prodaje pomeni, da je ta izključena iz področja uporabe člena 28 ES in iz sodnega nadzora na podlagi prava Skupnosti. Posledično je treba opredelitev načina prodaje pridržati predpisom, ki se nanašajo na splošne pogoje trženja izdelkov in ki omejujejo gospodarsko svobodo gospodarskih subjektov.³⁹ Ne velja za predpise, ki se nanašajo na značilnosti izdelkov ali ki omejujejo trženje izdelkov z določenimi značilnostmi.

73. Da povzamemo, na področju oglaševanja je treba razlikovati med predpisi, ki določajo absolutno prepoved, ki sem jo navedel v točki 70, in tistimi, ki se nanašajo *stricto sensu* na oglaševalska sporočila. Glede teh je treba omeniti predvsem prepoved oglaševanja, ki kazi pokrajino, oglaševanja na javnih stavbah, oziroma oglaševanja ob določenih dogodkih. Očitno je, da taki predpisi, ki glede trženja izdelkov ne prepovedujejo oglaševanja na splošno in absolutno, ampak

38 — O tej točki glej pripombe generalnega pravobranilca Jacobsa v zadevi Leclerc-Siplec, navedene v opombi 33, točki 20 in 21, sklepnih predlogov.

39 — Sodba z dne 29. junija 1995 v zadevi Komisija proti Grčiji (C-391/92, Recueil, str. I-1621, točka 15).

postavljajo različne pogoje za določene razloge, ne ovirajo dostopa na trg in trženja z drugimi sredstvi. Njihov cilj ni omejevanje dostopa na trg in imajo daljno zvezo s trženjem kot takim.

76. Sporni nacionalni predpis velja za oglaševalska sporočila ne glede na izvor izdelkov, na katera se nanašajo. Zato je lahko razlog za utemeljitev poleg interesa zaščite javnega zdravja, ki ga uveljavlja predložitveno sodišče, tudi interes varstva potrošnikov.

74. Te ugotovitve me vodijo k sklepu, da absolutne prepovedi sklicevanja na shujševalne učinke ali zdravniška priporočila in potrdila pri oglaševanju ni mogoče šteti za način prodaje v smislu sodbe Keck in Mithouard in jo je treba v celoti preizkusiti glede na člena 28 ES in 30 ES.

77. Ob upoštevanju nesporazumov, ki bi se lahko pojavili glede izdelkov, ki so predstavljeni kot izdelki za hujšanje, in glede morebitnih nevarnosti za zdravje v primeru nepremišljene uporabe teh izdelkov, je očitno upravičeno, da bi lahko država članica določila pravila za način, na katerega se lahko ti izdelki dajo na trg, vključno z njihovim oglaševanjem.

75. Ob upoštevanju dejstva, ki sem ga že ugotovil v točki 64, da je enaka prepoved lahko imela dejanske posledice na uvoz blaga, ki prispeva k hujšanju, je treba preizkusiti, ali jo lahko upraviči splošni interes, ki ga priznavata člen 30 ES in sodna praksa. V skladu z ustaljeno sodno prakso Sodišča je treba dalje dokazati, da je ta ukrep nujen za doseg sprejetih zadevnih ciljev in ne vpliva na trgovino bolj, kot je to potrebno.

78. Vendar morajo taka pravila zadostiti zahtevam o nujnosti, primernosti in sorazmernosti. Kot sem že ugotovil o nacionalnih predpisih o označevanju, gre za interes potrošnika, da je tako v gospodarskem smislu kot z vidika zdravja pravilno obveščen o lastnostih izdelka, ki ga namerava kupiti. Navedbe na označbi in oglaševalska sporočila imajo primerljivo vlogo, če gre za informiranje potrošnika. Vendar se razlikujejo v tem, da se lahko pri oglaševanju pritegne

pozornost potrošnika na izdelke, s katerimi se običajno ne bi seznanil. Oglaševalska sporočila so na splošno neodvisna od zadevnega izdelka, medtem ko je pri označevanju podatek pritrjen na sam izdelek.

dila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda, v nasprotju s členoma 28 ES in 30 ES.

79. Ta razlika vseeno ne pripelje do različne presoje nacionalnih predpisov, ki veljajo za označevanje in oglaševanje. V obeh primerih je pomembno, da potrošnik ni zaveden. Če so zadevni podatki pravilni, je treba izhajati iz načela, da si je potrošnik, ki je običajno obveščen in razumno pozoren ter preudaren,⁴⁰ sposoben oblikovati mnenje o oglaševanih izdelkih, ne da bi to škodovalo njegovim gospodarskim interesom ali interesom zdravja. Absolutna prepoved pridobitve zadevnih podatkov presega to, kar je potrebno za zavarovanje teh interesov. *A fortiori*, ti interesi bi lahko bili oškodovani, če se ne bi posredovalo podatkov o lastnostih izdelka, ki prispeva k hujšanju.

80. Zato iz tega sklepam, da je nacionalna ureditev, ki pri oglaševanju prepoveduje vsako sklicevanje na shujševalne značilnosti izdelka ali na zdravniška priporočila, potr-

81. Na koncu je treba preizkusiti posledice, ki iz te ugotovitve izhajajo za ta predpis. Kot je Sodišče že večkrat potrdilo, nacionalne ureditve, ki je v nasprotju s členoma 28 ES in 30 ES, ni mogoče uporabljati za uvožene izdelke.⁴¹ Sodišče je v zadevi SARPP sicer odločilo, da kadar je nacionalna ureditev na področju oglaševanja v nasprotju s členoma 30 in 36 Pogodbe, je njena uporaba prepovedana le, če se nanaša na uvožene izdelke in ne na nacionalne izdelke.⁴² Poudaril sem že tesno zvezo med označevanjem in oglaševanjem in dejstvo, da je Direktiva 2000/13 razširila uporabo določenih pravil na oglaševanje, da bi preprečila, da bi se predpisi na področju označevanja obšli z oglaševalskimi sporočili. Ker sem prišel do sklepa, da prepoved zadevnih navedb na označbah živil ni v skladu z Direktivo o označevanju, mora nacionalno sodišče določiti, koliko se sporna ureditev še sme uporabljati za oglaševalska sporočila, ki uporabljajo enake navedbe za nacionalne izdelke.

40 — Glej sodno prakso, navedeno v opombi 19.

41 — Sodbi SARPP, navedena v opombi 10, točka 16, in Guimont, navedena v opombi 24, točka 35.

42 — Sodba SARPP, navedena v opombi 10, točka 16.

VIII – Predlog

82. Iz teh razlogov predlagam Sodišču, naj na postavljena vprašanja predsednika Rechtbanka van Koophandel te Hasselt odgovori tako:

1. Člen 2 Direktive 1999/4/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. februarja 1999 o kavnih in cikorijskih ekstraktih je treba razlagati tako, da se smejo imena, pod katerimi se izdelki prodajajo in so navedena v Prilogi k Direktivi, uporabljati le za izdelke iz te priloge, tako da se poleg teh imen smejo za te izdelke uporabljati tudi druga imena (kot trgovsko ali fantazijsko ime) pod pogojem, da jih ni mogoče zamenjati s predpisanimi imeni, pod katerimi se izdelki prodajajo.
2. Člen 18 Direktive 2000/13/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. marca 2000 o približevanju zakonodaje držav članic o označevanju, predstavljanju in oglaševanju živil je treba razlagati tako, da nasprotuje uporabi neusklajenih nacionalnih predpisov na področju označevanja živil, ki pri označevanju, predstavljanju ali oglaševanju živil prepovedujejo uporabo določenih navedb, kot so „sklicevanje na shujšanje“ in „sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda“.
3. Člena 28 ES in 30 ES prepovedujeta, da se neusklajeni nacionalni predpisi na področju oglaševanja živil, ki prepovedujejo določene navedbe pri označevanju,

predstavljanju ali oglaševanju, kot so „sklicevanje na shujšanje“ in „sklicevanje na zdravniška priporočila, potrdila, izjave ali mnenja ali izjave o učinkovitosti proizvoda“, uporabljajo za živila, uvožena iz drugih držav članic. Ob upoštevanju zveze med pravili o označevanju in pravili o oglaševanju mora nacionalno sodišče določiti, koliko se smejo pravila o oglaševanju uporabljati za enake navedbe na domačih izdelkih.