

GENERALINIO ADVOKATO
L. A. GEELHOED
IŠVADA,
pateikta 2003 m. gruodžio 11 d.¹

I — Įvadas

II — Teisinės aplinkybės

A — Bendrijos teisė

1. Ši byla susijusi su Bendrijos nuostatų dėl maisto produktų, ypač kavos, ženklinimo ir reklamos, aiškinimu. Pirmiausia klausiama, ar taikytini Bendrijos teisės aktai dėl numatytų kai kurių kavos produktų pavadinimų vartojimo draudžia vartoti išgalvotus pavadinimus kartu su privalomais produktų pavadinimais. Be to, klausiama, ar nacionalinės teisės aktų nuostatos, draudžiančios nuorodas į liekninamąjį poveikį ir į gydytojų rekomendacijas ženklinant maisto produktus ir juos reklamuojant, yra suderinamos su Bendrijos pirmine ir antrine teise.

2. EB 28 straipsniu valstybių narių tarpusavio prekyboje uždraudžiami kiekybiniai importo apribojimai ir visos lygiavėčio poveikio priemonės.

3. 1999 m. vasario 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 1999/4/EB dėl kavos ir cikorijos ekstraktų² (toliau – Direktyva 1999/4, arba – Kavos direktyva) įtvirtintos nuostatos dėl šių produktų ženklinimo ir pavadinimai, su kuriais šie produktai turi būti parduodami.

1 — Originalo kalba: olandų.

2 — OL L 66, 1999, p. 26.

4. Direktyvos 1999/4 2 straipsnyje nurodoma:

6. Kavos ekstraktas, tirpus kavos ekstraktas arba tirpioji kava Direktyvos 1999/4 priede apibrėžiami taip:

„Šiame priede apibūdintiems produktams Direktyva 79/112/EEB taikoma laikantis šių sąlygų:

- a) priede išvardytais produktų pavadinimais vadinami tik jame nurodyti produktai, ir šie pavadinimai turi būti vartojami prekyboje šiems produktams pavadinti. Prie minėtų pavadinimų rašomi tokie žodžiai:

„<...> koncentruotas produktas, pagamintas ekstrahuojant skrudintas kavos pupeles, kaip ekstrahavimo priemonę naudojant tik vandenį ir netaikant kitų technologinių hidrolizės procesų, kurių metu dedama rūgšties ar bazės. Neskaitant tų netirpių medžiagų, kurių techniškai neįmanoma pašalinti, ar netirpių, iš kavos gautų aliejų, kavos ekstrakto turi būti tik kavos tirpiųjų bei aromatinių sudedamųjų dalių <...>

<...>

- „tyrė“ arba „tyrės pavidalo“, arba

- „skystas“ arba „skysto pavidalo“.

Kietame kavos ekstrakto arba jo tyrėje turi būti tik tų medžiagų, kurios buvo gautos ekstrahuojant kavą <...>“

<...>“

5. Pagal Direktyvos 1999/4 3 straipsnį valstybės narės nepriima priede apibūdintus produktus reglamentuojančių nacionalinės teisės aktų nuostatų, kurios nėra numatytos šioje direktyvoje.

7. Direktyvos 1999/4 2 straipsnyje nurodoma 2000 m. kovo 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto produktų ženklinimu, pateikimu ir reklavimu, derinimo³ (toliau – Direktyva 2000/13,

3 – OL L 109, 2000, p. 29.

arba – Ženklavimo direktyva), kuri yra dažnai keičiamos tokio paties pavadinimo Direktyvos 79/112/EEB kodifikuota redakcija.

iii) užsiminta apie ypatingas maisto produkto charakteristikas, nors tokias charakteristikas turi visi panašūs maisto produktai;

8. Direktyvos 2000/13 2 straipsnio 1 dalyje įtvirtintos tokios maisto produktų ženklavimo taisyklės:

b) ženklinimui neturi būti taikomos Bendrijos nuostatos, taikytinos natūraliam mineraliniam vandeniui ir specialios paskirties maisto produktams, ženklinant nė vienam maisto produktui neturi būti priskiriamos gydomosios ar profilaktinės savybės arba daroma nuoroda į jas.“

„Ženklavimas ir ženklinimo būdai:

9. Be to, Direktyvos 2000/13 3 straipsnio 1 dalyje nurodoma:

a) neturi iš esmės klaidinti pirkėjo, visų pirma dėl:

„Remiantis 4–17 straipsniais ir juose pateiktomis išimtimis, ženklinant maisto produktus būtina nurodyti šią pagrindinę informaciją:

i) maisto produkto charakteristikų, ypač jo pobūdžio, tapatybės, savybių, sudėties, kiekio, tinkamumo vartoti trukmės, kilmės, pagaminimo būdo;

1) pavadinimas, su kuriuo produktas parduodamas;

ii) maisto produktui priskirto poveikio arba savybių, kurių jis iš tikrųjų neturi;

<...>“

10. Direktyvos 2000/13 5 straipsnio 1 dalies pirmame sakinyje ir 2 dalyje nurodyta:

produktais, taikydamos nesuderintas nacionalines nuostatas, reglamentuojančias tam tikrų maisto produktų arba apskritai maisto produktų ženklinimą bei pateikimą.

„1. Pavadinimas, su kuriuo maisto produktas yra parduodamas, ? tai jam taikytinose Bendrijos nuostatose numatytas jo pavadinimas.

2. Šio straipsnio 1 dalis netaikoma toms nesuderintoms nacionalinėms nuostatomis, kurios pagrįstos:

<...>

2. Nei prekių ženklas, nei komercinis ženklas, nei išgalvotas pavadinimas negali būti vartojami vietoj pavadinimo, su kuriuo produktas yra parduodamas.

— visuomenės sveikatos apsauga,

<...>“ (Pataisytas vertimas)

— sukčiavimo prevencija, nebent tokios nuostatos trukdytų taikyti šioje direktyvoje nustatytus apibrėžimus ir taisykles,

11. Dėl direktyva nesuderintų nacionalinės teisės nuostatų, reglamentuojančių maisto produktų ženklinimą ir pateikimą, Direktyvos 2000/13 18 straipsnyje nurodyta:

— pramoninės ir komercinės nuosavybės teisių apsauga, kilmės nuorodomis, registruotaisiais kilmės vietos pavadinimais ir nesąžiningos konkurencijos prevencija.“

„1. Valstybės narės negali uždrausti prekiauti šios direktyvos taisykles atitinkančiais maisto

B — *Nacionalinės teisės aktai*

„Maisto produktų reklamoje draudžiama vartoti:

12. Belgijos nacionalinės teisės atitinkamos nuostatos dėl pavadinimų, kuriais parduodama kava, įtvirtintos 1987 m. kovo 5 d. Karališkuoju dekretu dėl kavos, kavos ekstraktų ir kavos pakaitalų (toliau – kavos dekretas).

<...>

3) nuorodas į lieknėjimą;

13. Kavos dekreto 1 straipsnyje produktas „kava“ apibrėžiamas taip:

<...>

„<...> tinkamai išvalytos ir skrudintos kavos pupelės (*Coffea* genties rūšių)“.

14. Kavos dekreto 3 straipsnio 1 dalyje nustatyta:

7) nuorodas į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones arba pritarimo pareiškimus, išskyrus informaciją, kad maisto produktas negali būti vartojamas nepasitarus su mediku <...>“

„1 straipsnyje nurodyti maisto produktai, juos pateikiant į rinką, turi būti pavadinti tiksliai jų aprašymą šiame straipsnyje atitinkančiais pavadinimais.“

III — Faktinės bylos aplinkybės ir procesas

15. 1980 m. balandžio 17 d. Karališkajame dekrete dėl maisto produktų reklamos 2 straipsnyje nustatyta:

16. *Douwe Egberts NV* (toliau – *Douwe Egberts*) gamina ir Belgijos rinkoje prekiauja kava, pavadinta „Douwe Egberts“. Ji teisme ginčija produkto, kuris pateikiamas į rinką pavadinimu „DynaSvelte Koffie“, pardavimą. Šį produktą gamina *Westrom Pharma NV*

(toliau – *Westrom Pharma*). Iki 2001 m. gruodžio 31 d. jį platino Christophe Souranis, veikiantis įmonės *Établissements FICS* vardu. Vėliau jį platino *FICS-World BVBA* (toliau – *FICS-World*).

kad šios nuostatos pažeidžia įvairias nacionalinės teisės nuostatas dėl tokios rūšies produkto reklamos ir ženklinimo. Todėl *Westrom Pharma* ir *FICS-World* pažeidė nacionalinės teisės nuostatas dėl sąžiningos prekybos. *Douwe Egberts*, *inter alia*, prašo uždrausti vartoti pirmiau minėtus užrašus ir išimti iš apyvartos produktus, ant kurių nurodyti šie užrašai.

17. „DynaSvelte Koffie“ yra produktas, kurį sudaro tirpi kava, fruktozė ir chromas. Jis specialiai pateikiamas kaip padedantis lieknėti produktas. Ant indo, pakuotės ir vartojimo instrukcijose nurodyta:

— „visiškas laimėjimas kontroliuojant svorį“,

— „lieknėjimas, geresnė svorio kontrolė, riebalų sanaujų susidarymo stabdys“, ir

— „JAV patentuotą formulę sukūrė Dr. Ann de Wees Allen, bendradarbiaudamas su Glikemijos mokslo tyrimų institutu (Glycemie Research Institute)“.

18. *Rechtbank voor Koophandel te Hasselt* nagrinėjamoje byloje dėl laikinųjų apsaugos priemonių taikymo *Douwe Egberts* nurodo,

19. Manydamas, kad ginčo sprendimas priklauso nuo atsakymo į keletą klausimų dėl Direktyvos 1999/4 išaiškinimo ir galiojimo bei Direktyvos 2000/13 ir EB 28 straipsnio išaiškinimo, nacionalinis teismas nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šiuos klausimus:

„A.1. Ar Direktyvos 1999/4/EB dėl kavos ir cikorijos ekstraktų 2 straipsnis turi būti aiškinamas taip, kad tik šios direktyvos priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti vartojami tame priede nurodytiems produktams pavadinti, ir kartu su šiais produktų pavadinimais negali būti vartojami kiti pavadinimai (t. y. išgalvotas pavadinimas arba komerciniai ženklai); ar 2 straipsnis turi būti aiškinamas taip, kad priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti var-

tojami tik priede nurodytiems produktams pavadinti, tačiau kartu su jais gali būti vartojami kiti pavadinimai (t. y. išgalvotas pavadinimas arba komercinis vardas)?

— ir todėl palieka teisę vartoti pavadinimą „kava“ tik vienos formos „kavai“, t. y. kavos pupelėms,

A.2. Jei Europos Bendrijų Teisingumo Teismas nuspręstų, kad 1999 m. vasario 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/4/EB dėl kavos ir cikorijos ekstraktų turi būti aiškinama taip, kad tik priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti vartojami priede nurodytiems produktams pavadinti ir kartu su šiais produktų pavadinimais negali būti vartojami kiti pavadinimai (t. y. išgalvotas pavadinimas ar komercinis ženklas), ar ši direktyva neprieštarauja EB sutarties 28 straipsniui, kuriuo Europos Bendrijų valstybių narių tarpusavio prekyboje draudžiami kiekybiniai importo apribojimai ir visos lygiavėrio poveikio priemonės, nes taip aiškinama direktyva joje pateiktą kavos ekstraktų sąvoką atitinkančių produktų atžvilgiu:

— neleidžia vartoti kitų nei „kavos ekstraktas“, ar „tirpi kava“ pavadinimų, įskaitant pavadinimą „kava“,

— ir taip dirbtinai apsaugo kavos rinką nuo konkuruojančių produktų, sudarytų iš kitokios nei kavos pupelių formos kavos, *inter alia*, kaip antai kavos ekstraktai ar tirpioji kava?

B.1. Ar Direktyvos 2000/13/EB 18 straipsnio 1 ir 2 dalys turi būti aiškinamos taip, kad nacionalinės teisės aktų nuostatos dėl maisto produktų ženklinimo, pateikimo ir reklamavimo, kurios draudžia nurodyti tam tikrą informaciją, kaip antai „nuorodas į lieknėjimą“ ir „nuorodas į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones arba pritarimo pareiškimus“ ženklinant ir (arba) pateikiant, ir (arba) reklamuojant maisto produktus, net jeigu direktyva nedraudžia vartoti tokios informacijos, ją pažeidžia, atsižvelgiant į tai, kad jos aštuntoje konstatuojamoje dalyje nurodyta, jog tinkamiausias ženklinimas yra toks, kuris sukelia mažiausiai klūčių laisvai prekybai, ir kad tokios nacionalinės teisės aktų nuostatos negali būti taikomos?

B.2. Ar Direktyvos 2000/13/EB 18 straipsnio 2 dalis turi būti aiškinama taip, kad „visuomenės sveikatos apsauga“ laikytinos nesuderintos nacionalinės teisės aktų nuostatos dėl maisto produktų ženklinimo, pateikimo ar reklamavimo, kurios draudžia vartoti tam tikrus užrašus, kaip antai „nuorodos į lieknėjimą“ ir „nuorodos į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones arba pritarimo pareiškimus“?

— nustato papildomą pareigą importuojant maisto produktus, kad jie atitiktų nacionalinės teisės aktus, ir taip sukuria kliūtis valstybių narių tarpusavio prekybai, ir

— netaikomos visiems atitinkamiems subjektams, vykdančioms savo veiklą nacionalinėje teritorijoje, nes nei šios, nei kitos lygiavertės nuostatos netaikomos labai panašioms produktams (pvz., kosmetikos prekėms), todėl nacionalinis teismas negali taikyti šių nuostatų?”

C. Ar EB sutarties 28 straipsnis turi būti aiškinamas taip, kad Europos lygiu nesuderintos nacionalinės teisės nuostatos dėl maisto produktų ženklinimo, pateikimo ir reklamavimo, nukrypstančios nuo Direktyvos 2000/13/EB tiek, kiek jos draudžia vartoti tam tikrus užrašus, kaip antai „nuorodos į lieknėjimą“ ir „nuorodos į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones ar pritarimo pareiškimus“ ženklinant ir (arba) pateikiant, ir (arba) reklamuojant maisto produktus, laikytinos lygiavertės poveikio priemonėmis ir (arba) Europos Bendrijų valstybių narių tarpusavio prekybos kiekybiniai importo apribojimas tiek, kiek šios nacionalinės teisės nuostatos:

20. Rašytines pastabas pateikė pagrindinės bylos šalys, Belgijos vyriausybė, Europos Komisija, Europos Parlamentas ir Europos Sąjungos Taryba. 2003 m. lapkričio 6 d. posėdyje minėtos šalys ir kiti byloje dalyvaujantys asmenys paaiškino savo pozicijas.

IV — Pirmas klausimas (A.1)

produktų⁴, ypač lieknėjimo produktų⁵, vartojimo.

21. Pirmas *Rechtbank voor Koophandel te Hasselt* pirmininko pateiktas klausimas yra susijęs su Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punkto, susijusio su pavadinimų, su kuriais turi būti parduodami kavos ir cikorijos ekstraktai, aiškinimu.

22. Kaip pažymėjo keli byloje dalyvaujantys asmenys, šis klausimas pagrįstas prielaida, kad nagrinėjamas produktas „DynaSvelte Koffie“ patenka į Direktyvos 1999/4 taikymo sritį. Nacionalinio teismo nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą šiuo klausimu aiškiai nepasisakoma. Todėl neįmanoma nustatyti, ar nacionalinis teismas iš tikrųjų nustatė, kad „DynaSvelte Koffie“ turi būti traktuojamas kaip kavos ar cikorijos ekstraktas Direktyvos 1999/4 1 straipsnio prasme.

23. Rašytinėse pastabose Komisija ypač pabrėžia, kad šis produktas parduodamas kaip lieknėjimo arba svorio kontrolės produktas. Todėl ji teigia, kad negalima pašalinti galimybių, jog šioje byloje taikytinos Bendrijos nuostatos dėl specialios paskirties maisto

24. Belgijos vyriausybė, Taryba ir netiesiogiai – Europos Parlamentas nurodė faktą, kad pagal „DynaSvelte Koffie“ sudėties pobūdį šis produktas (akivaizdžiai) neatitinka „kavos ekstrakto“ apibrėžimo, ir todėl (galimai) nepatenka į Kavos direktyvos taikymo sritį. Ši išvada reiškia, kad nė vienas iš Direktyvoje 1999/4 nurodytų pardavimo pavadinimų negali būti vartojamas pavadinti šį produktą.

25. Šiomis aplinkybėmis pažymėtina, kad, atsižvelgiant į kompetencijos padalijimą tarp nacionalinio teismo ir Teisingumo Teismo, nustatyti esmines pagrindinio ginčo faktines aplinkybes, nurodyti taikytinus teisės aktus bei įvertinti galimybę pateikti Teisingumo Teismui klausimus privalo nacionalinis teismas. Pagal nusistovėjusią Teisingumo Teismo praktiką Teisingumo Teismas iš esmės visada turi atsakyti į jam nacionalinio teismo pateiktus klausimus. Teisingumo Teismas gali atsisakyti priimti sprendimą dėl nacionalinio teismo pateikto klausimo, tik jei

4 — 1989 m. gegužės 3 d. Tarybos direktyva 89/398/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su specialios paskirties maisto produktais, suderinimo, OL L 186, 1989, p. 27.

5 — 1996 m. vasario 26 d. Komisijos direktyva 96/8/EB dėl maisto produktų, skirtų apribotos energijos dietų vartojimui siekiant mažinti svorį, OL L 55, 1996, p. 22.

pakankamai akivaizdu, kad prašomas Bendrijos teisės išaiškinimas nesusijęs su faktinėmis pagrindinės bylos aplinkybėmis arba su jos tikslu, t. y. jei problema yra hipotetinė, arba kai Teisingumo Teismas neturi faktinės ar teisinės medžiagos, būtinos pateikti naują atsaikymą į jam pateiktus klausimus⁶.

26. Šioje byloje nėra pagrindo pripažinti nepriimtiniu pirmą klausimą. Nepaisant byloje dalyvaujančių asmenų išreikštų abejonių dėl produkto „DynaSvelte Koffie“ pobūdžio, aplinkybė, jog nacionalinis teismas pateikė klausimą dėl Direktyvos 1999/4, patvirtina, kad jis pripažino, jog šis produktas patenka į šios direktyvos taikymo sritį. Šiuo atveju pripažintina, kad klausimui yra taikoma tinkamumo prezumpcija⁷. Todėl, kaip nurodė Komisija, į pirmą nacionalinio teismo pateiktą klausimą turėtų būti atsakyta remiantis prielaida, kad „DynaSvelte Koffie“ yra įprastas, o ne specialios paskirties maisto produktas ir kad jis patenka į Direktyvos 1999/4 taikymo sritį.

27. Pirmu klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės

prašo nustatyti Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punkto žodžio „tik“ prasmę. Ar jis reiškia, kad priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti vartojami tik jame nurodytiems produktams pavadinti, kitaip tariant, ar šie produktų pavadinimai vartojami vien tik produktams, turintiems direktyvos priede nurodytas savybes? Ar šis žodis reiškia, kad tokie produktai gali būti žymimi išimtinai tik minėtais pavadinimais? Jei pirmasis aiškinimas yra teisingas, kartu su privalomai vartojamu produkto pavadinimu gali būti vartojami kiti pavadinimai, pavyzdžiui, komerciniai ženklai ir išgalvoti pavadinimai. Jei teisingas antrasis aiškinimas, kitų tokių pavadinimų vartojimas neleidžiamas.

28. Dauguma rašytines pastabas pateikusių bylos šalių⁸ mano, kad į šį klausimą turi būti atsakyta vadovaujantis pirmuoju aiškinimu. Jos sutinka, kad Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punktas reiškia, jog tik direktyvos priede nurodytas savybes turintys produktai gali būti pateikiami į rinką nustatytais pavadinimais, ir tai nepanaikina galimybės vartoti kitų pavadinimų, kaip antai komerciniai ženklai ar išgalvoti pavadinimai. *Douwe Egberts* prie tokio aiškinimo prideda sąlygą, kad atitinkamoje visuomenėje vartojami kiti pavadinimai negali būti produktų pavadinimai, ir todėl negali klaidinti. Komisija

6 — Ypač žr. 1995 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *Bosman*, C-415/93, Rink. p. I-4921, 59-61 punktus; 2000 m. liepos 13 d. Sprendimo *Idéal Tourisme*, C-36/99, Rink. p. I-6049, 20 punktą; 2001 m. kovo 13 d. Sprendimo *PreussenElektra*, C-379/98, Rink. p. I-2099, 38 ir 39 punktus ir 2003 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Milk Marque ir National Farmers' Union*, C-137/00, Rink. p. I-7975, 37 punktą.

7 — 1999 m. rugsėjo 7 d. Sprendimo *Beck ir Bergdorf*, C-355/97, Rink. p. I-4977, 22 ir 24 punktai ir 2003 m. gegužės 15 d. Sprendimo *Salzmann*, C-300/01, Rink. p. I-4899, 31 punktą.

8 — Belgijos vyriausybė ir Taryba neatsakė į šį klausimą, nes, jų nuomone, nagrinėjamas produktas nepatenka į direktyvos taikymo sritį.

pateikia atsakymą vadovaudamasi valstybių narių pareigos perkelti direktyvą į nacionalinę teisę turiniu: Direktyvos 1999/4 2 straipsniu nereikalaujama, kad valstybės narės uždraustų vartoti kitus pavadinimus kartu su privalomais pavadinimais, pateikiant į rinką direktyva reglamentuojamus produktus.

29. Dėl priežasčių, kurias paaiškinsiu toliau, aš taip pat manau, kad toks aiškinimas yra teisingas. Nors šiuo klausimu yra aiškus sutarimas, ypač tarp pagrindinio ginčo šalių, vis dėlto pirmiausia pažymėčiau, kad nesutariama, ar pavadinimas „DynaSvelte Koffie“ turėtų būti laikomas produkto pavadinimu, ir todėl žodis „koffie“ galėtų būti jo dalis. Kaip pažymėjau pirmiau, priimti sprendimą dėl tokių faktinių aplinkybių privalo nacionalinis teismas.

30. Iš šios Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a dalies formuluotės, iš jos užimamos vietos Bendrijos normų dėl maisto produktų ženklinimo sistemoje ir tų nuostatų tikslo darytina išvada, kad ši nuostata turi būti aiškinama kaip nekludanti kartu su direktyvoje nustatyto produkto pavadinimu nurodyti kitą informaciją.

31. Žodžio „tik“ (uitsluitend) vieta Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punkte patvirtina tai, kad šia nuostata reglamentuojamas išimtinis minimų produktų pavadinimų vartojimas priede apibrėžtiems produktams. Siekiant numatyti, kad jokie kiti pavadinimai, išskyrus išvardytuosius, negalėtų būti vartojami šiems produktams pavadinti, būtų buvusi pasirinkta kita sakinio struktūra, žodį „tik“ tiesiogiai susiejant su žodžiais „produktų pavadinimai“. Tokiu atveju nuostata turėtų būti, pavyzdžiui, tokia: „tik produktų pavadinimai, išvardyti priede, gali būti vartojami pavadinti jame nurodytiems produktams <...>“. Mano požiūriu, sakinio struktūros skirtumai visiškai pagrindžia direktyvos 2 straipsnio a punkto aiškinimą tik mano nurodytu būdu.

32. Tai taip pat patvirtina šios nuostatos versijų kitomis kalbomis analizė. Daugelyje kitų versijų, kuriose vartojama skirtinga nei olandų kalbos sakinių struktūra, nurodoma, kad atitinkami produktų pavadinimai yra „skirti“ priede apibrėžtiems produktams. Tam pailiustruoti nurodytinios versijos prancūzų (kurį taip pat nurodė FICS) ir vokiečių kalbomis, kuriose atitinkamai nurodyta, kad „les dénominations prévues à l'annexe sont réservées aux produits qui y figurent“ ir kad „[d]ie im Anhang vorgesehenen Verkehrsbezeichnungen <...> den dort aufgeführten Erzeugnissen vorbehalten [sind]“. Tekstas anglų kalba dar mažiau aiškus: „the product names listed in the Annex shall apply only to

the products referred to therein“. Šios kalbinės versijos neginčijamai patvirtina, kad nebuvo siekiama nustatyti, jog priede nurodytus produktus būtų galima pateikti į rinką vien priede nurodytais pavadinimais.

folgende zwingende Angaben“) akivaizdu, kad ja siekiama detalizuoti, kokią informaciją valstybės narės, neuždrausdamos nurodyti kitos informacijos, privalo reikalausti nurodyti ženklinant. Komisija ir Europos Parlamentas taip pat paaiškino, kad Direktyvos 2000/13 3 straipsnis turėtų būti aiškinamas nurodytu būdu. Pagal šį aiškinimą Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punktas negali būti aiškinamas kaip skirtas neleisti nurodyti kitos informacijos, nei kavos ir cikorijos ekstraktams pavadinti skirti produktų pavadinimai.

33. Direktyvos 1999/4 2 straipsnio a punkto vertinimas atsižvelgiant į nuostatų dėl maisto produktų ženklinimo vietą teisės aktų sistemoje taip pat patvirtina tokią išvadą. Direktyva 1999/4 yra specialioji direktyva Ženklavimo direktyvos 2000/13 atžvilgiu. Tai patvirtina aplinkybę, kad Ženklavimo direktyva taikoma kavos ir cikorijos ekstraktams bei detalizuoja keletą jos nuostatų šių produktų atžvilgiu. Būdamą *lex specialis* Kavos direktyva turi būti aiškinama atsižvelgiant į Ženklavimo direktyvą.

35. Kitas tokio bendrųjų ir specialiųjų nuostatų dėl produktų pavadinimų vartojimo aiškinimo patvirtinimas yra Direktyvos 2000/13 5 straipsnio 2 dalyje įtvirtintas draudimas pakeisti pavadinimą, su kuriuo produktas yra parduodamas, prekės ženklu, komerciniu ženklu ar išgalvotu pavadinimu. Iš šios nuostatos pakankamai aišku, kad kartu su nustatyto produkto pavadinimu leidžiama nurodyti tokią informaciją.

34. Reikalavimas nurodyti maisto produkto pavadinimą etiketėje nustatytas Direktyvos 2000/13 3 straipsnio 1 dalyje. Pagal šį straipsnį etiketėje privaloma nurodyti kai kurią informaciją, taip pat produkto pavadinimą. Nors šios nuostatos formuluotė olandų kalba yra nelabai neaiški (moeten <...> uitsluitend de volgende gegevens worden vermeld), iš tekstų kitomis kalbomis („the following particulars alone shall be compulsory“; „comporte <...> les seules mentions obligatoires suivantes“; „enthält <...> nur

36. Galiausiai kitų pavadinimų vartojimas pateikiant į rinką maisto produktus nėra nesuderinamas su privalomų pavadinimų vartojimo tikslu. Produkto privalomo pavadinimo tikslas yra suteikti vartotojui garantiją, kad su tam tikru pavadinimu pateikiamas į rinką produktas turės specifines savybes, būdingas tik tai rūšiai. Toks produktas gali būti atskirtas nuo kitų produktų, turinčių panašias savybes. Jei reikalavimu nurodyti privalomą produkto pavadinimą

būtų draudžiama nurodyti kitą informaciją, jis peržengtų direktyvos tikslo ribas ir atimtų iš prekybininkų galimybę atskirti savo produktus nuo kitų tos pačios rūšies produktų komercine prasme.

37. Todėl atsakymas į pirmą klausimą yra toks: Direktyvos 1999/4 dėl kavos ir cikorijos ekstraktų 2 straipsnis turi būti aiškinamas taip, kad direktyvos priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti vartojami tik tame priede nurodytiems produktams pavadinti, ir todėl kiti (išgalvoti pavadinimai ar komerciniai ženklai) gali būti vartojami kartu su privalomais produktų pavadinimais su sąlyga, kad jie negali būti klaidinančiai panašūs į nurodytus pavadinimus.

V — Antras klausimas (A.2)

38. Nacionalinis teismas pateikė antrą klausimą tuo atveju, jei į pirmąjį klausimą būtų atsakyta taip: Direktyvoje 1999/4 nurodyti produktai gali būti pateikiami į rinką tik su joje nurodytais produktų pavadinimais. Kadangi šiuo atveju taip nėra, nėra reikalo nagrinėti antrojo klausimo.

VI — Preliminarios pastabos dėl kitų prašyme priimti prejudicinį sprendimą pateiktų klausimų

39. Iš prašymo dėl prejudicinio sprendimo akivaizdu, kad pagal nacionalinės teisės nuostatas dėl maisto produktų reklamos pranešimai ant pakuočių ar etiketėse prilyginami reklaminiams pranešimams. Maisto produktų ženklinimui taikomos nacionalinės teisės aktų nuostatos pateiktais klausimais neatskirtos nuo maisto produktų reklamavimui taikomų nacionalinės teisės aktų nuostatų. Šiuo klausimu atkreiptinas dėmesys, kad Direktyvoje 2000/13 skiriamas ženklinimas ir reklamavimas⁹ ir kad teisės nuostatos, taikytinos šioms sritims, nėra visiškai tapачios¹⁰.

40. Direktyva 2000/13 visiškai suderina valstybių narių teisės aktus maisto produktų ženklavimo srityje. Tai reiškia, kad nacionalinės teisės nuostatos šioje srityje turi būti vertinamos pagal direktyvą kaip suderintos priemonės – nagrinėjant, ar jomis tinkamai į nacionalinę teisę perkeltos atitinkamos direktyvos nuostatos, arba kaip nesuderintos priemonės – nagrinėjant, ar jos gali būti pateisinamos vienu iš Ženklavimo direktyvos 18 straipsnio 2 dalyje nurodytų pagrindų.

9 — Direktyvos 2000/13 1 straipsnio 3 dalies a punkte terminas „ženklavimas“ apibrėžiamas taip: „visi su maisto produktu susiję žodžiai, išsamiai informacija, prekių ženklai, registruotasis prekės pavadinimas, paveikslėliai arba simboliai, nurodyti ant jų pakuotės, dokumente, pastaboje (įspėjime), etiketėje, žiede ar lankelyje“. Terminas „reklama“ šioje direktyvoje neapibrėžtas.

10 — Šiuo klausimu žr. 1990 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *SARPP*, C-241/89, Rink. p. I-4695, 15 ir 16 punktus.

Kaip Teisingumo Teismas paaiškino sprendime *SARPP*, direktyvoje nustatyti valstybių narių kompetencijos apribojimai priimti nacionalinės teisės aktus dėl maisto produktų ženklavimo. Todėl EB 28 ir 30 straipsniai neturi jokios reikšmės direktyvos taikymo srityje.¹¹

41. Kita vertus, Direktyva 2000/13 tik iš dalies suderina valstybių narių teisės aktus reklamavimo srityje. Tai akivaizdu iš jos taikymo srities apibrėžimo 1 straipsnio 1 dalyje, kuriame teigiama, kad direktyva reglamentuoja maisto produktų ženklavimą ir „kai kuriuos šių produktų pateikimo bei reklamavimo klausimus“. Šie klausimai apibrėžti direktyvos 2 straipsnio 3 dalyje, kurioje įtvirtintas 2 straipsnio 1 ir 2 dalyse nurodytos klaidinančios informacijos draudimas, taikytinas maisto produktų pateikimui bei reklamavimui. Kitais klausimais dėl nacionalinės teisės aktų nuostatų, reglamentuojančių maisto produktų pateikimą ir reklamavimą, derinimo direktyvoje neįtvirtinta jokių konkrečių nuostatų. Tiksliau? Teisingumo Teismas aiškiai nurodė sprendime *SARPP*, kad Direktyvos 79/112 15 straipsnio 2 dalis (dabar Direktyvos 2000/13 18 straipsnio 2 dalis) netaikoma reklamavimui¹². Tai reiškia, kad Ženklavimo direktyvos taikymas nacionalinės teisės nuostatomis dėl maisto pro-

duktų reklamavimo yra ribotas, o tiek, kiek tokiomis nuostatomis nesiekama įgyvendinti direktyvos 2 straipsnio, atitikimas pirminę Bendrijos teisę turi būti įvertintas pagal EB 28 ir 30 straipsnius.

42. Nė viena iš rašytines pastabas pateikusių šalių neminėjo šio skirtumo. Žodinio nagrinėjimo metu Komisija teigė priešingai, kadangi Direktyva 2000/13 visiškai suderina valstybių narių teisės aktus, ir žymėjimo, ir reklamavimo klausimai turi būti nagrinėjami pagal direktyvą, todėl nėra reikalo atsakyti į paskutinį klausimą dėl EB 28 straipsnio. Šiam teiginiui pagrįsti ji rėmėsi Teisingumo Teismo sprendimu *Sterbenz ir Haug*¹³. Tačiau atkreiptinas dėmesys į tai, kad ši byla buvo susijusi tik su nacionalinės teisės nuostatomis dėl reklamavimo, o atitinkami motyvai¹⁴ – su Direktyvos 79/112 15 straipsnio 2 dalimi, kuri, kaip nurodyta pirmiau, netaikoma reklamavimui.

43. Kadangi vadovaujantis pirmiau nurodyta Teisingumo Teismo praktika maisto produktų ženklavimui ir reklamavimui taikomos skirtingos taisyklės, kiti klausimai dėl šios veiklos turi būti nagrinėjami atskirai, o

11 – Šiuo klausimu žr. mano išvados byloje *Komisija prieš Austriją* (2003 m. sausio 23 d. Sprendimas C-221/00, Rink. p. I-1007) ir byloje *Sterbenz ir Haug* (2003 m. vasario 23 d. Sprendimas C-421/00, C-426/00 ir C-16/01, Rink. p. I-1065) 39 punktą.

12 – Nurodytas 15 punkto 10 išnašoje.

13 – Nurodytas 11 išnašoje.

14 – 11 išnašoje nurodyto sprendimo 24 ir 31 punktai.

penktas prejudicinis klausimas dėl EB 28 ir 30 straipsnių aiškinimo yra nesusijęs su ženkliniu.

VII — Trečias, ketvirtas ir penktas klausimai (B.1, B.2 ir C klausimai)

Ženklimas

44. Trečias ir ketvirtas klausimai yra labai susiję, todėl ženklinio atžvilgiu turėtų būti nagrinėjami kartu. Šiais klausimais siekiama nustatyti, ar nesusuderintos nacionalinės teisės aktų nuostatos, kuriomis draudžiama ant produkto pateikti nuorodas į lieknėjimą ir gydytojų rekomendacijas, yra suderinamos su Direktyvos 2000/13 18 straipsniu.

45. Nacionalinis teismas mano, kad nagrinėjamosios nacionalinės teisės priemonės turi būti laikomos nesusuderintomis priemonėmis 18 straipsnio prasme. Todėl jis laikosi nuomonės, kad nuorodų į lieknėjimą ir gydytojų rekomendacijas bei pritarimo pareiškimus draudimui netaikomi Direktyvos 2000/13 3 ir 14 straipsniai.

46. Manau, kad ši išvada teisinga. Teisingumo Teismas ją taip pat patvirtino sprendimuose *Komisija prieš Austriją* bei *Sterbenz ir Haug*. Šiuose sprendimuose Teisingumo Teismas pripažino, kad Ženklinio direktyva draudžiama nurodyti informaciją, susijusią su žmogaus ligomis, neatsižvelgiant į tai, ar ji gali suklaidinti vartotoją, ar negali, o su ligomis nesusijusi informacija apie sveikatą draudžiama, tik jei yra klaidinanti. Todėl maisto produktai, kurių etiketėse nurodyta neklaidinanti su sveikata susijusi informacija, laikoma atitinkanti Direktyvos 2000/13 nuostatas, o valstybės narės negali uždrausti pateikti tokių produktų į rinką dėl galimo ženklinio nuostatų pažeidimo¹⁵.

47. Nesuderintos nuostatos dėl ženklinio, kuriomis vis dėlto draudžiama pateikti į rinką maisto produktus, atitinkančius Direktyvos 2000/13 nuostatas, kaip jau pažymėta 40 punkte, gali būti taikomos, tik jei jos pateisinamos pagal vieną iš pagrindų, kurių išsamus sąrašas pateiktas¹⁶ direktyvos 18 straipsnio 2 dalyje. Kadangi 18 straipsnio 2 dalis gali būti vertinama kaip detalizuojanti EB 30 straipsniu ar Teisingumo Teismo praktika įtvirtintas laisvo prekių judėjimo išimtis dėl maisto produktų ženklinio, ji turėtų būti aiškinama atsižvelgiant į EB sutarties nuostatas ir į su jomis susijusią

¹⁵ — Sprendimo *Komisija prieš Austriją* 35 ir 37 punktai ir Sprendimo *Sterbenz ir Haug* 28 ir 30 punktai (sprendimai nurodyti 11 išnašoje). Dėl kitų paaiškinimų apie ligų ir sveikatos požymių atskyrimą, žr. mano išvadas šiose bylose.

¹⁶ — 14 punkto 10 išnašoje nurodytas Sprendimas *SARPP* ir 38 punkto 11 išnašoje nurodytas Sprendimas *Komisija prieš Austriją*.

Teisingumo Teismo praktiką¹⁷. Tai reiškia, kad atitinkamos nesuderintos nacionalinės teisės aktų nuostatos ne tik turi būti pateisintos pagal vieną ar daugiau 18 straipsnio 2 dalyje išvardytų pagrindų, bet taip pat turi būti tinkamos apsaugoti atitinkamus interesus ir nevaržyti prekybos atitinkamais produktais labiau nei būtina tam tikslui pasiekti¹⁸.

nėjamosios nuostatos, viena vertus, yra labiau ribojančios bei specifinės, kita vertus, – griežtesnės, nes nėra galimybės netaikyti draudimo ar nuo jo atleisti.

48. Ginčijamais nacionalinės teisės aktais tiek, kiek jie šiuo atveju nagrinėjami, įtvirtinamas visiškas nuorodų į lieknėjimą ir nuorodų į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus ar pritarimo pareiškimus maisto produktų reklamoje (įskaitant tokią informaciją ant pakuotės) draudimas. Taigi jie skiriasi nuo nacionalinės teisės nuostatų, nagrinėtų minėtuose sprendimuose *Komisija prieš Austriją* bei *Sterbenz ir Haug* dviem atžvilgiais. Nors visose bylose buvo nagrinėjamas bendro pobūdžio draudimas nurodyti su sveikata susijusią informaciją ant maisto produktų, nebent kompetentingos nacionalinės valdžios institucijos suteiktą išankstinę leidimą, šiuo atveju nagri-

49. Iš ketvirto klausimo akivaizdu, kad nacionalinis teismas nagrinėjamųjų nacionalinės teisės nuostatų pateisinimu laiko tik visuomenės sveikatos apsaugą.

50. Vertinant draudimą nurodyti tam tikrą informaciją maisto produktų etiketėse ar ant pakuočių, pirmiausia būtina priminti, kad pagrindinis Ženklinimo direktyvos principas pozityviąja prasme reiškia, jog vartotojui turi būti suteikta teisinga informacija apie įvairias maisto produkto savybes, o negatyviąja prasme – informacija apie tokias savybes neturėtų jo klaidinti. Taip siekiama apsaugoti ir vartotojo sveikatą, ir jo ekonominius interesus.

51. Vadovaujantis šiuo pagrindiniu principu keltinas klausimas, ar nuorodų į lieknėjimą ir gydytojų rekomendacijas bei pažymėjimus draudimas yra būtinas, atsižvelgiant į tai, kad, nacionalinio teismo nuomone, tokios nuorodos dėl savo pobūdžio visada turi būti

17 — Ypač žr. 1994 m. vasario 2 d. Sprendimo *Verband Sozialer Wettbewerb, C-315/92*, Rink. p. I-317, 12 punktą dėl 1976 m. liepos 27 d. Tarybos direktyvos 76/768/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su kosmetikos gaminiams, suderinimo (OL L 262, p. 169).

18 — Žr. 47 punkto 11 išnašoje nurodytą sprendimą *Komisija prieš Austriją*. Taip pat žr. 2003 m. kovo 13 d. Sprendimo *Müller, C-229/01*, Rink. p. I-2587, 31–34 punktus.

laikomos klaidinančiomis, ir kad daiktų, ant kurių nurodyta tokia informacija, vartojimas gali kelti grėsmę visuomenės sveikatai.

52. Akivaizdu, kad toks griežtas požiūris nepriimtinas. Be to, jei moksliskai pagrįsta, kad produktas padeda veiksmingai lieknėti, sunku sutikti, jog šios savybės nurodymas ant pakuotės ar etiketėje klaidintų. Atvirkščiai, vartotojui tai labai naudinga informacija, kuri gali įtikinti įsigyti ir vartoti produktą arba nuo to sulaikyti. Be to, kaip nurodė FICS, jei ši informacija nebūtų nurodoma, tai keltų pavojų vartotojo, kuris vartojo liekninamąjį produktą dideliais kiekiais, sveikatai.

53. Panašiai vertintinos gydytojų rekomendacijos ir patvirtinimai. Negalima atmesti galimybės, kad tokia informacija, jeigu ji moksliskai pagrįsta, ir vėl su sąlyga, kad ji nėra klaidinanti, gali suteikti tinkamą informaciją vartotojui apsisprendžiant įsigyti atitinkamą produktą. Be to, tokia informacija yra tik paties produkto savybių ar patvirtinimų alternatyva ir sunku suvokti, kaip jie galėtų kelti grėsmę visuomenės sveikatai.

54. Šiame kontekste reikėtų priminti, kad Teisingumo Teismas, vertindamas, ar informacija apie produktą yra klaidinanti, remiasi numanomais vidutinio vartotojo, kuris pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus, lūkesčiais¹⁹. Tai reiškia, kad vartotojas visada susipažįsta su informacija etiketėje, ir kad jis turi galimybę įvertinti tą informaciją prieš įsigydamas atitinkamą produktą (pirmą kartą). Mano nuomone, vartotojas yra pakankamai ginamas, jei jis apsaugotas nuo su produktais susijusios klaidinančios informacijos, ir nereikia jo saugoti nuo informacijos, kurios naudą jis pats gali įvertinti įsigydamas bei naudodamas produktą.

55. Visiškas pirmiau minėtos informacijos uždraudimas akivaizdžiai viršija siekiamą tikslą, nes taip pat taikomas informacijos, kurios klaidinantis pobūdis nebuvo nustatytas, atžvilgiu. Todėl tokia nuostata nėra būtina siekiant numatyto tikslo – apsaugoti nuo grėsmės visuomenės sveikatai²⁰.

56. Be to, toks draudimas neproporcingas siekiamam tikslui, nes yra prieinamos kitos priemonės, kurios mažiau riboja prekybą. Galima būtų uždrausti nurodyti bet kokią

19 – Žr. 1998 m. liepos 16 d. Sprendimo *Gut Springenheide ir Tinsky*, C-210/96, Rink. p. I-4657, 31 punktą ir 2000 m. sausio 13 d. Sprendimo *Estée Lauder*, C-220/98 Rink. p. I-117, 27 punktą.

20 – Žr. 1999 m. sausio 28 d. Sprendimo *Unilever*, C-77/97, Rink. p. I-431, 33 punktą.

informaciją, galinčią suklaidinti vartotoją dėl galimo produktų poveikio lieknėjimui bei klaidinančias gydytojų rekomendacijas ir patvirtinimus²¹. Tokio pobūdžio priemonė leistų nacionalinės valdžios institucijoms imtis veiksmų konkrečių pažeidimų atveju, kai vartojama informacija realiai keltų grėsmę visuomenės sveikatai, neapribojant produktų, nekeliančių tokios grėsmės, judėjimo. Toks aiškinimas neužkerta kelio (laikina) prekiauti produktais, apie kuriuos pateikiama klaidinanti informacija dėl jų poveikio lieknėjimui. Tačiau atrodo neįtikėtina, kad produktų, apie kuriuos nurodyta, kad jie neturi liekninamojo poveikio, vartojimas keltų grėsmę visuomenės sveikatai.

kaip lieknėjimo, draudimas nėra tinkama priemonė pasiekti šį tikslą; prekyba tokiais produktais ribojama labiau, nei tai būtina tikslui pasiekti. Be to, vadovaujantis *Douwe Egberts* argumentais, bendrą maisto produktų reklamavimo draudimą pateisina kova su nutukimu.

58. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, į trečią ir ketvirtą klausimus reikėtų atsakyti taip: tokia kaip Direktyvos 2000/13 18 straipsnio 1 dalyje nurodyta nesuderinta nacionalinės teisės akto nuostata dėl maisto produktų ženklinimo, kuria draudžiama nurodyti tam tikrą informaciją, pavyzdžiui, „nuorodos į lieknėjimą“ ir „nuorodos į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones ar pritarimus“, nėra pateisinama Direktyvos 2000/13 18 straipsnio 2 dalies pagrindu.

57. *Douwe Egberts* taip pat tvirtino, kad nuorodų į lieknėjimą draudimu buvo siekiama išvengti anoreksijos atvejų pagausėjimo. Ji mano, kad nuorodų į gydytojų rekomendacijas draudimo atsiradimą paskatino mintis, jog iš šių rekomendacijų galima būtų daryti išvadą, kad produktas turi gydomųjų savybių, nors šiuo atveju taip nėra. Atrodo, kad šie motyvai pagrįsti nekritiško ir negalincio savarankiškai priimti sprendimų vartotojo samprata bei prieštarauja šios išvados 54 punkte nurodytai vartotojo sampratai, kuria vadovaujasi Teisingumo Teismas. Jei yra būtina kovoti su anoreksija, labiau tiktų kovoti su pačiu lieknėjimo reiškiniu. Produktų, kurie teisėtai pateikiami

Reklamavimas

59. Siekiant atsakyti į trečią, ketvirtą ir penktą klausimus dėl nacionalinės teisės aktų

21 — 55 punkto 20 išnašoje nurodytas sprendimas *Unilever*.

nuostatų, draudžiančių nuorodas į lieknėjimą ir gydytojų rekomendacijas bei pažymėjimus reklamose, suderinamumo, reikėtų išanalizuoti atitinkamas Ženklavimo direktyvos nuostatas.

būtino taikyti EB 28 ir 30 straipsnius, nes visos pagrindinės bylos faktinės aplinkybės susijusios su Belgija. Kitaip tariant, neaišku ar jos yra susijusios tik su valstybės vidaus situacija, kuriai šios nuostatos negali būti taikomos.

60. Kaip nurodžiau 41 punkte, Direktyva 2000/13 iš dalies suderina valstybių narių teisės aktus reklamavimo srityje. Pagal Direktyvos 2000/13²² preambulę nagrinėjamosios nuostatos yra papildomojo pobūdžio, o jų tikslas – užtikrinti veiksmingą klaidinančių nuorodų draudimą ženklinant.

61. Tačiau nagrinėjamosiomis nacionalinės teisės priemonėmis žengiama toliau nei reklamavimą draudžiančia Ženklavimo direktyva. Jomis draudžiama tam tikra reklama – ir klaidinanti, ir ne. Pagal direktyva nustatytą sistemą turi būti įvertintas jų suderinamumas su EB 28 ir 30 straipsniais.

63. Pagrindinės bylos faktinės aplinkybės iš tiesų susijusios tik su Belgija. Tačiau pagrindinėje byloje nagrinėjamos nuostatos tam tikromis aplinkybėmis gali būti vertinamos pagal jų suderinamumą su Sutarties nuostatomis dėl laisvo prekių judėjimo. Teisingumo Teismas daug kartų pripažino, kad EB 28 straipsnio negalima netaikyti vien dėl to, kad visos nacionalinio teismo nagrinėjamos konkrečios bylos aplinkybės yra tik vienos valstybės narės vidaus situacija. Teisingumo Teismas yra priėmęs sprendimų ne vien tik „visiškai vidaus“ bylose, kuriose buvo nagrinėjamos akivaizdžiai diskriminuojančios priemonės²³, bet ir bylose, kuriose nagrinėjama priemonė buvo vienodai taikoma tiek nacionaliniams, tiek importuotiems produktams²⁴.

64. Pagrindinėje byloje nagrinėjamuose nacionalinės teisės aktuose įtvirtintas absoliutus nuorodų į lieknėjimą ir gydytojų reko-

62. Prieš pradėdant šio klausimo nagrinėjimą būtina išnagrinėti *Douwe Egberts* teiginį, kad šioje byloje nėra užsienio elemento,

23 — 1997 m. gegužės 7 d. Sprendimo *Pistre ir kiti*, C-321/94, C-322/94, C-323/94 ir C-324/94, Rink. p. I-2343, 44 ir 45 punktai.

24 — 1998 m. spalio 22 d. Sprendimo *Komisija prieš Prancūziją*, C-184/96, Rink. p. I-6197, 17 punktas ir 2000 m. gruodžio 5 d. Sprendimo *Guinont*, C-448/98, Rink. p. I-10663, 19-22 punktai.

22 — Žr. 14 konstatuojamąjį dalį.

mendacijas bei pažymėjimus maisto produktų reklamoje draudimas. Dėl savo pobūdžio toks draudimas turi rimtų pasekmių produktams, kurie pateikiami į rinką kaip lieknėjimo produktai. Tai reiškia, kad parduodant produktus nepateikiama esminė informacija vartotojams, ypač tiems, kuriems tokie produktai reikalingi. Kitaip tariant, šių produktų teisėtų gamintojų galimybės pasiekti savo tikslinę grupę yra labai apribotos. Ypač tai taikytina naujiems produktams, kurių vartotojai dar nepažįsta. Visuotinis draudimas nurodyti specialias bei išskirtines produkto savybes apriboja produktų, kurie buvo teisėtai pagaminti ir pateikti į rinką kitoje valstybėje narėje, pateikimą į rinką Belgijoje. Tokiomis aplinkybėmis manau, kad nagrinėjama nacionalinės teisės nuostata sudaro tiesioginį ir realų valstybių narių tarpusavio prekybos apribojimą, todėl negali išvengti kontrolės dėl suderinamumo su EB sutarties nuostatomis dėl laisvo prekių judėjimo vien todėl, kad klausimas dėl suderinamumo su šiomis nuostatomis (atsitiktinai) iškilo situacijoje, kuri laikytina išskirtinai vidine.

importuotais produktais ir apriboja jos mastą²⁵. Šioje byloje nagrinėta nacionalinės teisės nuostata, kuria uždrausta tam tikrų alkoholinių gėrimų reklama. Šiuo atveju Teisingumo Teismas nusprendė, kad nuostata nesuderinama su EB sutarties 30 straipsniu, nes ji visų pirma paveikė importuotus gėrimus ir negalėjo būti pateisinama pagal EEB sutarties 36 straipsnį. Kitomis minėtomis nacionalinės teisės aktų nuostatomis dėl reklamavimo, išnagrinėtomis ankstesnėje Teisingumo Teismo praktikoje atsižvelgiant į jų suderinamumą su EEB sutarties 30 straipsniu, buvo draudžiama platinti tam tikrą informaciją turinčius reklaminius lapelius²⁶ bei reklamuoti (vėl) tam tikrus alkoholinius gėrimus tam tikrose vietose²⁷. Minėtais dviem atvejais Teisingumo Teismas nusprendė, kad nagrinėjamosios priemonės galėjo neigiamai paveikti prekybą, nors tam tikromis aplinkybėmis šios priemonėmis gali būti pateisinamos.

65. Nacionalinės teisės nuostatų dėl reklamavimo suderinamumas su EB sutarties nuostatomis dėl laisvo prekių judėjimo buvo nagrinėjamas įvairiuose Teisingumo Teismo sprendimuose. Dar 1980 m. Teisingumo Teismas nusprendė: nors tam tikrų produktų reklamavimo apribojimas neturi tiesioginio poveikio importui, jis daro įtaką prekybai

66. Teisingumo Teismo praktika dėl nacionalinės teisės nuostatų dėl reklamavimo suderinamumo su EB 28 straipsniu pagrįsta

25 – 1980 m. liepos 10 d. Sprendimo *Komisija prieš Pranciją*, 152/78, Rink. p. 2299, 11 punktas. Šis motyvas pakartojamas 1982 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *Oosthoek*, 286/81, Rink. p. 4575, 15 punkte, 1990 m. kovo 7 d. Sprendimo *GB-INNO-BM*, C-362/88, Rink. p. I-667, 7 punkte ir 1991 m. liepos 25 d. sprendimo *Aragonesa de Publicidad Exterior*, C-1/90 ir C-176/90, Rink. p. I-4151, 10 punkte.

26 – 25 išnašoje nurodytas sprendimas *GB-INNO-BM*.

27 – 25 išnašoje nurodytas Sprendimas *Aragonesa de Publicidad Exterior* ir *Publicidad*.

sprendimu *Keck ir Mithouard*²⁸, kuriuo jis reagavo į faktą, kad prekybininkai vis dažniau remdavosi EB 28 straipsniu ginčydamiesi įvairaus pobūdžio nuostatas, kuriomis buvo siekiama reglamentuoti tam tikrą jų prekybos veiklą. Norėdamas pažaboti šią tendenciją, Teisingumo Teismas pakeitė savo poziciją, pagal kurią bet kuri valstybės narės nuostata dėl prekybos, galinti tiesiogiai ar netiesiogiai, iš tikrųjų ar potencialiai apriboti valstybių narių tarpusavio prekybą, laikoma priemone, turinčia kiekybiniais apribojimams lygiavertį poveikį EB sutarties 28 straipsnio prasme²⁹. Jis šio apibrėžimo netaikė tokioms nacionalinės teisės aktų nuostatomis, kuriomis varžomos ar draudžiamos tam tikros produktų iš kitų valstybių narių prekybos rūšys, nes šios nuostatos taikomos visiems atitinkamiems subjektams, vykdančioms veiklą nacionalinėje teritorijoje, jeigu jos taip pat teisiškai ir faktiškai veikia prekybą nacionaliniais gaminiais bei prekybą kitose valstybėse narėse pagamintais gaminiais³⁰. Nacionalinės teisės normos, kurios atitinka šią formulę, iš esmės nepatenka į EB 28 straipsnio taikymo sritį, nes jos laikomos neutraliomis valstybių narių tarpusavio prekybos atžvilgiu. Kaip Teisingumo Teismas jau yra nurodęs, „jei šios sąlygos įvykdytos, tokių teisės aktų taikymas kitose valstybėse narėse pagamintų gaminių, atitinkančių šios valstybės priimtas taisykles, pardavimui netrukdo jiems patekti į rinką ar neapsunkina šio proceso labiau nei nacionaliniams gaminiams. Todėl šie teisės

aktai nepatenka į Sutarties 30 straipsnio taikymo sritį.“³¹.

67. Nacionalinės teisės nuostatos dėl reklamavimo taip pat laikytinos prekybos rūšimi sprendimo *Keck ir Mithouard* prasme. Kaip pavyzdžiai, nurodytinas sprendimas *Hünnermund ir kt.*³², susijęs su draudimu vaistinėms reklamuoti kvazifarmacinius produktus už vaistinės ribų, ir sprendimas *Leclerc-Siplec*³³ dėl reklamos per televiziją distribucijos sektoriuje draudimo. Todėl šių nuostatų nereikėjo nagrinėti pagal EB 28 straipsnį. Kita vertus, kituose dviejuose sprendimuose *De Agostini ir TV-Shop*³⁴ bei *Gourmet International Products*³⁵ Teisingumo Teismas nepripažino, kad nacionalinės teisės nuostatos, kuriomis įtvirtinamas visiškas bet kokios reklamos per televiziją vaikams iki 12 metų amžiaus ir alkoholinių gėrimų reklamos spaudoje draudimas paveikė prekybos rūšis, tačiau išnagrinėjo, ar buvo įvykdyta *Keck ir Mithouard* sprendime suformuluota antroji sąlyga bei nurodė, kad užsienio valstybėje teisėtai parduodamam produktui

28 — 1993 m. lapkričio 24 d. Sprendimas C-267/91 ir C-268/91, Rink. p. I-6097.

29 — 1974 m. liepos 11 d. Sprendimas *Dassonville*, 8/74, Rink. p. 837, 5 punktas.

30 — 28 išnašoje nurodyto Sprendimo *Keck ir Mithouard* 16 punktas.

31 — Sprendimo 17 punktas.

32 — 1993 m. gruodžio 15 d. Sprendimo, C-292/92, Rink. p. I-6787, 19 punktas.

33 — 1995 m. vasario 9 d. Sprendimo, C-412/93, Rink. p. I-179, 22 punktas.

34 — 1997 m. liepos 9 d. Sprendimas, C-34/95, C-35/95 ir C-36/95, Rink. p. I-3843.

35 — 2001 m. kovo 8 d. Sprendimas, C-405/98, Rink. p. I-1795.

taikomas visiškai tam tikro reklamavimo būdo draudimas galėjo labiau paveikti produktus iš kitų valstybių narių³⁶.

68. Reklamos draudimai, nagrinėti sprendimuose *Hünernmund* ir *Leclerc-Siplec*, buvo riboti. Pirmuoju atveju buvo draudžiama reklamuoti tam tikro sektoriaus produktus iš užsienio už būstinės ribų. Antruoju atveju buvo draudžiama reklama per televiziją skatinant tam tikrą prekybos stadiją, t. y. distribuciją. Teisingumo Teismas, vertindamas šias nuostatas, pripažino svarbiu faktą, kad tie draudimai nepaveikė kitų prekybininkų galimybių reklamuoti nagrinėjamus produktus kitomis priemonėmis. Kitaip tariant, reklamos funkcija, t. y. palengvinti tam tikrų produktų pateikimą į rinką, liko nepažeista.

69. Teisingumo Teismo pozicija *De Agostini* ir *TV-Shop* bei *Gourmet* bylose buvo kitokia. *De Agostini* ir *TV-Shop* bylose Teisingumo Teismas pabrėžė aplinkybę, kad reklama per televiziją buvo vienintelė veiksminga reklamavimo forma, leidžianti gamintojui patekti į Švedijos rinką, nes jis neturėjo kitų reklama-

vimosi galimybių pasiekti tikslinę grupę, t. y. vaikus ir jų tėvus³⁷. Tai buvo akivaizdžiai svarbus veiksnys, nors spręsti klausimą, ar jis faktiškai egzistavo šioje situacijoje, buvo palikta nacionaliniam teismui. Situacija *Gourmet International Products* byloje buvo panaši. Teisingumo Teismas nustatė, kad bet kurios alkoholinių gėrimų reklamos draudimas dėl savo pobūdžio buvo palankesnis produktų iš kitų valstybių narių nei nacionalinių produktų, kurie vartotojams savaime yra geriau pažįstami, patekimui į rinką.

70. Teisingumo Teismo pozicija paskutinėse dviejose bylose patvirtina, kad jis pripažįsta reklamos funkciją ekonominėje srityje ir bendresne prasme – siekiant patekti į rinką. Ši funkcija vidaus rinkoje yra ne tik suteikti vartotojui informaciją ar pritraukti klientus. Ji taip pat yra priemonė, leidžianti valstybėse narėse esantiems gamintojams patekti į kitas rinkas, pateikti vartotojams naujus produktus, apie kuriuos jie nežino, arba pasiūlyti jiems pažįstamų produktų alternatyvas. Reklama gali didinti rinkos skaidrumą, stimuliuoti ją ir padėti išvengti sąstingio. Bendro pobūdžio reklamos draudimas, tam tikrų produktų reklamos draudimas arba produktų specifinių savybių reklamos draudimas turi įtakos prekybai tokiais produktais. Todėl

36 — 42 punkto 34 išnašoje nurodytas sprendimas *De Agostini* ir *TV-Shop* ir 19 punkto 35 išnašoje nurodytas sprendimas *Gourmet*.

37 — Žr. 34 išnašoje nurodyto sprendimo 43 punktą.

negalima tvirtinti, kad tokios nuostatos *a fortiori* yra neutralios valstybių narių tarpusavio prekybos atžvilgiu³⁸.

Tokiais atvejais išsamiai nagrinėjamas suderinamumas su EB 28 ir 30 straipsniais.

71. Dviejų sprendimų grupių skirtumai parodo, kaip turėtų būti aiškinami EB sutarties 28 straipsnio sąvokos „priemonė, turinti lygiavertį poveikį kiekybiniam importo apribojimams“ patikslinimai pardavimo būdo sąvokos atžvilgiu, kuriuos Teisingumo Teismas pateikė sprendime *Keck ir Mithouard*. Jeigu tam tikra reklamavimo rūšis yra vienintelė veiksminga priemonė patekti į tam tikrą nacionalinę rinką arba jeigu reklamavimo rūšį lemia valstybės vidaus rinkoje nusistovėję vartojimo įpročiai, reklamavimo draudimas visada stipriai ribos produktų iš kitų valstybių narių patekimą į rinką. Mano nuomone, tai taikoma ir kitose valstybėse narėse teisėtai gaminamų bei parduodamų naujų produktų reklamos draudimo atžvilgiu, nes informacijos apie tokius produktus viešinimas yra labai svarbus norint įsitvirtinti rinkoje. Situacijos nekeičia aplinkybė, kad reklamos draudimas taip pat taikomas panašioms naujiems produktams, kurie yra ir gaminami, ir parduodami draudimą įvedusioje valstybėje narėje. Šiuo klausimu lemianti aplinkybė yra kitos valstybės narės produkto pateikimo į rinką ribojimas.

72. Papildytina, kad pripažinus, jog nacionalinės teisės nuostata yra dėl pardavimo būdų, tokia nuostata nepatenka į EB 28 straipsnio taikymo sritį ir išvengia suderinamumo su Bendrijos teise teisminės kontrolės. Dėl šios priežasties pardavimo būdai turėtų būti kvalifikuojami vien nuostatomis, susijusiomis su bendraisiais produktų prekybos būdais, ir nuostatomis, kuriomis ribojama prekybininkų veiklos laisvė³⁹. Tai netaikoma nuostatomis, susijusioms su produktų savybėmis, arba nuostatomis, kuriomis ribojama produktų, pasižyminčių tam tikromis savybėmis, prekyba.

73. Apibendrinant – reklamos srityje reikėtų išskirti absoliučius draudimus numatančias nuostatas, kaip nurodžiau 70 punkte, ir nuostatas, reglamentuojančias reklaminių pranešimų pateikimo būdus *stricto sensu*. Pastarųjų pavyzdžiai yra ketinimai uždrausti neestetinę reklamą, reklamą viešuosiuose pastatuose ir tam tikrų produktų reklamą tam tikruose renginiuose. Akivaizdu, kad tokios nuostatos, kuriomis neįtvirtinamas pateikiamų į rinką produktų absoliutus ir

38 — Šiuo klausimu žr. generalinio advokato F. G. Jacobs išvados, pateiktos 33 išnašoje nurodytoje byloje *Leclerc-Siplec*, 20 ir 21 punktus.

39 — 1995 m. birželio 29 d. Sprendimo *Komisija prieš Graikiją*, C-391/92, Rink. p. I-1621, 15 punktas.

visuotinis reklamos draudimas, bet dėl konkrečių priežasčių tokį draudimą padaro priklausomą nuo įvairių sąlygų, netrukdo patekimui į rinką ar prekybai kitais būdais. Tokiomis nuostatomis nesiekama suvaržyti patekimo į rinką, ir jos yra ne taip glaudžiai susijusios su prekyba.

76. Nagrinėjamosios nacionalinės nuostatos yra taikomos reklaminiams pranešimams, neatsižvelgiant į reklamuojamų produktų kilmę. Tai reiškia, kad pateisinimo motyvas gali būti ir visuomenės sveikatos interesas, kurį nurodė prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, ir vartotojo apsaugos interesas.

74. Šios pastabos leidžia daryti išvadą, kad visiškas nuorodų į lieknėjimą ir gydytojų rekomendacijas bei pažymėjimus draudimas negali būti laikomas prekybos rūšimi *Keckir Mithouard* sprendimo prasme ir turi būti visapusiškai nagrinėjamas atsižvelgiant į EB 28 ir 30 straipsnius.

77. Valstybės narės teisės aktai dėl šių produktų išleidimo į rinką, įskaitant jų reklamavimą, yra pateisinami atsižvelgiant į nesusipratimus, galinčius atsirasti dėl produktų pateikimo (kaip lieknėjimo) ir dėl pavojaus sveikatai netinkamai juos vartojant.

75. Kaip jau nurodžiau 64 punkte, toks draudimas galėjo turėti realų poveikį padedančių lieknėti produktų importui, todėl reikėtų išnagrinėti, ar draudimas gali būti pateisinamas bendrojo intereso sumetimais, įtvirtintais EB 30 straipsnyje ir Teisingumo Teismo praktikoje. Pagal nusistovėjusią Teisingumo Teismo praktiką, reikėtų įrodyti, kad ši priemonė yra būtina konkrečiam tikslui įgyvendinti, yra tinkama ir nevaržo prekybos labiau nei būtina.

78. Tokie teisės aktai turi atitikti būtinumo, tinkamumo ir proporcingumo reikalavimus. Kaip jau minėta kalbant apie nacionalinės teisės nuostatas, susijusias su ženkliniu, vartotojas ir ekonomine prasme, ir sveikatos atžvilgiu yra suinteresuotas gauti teisingą informaciją apie ketinamų įsigyti produktų savybes. Informacijos etiketėje bei reklaminių pranešimų funkcijos vartotojo informavimo atžvilgiu yra panašios. Jos skiriasi tuo, kad reklama gali atkreipti vartotojo dėmesį į produktą, apie kurį kitu atveju jis nebūtų žinojęs. Reklaminiai pranešimai paprastai

pateikiami atskirai nuo atitinkamo produkto, o ženklavimo atveju informacija nurodoma ant produkto ar kartu su juo.

ar pritarimo pareiškimus, prieštarauja EB 28 ir 30 straipsniams.

79. Tačiau šis skirtumas nereiškia skirtingo nacionalinės teisės normų, taikomų ženklinimui bei reklamavimui, vertinimo. Abiem atvejais svarbu, kad vartotojas nepadarytų klaidingos išvados. Jei atitinkama informacija teisinga, reikėtų remtis principu, kad gerai informuotas ir pakankamai apdairus bei pastabus vartotojas⁴⁰ gali susiformuoti nuomonę apie reklamuojamus produktus nepakenkdamas savo ekonominiams ir sveikatos interesams. Absoliutus draudimas gauti atitinkamą informaciją viršija tokių interesų apsaugos būtinumą. Tiksliau – informacijos apie produkto liekninamojo poveikio savybių nepateikimas gali padaryti žalos šiems interesams.

80. Todėl darau išvadą, kad nacionalinės teisės nuostata, draudžianti bet kokią nuorodą į lieknėjimą bei gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones

81. Galiausiai reikėtų išnagrinėti šios išvados pasekmes ginčijamai nuostatai. Teisingumo Teismas daugeliu atvejų pripažino, kad su EB 28 ir 30 straipsniais nesuderinamos nuostatos neturėtų būti taikomos importuotiems produktams⁴¹. Tačiau sprendime *SARPP* Teisingumo Teismas nusprendė: jei nacionalinės teisės nuostata dėl reklamos nuostatos prieštarauja Sutarties 30 ir 36 straipsniams, tokią nuostatą draudžiama taikyti importuotų, bet ne nacionalinių produktų atžvilgiu⁴². Jau pabrėžiau glaudų ryšį tarp reklamos ir ženklinimo bei tai, kad Direktyvoje 2000/13 įtvirtinta nemažai konkrecių nuostatų dėl reklamavimo siekiant išvengti ženklinimą reglamentuojančių nuostatų apėjimo panaudojant reklamos pranešimus. Todėl darytina išvada, kad atitinkamų pranešimų maisto produktų etiketėse draudimas yra nesuderinamas su Ženklinimo direktyva, o klausimą, kiek ginčijamos nuostatos gali būti taikomos nacionalinių produktų reklaminiams pranešimams, kuriuose vartojamos identiškos nuorodos, turi spręsti nacionalinis teismas.

40 — Žr. 19 išnašoje nurodytą Teisingumo Teismo praktiką.

41 — 16 punkto 10 išnašoje nurodytas sprendimas *SARPP* ir 55 punkto 24 išnašoje nurodytas sprendimas *Guimont*.

42 — 16 punkto 10 išnašoje nurodytas sprendimas *SARPP*.

VIII — Išvada

82. Atsižvelgiant į tai, kas pirmiau išdėstyta, siūlau Teisingumo Teismui atsakyti į *Rechtbank voor Koophandel te Hasselt* pirmininko pateiktus klausimus taip:

- „1. 1999 m. vasario 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 1999/4/EB dėl kavos ir cikorijos ekstraktų 2 straipsnis aiškinamas taip, kad direktyvos priede išvardyti produktų pavadinimai gali būti vartojami tik direktyvos priede nurodytiems produktams pavadinti, ir todėl kiti pavadinimai (kaip antai išgalvoti pavadinimai ar komerciniai ženklai) kartu su jais gali būti vartojami šiems produktams pavadinti su sąlyga, kad tie kiti pavadinimai negali būti supainioti su privalomai nustatytu produkto pavadinimu.

2. 2000 m. kovo 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2000/13/EB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su maisto produktų ženklinimu, pateikimu ir reklamavimu, derinimo 18 straipsnis aiškinamas taip, kad jam prieštarauja maisto produktų ženklinimo srities nesuderintų nacionalinės teisės nuostatų, draudžiančių ženklinant, pristatant ar reklamuojant maisto produktus vartoti tam tikrą informaciją, kaip antai „nuorodas į lieknėjimą“ ir „nuorodas į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones ar pritarimo pareiškimus“, taikymas.

3. EB 28 ir 30 straipsniai draudžia maisto produktų, importuotų iš kitų valstybių narių, atžvilgiu taikyti nesuderintas nacionalinės teisės nuostatas dėl maisto

produktų reklamos, kuriomis draudžiama vartoti tam tikrą informaciją ženklinant, pristatant ar reklamuojant, kaip antai „nuorodas į lieknėjimą“ ir „nuorodas į gydytojų rekomendacijas, pažymėjimus, pareiškimus, nuomones ar pritarimo pareiškimus“. Atsižvelgiant į ryšius tarp nuostatų, susijusių su ženklinimu ir reklamavimu, klausimą, kiek nuostatos dėl reklamos gali būti taikomos identiškoms informacijos apie vietinės gamybos produktus atžvilgiu, turi spręsti nacionalinis teismas.“