



Samling af Afgørelser

FORSLAG TIL AFGØRELSE FRA GENERALADVOKAT
H. SAUGMANDSGAARD ØE
fremsat den 18. februar 2016¹

Sag C-19/15

Verband Sozialer Wettbewerb e.V.
mod
Innova Vital GmbH

(anmodning om præjudiciel afgørelse indgivet af Landgericht München I (den regionale ret i første instans i München I, Tyskland))

»Præjudiciel forelæggelse — forbrugerbeskyttelse — forordning (EF) nr. 1924/2006 — artikel 1, stk. 2 — anvendelsesområde — ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger — anprisninger i kommercielle meddelelser, der udelukkende er rettet til fagpersoner«

I – Indledning

1. Anmodningen om præjudiciel afgørelse indgivet af Landgericht München I (den regionale ret i første instans i München I, Tyskland) vedrører fortolkningen af artikel 1, stk. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1924/2006 af 20. december 2006 om ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer².

2. Anmodningen er blevet indgivet under en sag mellem en forening, der har til opgave at varetage sine medlemmers erhvervsmæssige interesser, og et selskab, der sælger et kosttilskud, vedrørende påstande indeholdt i en reklameforsendelse, som sidstnævnte udelukkende sendte til læger. Domstolen anmodes om for første gang at afgøre, om kravene i henhold til forordningen finder anvendelse, når ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger, er indeholdt i kommercielle meddelelser, der ikke er rettet til de endelige forbrugere, men udelukkende til fagpersoner.

II – Retsforskrifter

3. Følgende fremgår af 1., 4., 9., 16., 23. og 29. betragtning til forordning nr. 1924/2006:

»(1) I Fællesskabet indeholder mærkning af og reklamer for fødevarer i et stigende antal tilfælde ernærings- og sundhedsanprisninger. For at sikre forbrugerne et højt beskyttelsesniveau og lette deres valg bør de markedsførte produkter, herunder importerede produkter, være sikre og være forsynet med fyldestgørende mærkning. [...]

¹ — Originalsprog: fransk.

² — EUT L 404, s. 9. Forordningen har været genstand for en berigtigelse (EUT 2007, L 12, s. 3) og er senest blevet ændret ved Kommissionens forordning (EU) nr. 1047/2012 af 8.11.2012 for så vidt angår listen over ernæringsanprisninger (EUT L 310, s. 36).

[...]

- (4) Denne forordning finder anvendelse på alle ernærings- og sundhedsanprisninger i kommercielle meddelelser, herunder bl.a. i generiske reklamer for fødevarer og i salgsfremmende kampagner, som for eksempel kampagner, som helt eller delvis støttes af offentlige myndigheder. Den finder ikke anvendelse på anprisninger, som fremsættes i ikke-kommercielle meddelelser såsom kostvejledninger eller råd fra offentlige sundhedsmyndigheder og -organer eller ikke-kommercielle meddelelser og informationer i pressen og i videnskabelige publikationer. [...]

[...]

- (9) Der findes en lang række næringsstoffer og andre stoffer [...] med ernæringsmæssige eller fysiologiske virkninger, som kan forekomme i en fødevarer og gøres til genstand for en anprisning. Der bør derfor fastsættes generelle principper, der skal gælde for alle anprisninger af fødevarer, med henblik på at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, at give forbrugeren de fornødne oplysninger til at kunne foretage et valg med fuldt kendskab til oplysninger om produktet samt at skabe lige konkurrencevilkår for fødevarerbranchen.

[...]

- (16) Det er vigtigt, at anprisninger af fødevarer kan forstås af forbrugerne, og alle forbrugere bør beskyttes imod vildledende anprisninger. [...]

[...]

- (23) Sundhedsanprisninger bør kun godkendes til anvendelse i Fællesskabet, når der er gennemført en videnskabelig vurdering af den højest mulige standard. For at sikre en harmoniseret videnskabelig vurdering af sådanne anprisninger bør Den Europæiske Fødevarsikkerhedsautoritet forestå sådanne vurderinger. [...]

[...]

- (29) For at sikre, at sundhedsanprisninger er sandfærdige, klare, pålidelige og anvendelige for forbrugeren, når denne skal sammensætte en sund kost, bør formuleringen og præsentationen af sundhedsanprisninger tages i betragtning i Den Europæiske Fødevarsikkerhedsautoritets udtalelse og i de efterfølgende procedurer.«

4. Forordningens artikel 1, stk. 1 og 2, bestemmer:

»1. Denne forordning harmoniserer medlemsstaternes love og administrative bestemmelser vedrørende ernærings- og sundhedsanprisninger med henblik på at sikre, at det indre marked fungerer tilfredsstillende, samtidig med at der sikres et højt forbrugerbeskyttelsesniveau.

2. Denne forordning finder anvendelse på ernærings- og sundhedsanprisninger i kommercielle meddelelser, uanset om det er i form af mærkning, præsentation eller reklame for fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger. [...]«

5. Med henblik på anvendelsen af forordning nr. 1924/2006 henviser forordningens artikel 2, stk. 1, litra a), til de definitioner af begreberne »fødevarer« og »endelig forbruger«, der fremgår af artikel 2 og artikel 3, nr. 18), i forordning (EF) nr. 178/2002³. Samme artikel 2, stk. 2, nr. 1), 4) og 5), definerer, hvad der i forordning nr. 1924/2006 forstås ved »anprisning«, »ernæringsanprisning« og »sundhedsanprisning«.

6. Kapitel II i forordning nr. 1924/2006, der indeholder artikel 3-7, fastsætter de generelle principper for anvendelsen af ernærings- og sundhedsanprisninger.

7. Artikel 3 med overskriften »Generelle principper for alle anprisninger« bestemmer, at »[e]rnærings- og sundhedsanprisninger [kun må] anvendes i mærkning og præsentation af eller reklame for fødevarer, der markedsføres i Fællesskabet, hvis de er i overensstemmelse med denne forordning«. Det tilføjes, at »[m]ed forbehold af direktiv 2000/13/EF [⁴] og 84/450/EØF [⁵] må ernærings- og sundhedsanprisninger [bl.a.] ikke være usande, tvetydige eller vildledende«.

8. Artikel 5 med overskriften »Almindelige betingelser« præciserer i stk. 1 og 2, at anvendelse af ernærings- og sundhedsanprisninger kun er tilladt, hvis de betingelser, der er opregnet i artiklen, er opfyldt, og »hvis det kan forventes, at gennemsnitsforbrugeren kan forstå de gavnlige virkninger, således som de udtrykkes i anprisningen«.

9. Kapitel III i forordning nr. 1924/2006, som indeholder artikel 8 og 9, fastsætter de betingelser, der gælder for anvendelse af ernæringsanprisninger.

10. Samme forordnings kapitel IV, hvoraf fremgår artikel 10-19, indeholder de særlige bestemmelser, der finder anvendelse på sundhedsanprisninger.

11. Artikel 10 med overskriften »Særlige betingelser« fastsætter følgende i stk. 1 og 2:

»1. Det er forbudt at anvende sundhedsanprisninger, medmindre de opfylder de generelle krav i kapitel II og de særlige krav i dette kapitel og er godkendt i henhold til denne forordning og medtaget på listerne over anprisninger, der er tilladt i henhold til artikel 13 og 14.

2. Det er kun tilladt at anvende sundhedsanprisninger, hvis [de] oplysninger[, som er opregnet i dette stykke,] fremgår af mærkningen, eller [...] af præsentationen og reklamerne.«

12. Artikel 13 tillader, at de sundhedsanprisninger, som opregnes i bestemmelsen, kan anvendes »uden at gennemgå de i artikel 15 til 19 nævnte [godkendelses]procedurer«, såfremt de »er baseret på almindeligt anerkendt videnskabelig evidens« og kan »forstås godt af gennemsnitsforbrugeren«.

13. Artikel 14 tillader anvendelsen af »anprisninger af en reduceret risiko for sygdom« og »anprisninger, der henviser til børns udvikling og sundhed«, forudsat at »de er godkendt efter proceduren i artikel 15, 16, 17 og 19« i denne forordning.

3 — Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 178/2002 af 28.1.2002 om generelle principper og krav i fødevarerlovgivningen, om oprettelse af Den Europæiske Fødevarsikkerhedsautoritet og om procedurer vedrørende fødevarsikkerhed (EFT L 31, s. 1).

4 — Europa-Parlamentets og Rådets direktiv af 20.3.2000 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om mærkning af og præsentationsmåder for levnedsmidler samt om reklame for sådanne levnedsmidler (EFT L 109, s. 29).

5 — Rådets direktiv af 10.9.1984 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om vildledende reklame (EFT L 250, s. 17).

III – Tvisten i hovedsagen, det præjudicielle spørgsmål og retsforhandlingerne for Domstolen

14. Verband Sozialer Wettbewerb e.V. (herefter »Verband Sozialer Wettbewerb«) er en tysk forening, der ifølge sine vedtægter har til opgave at varetage sine medlemmers erhvervsmæssige interesser, hvilket navnlig indebærer at påse, at reglerne om loyal konkurrence overholdes.

15. Innova Vital GmbH (herefter »Innova Vital«), der er et tysk selskab, hvis direktør er læge, markedsfører en emulsion kaldet »Innova Mulsin[®] Vitamin D₃«, der indeholder vitamin D₃ og indtages i dråbeform.

16. I november 2013 sendte direktøren for Innova Vital en skrivelse udelukkende til navngivne læger, hvoraf fremgår, at dette kosttilskud bidrager til at forebygge sygdomme, der skyldes et utilstrækkeligt niveau af D-vitamin. Skrivelsen havde følgende ordlyd:

»De kender situationen: 87% af alle tyske børn har et indhold af D-vitamin i blodet, der er lavere end 30 ng/ml. Ifølge det tyske ernæringsråd [(Deutsche Gesellschaft für Ernährung, DGE)] skal denne værdi imidlertid ligge mellem 50 og 75 ng/ml.

Som beskrevet i talrige undersøgelser bidrager D-vitamin i væsentlig grad til at forebygge flere sygdomme såsom atopisk dermatitis, osteoporose, diabetes mellitus og MS [(multipel sklerose)]. Ifølge disse undersøgelser er et for lavt niveau af D-vitamin allerede **i barndommen** medansvarligt for den senere forekomst af de nævnte sygdomsbilleder.

[...]

Som læge med speciale i immunologi har jeg reflekteret over dette spørgsmål og udviklet en vitamin D₃-emulsion (Innova Mulsin[®] D₃), som indtages i dråbeform.

[...]

Fordele ved Mulsin[®]-emulsionen:

[...]

— hurtig forebyggelse eller udbedring af mangeltilstande (80% af befolkningen beskrives som havende D₃-vitaminmangel om vinteren)

[...]

Betingelser for direkte bestilling samt **gratis informationsmateriale** til Deres praksis kan fås ved henvendelse på nummer [...]«⁶.

17. Forsendelsen indeholdt også en billedpræsentation af det omhandlede produkt, oplysninger om produktets sammensætning, salgsprisen og dagsprisen for en behandling i henhold til den anbefalede dosis på en dråbe dagligt eller efter lægens anvisning. Det blev i skrivelsen præciseret, at »med en salgspris på 26,75 EUR investerer Deres patienter 0,11 EUR om dagen for et afbalanceret tilskud af vitamin D₃«.

6 — Angivelserne med fed skrift fremstår som i den originale forsendelse.

18. Verband Sozialer Wettbewerb har anlagt sag ved den forelæggende ret med påstand om nedlæggelse af forbud over for Innova Vital i henhold til den tyske lov mod illoyal konkurrence (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb)⁷. Verband Sozialer Wettbewerb har begrundet søgsmålet med, at der er sket en tilsidesættelse af forordning nr. 1924/2006, og har herved nærmere bestemt henvist til to af de ovenfor nævnte angivelser i forsendelsen⁸.

19. Til støtte for søgsmålet har Verband Sozialer Wettbewerb gjort gældende, at bestemmelserne i forordning nr. 1924/2006 finder anvendelse på reklame, der er rettet mod såvel fagpersoner som andre personer end fagpersoner. Foreningen har principalt gjort gældende, at forordningens artikel 10, stk. 1, forbyder sundhedsanprisninger, medmindre sådanne anprisninger er godkendt i henhold til forordningen og medtaget på listerne over anprisninger, der er tilladt i henhold til dens artikel 13, hvilket ikke er tilfældet for de omhandlede angivelser. Foreningen har tilføjet, at det omhandlede kosttilskud, henset til dets sammensætning og effektivitet, ikke er i overensstemmelse med de almindelige betingelser i nævnte forordnings artikel 5, stk. 1. Foreningen har subsidiært påberåbt sig, at der er sket tilsidesættelse af samme forordnings artikel 10, stk. 2, idet de obligatoriske oplysninger, som denne bestemmelse nævner, ikke er indeholdt i den omtvistede reklame.

20. Innova Vital har derimod gjort gældende, at artikel 5 og 10 i forordning nr. 1924/2006 ikke finder anvendelse på de angivelser, der er indeholdt i den omhandlede forsendelse, eftersom denne udelukkende var rettet til læger, og forordningen ikke kan finde anvendelse på reklame rettet mod fagpersoner.

21. På denne baggrund har Landgericht München I (den regionale ret i første instans i München I) besluttet at udsætte sagen og forelægge Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»Skal artikel 1, stk. 2, i forordning nr. 1924/2006 fortolkes således, at bestemmelserne i denne forordning også gælder for ernærings- og sundhedsrelaterede oplysninger, som gives i kommercielle meddelelser i forbindelse med reklame for fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger, hvis den kommercielle meddelelse eller reklame udelukkende er henvendt til fagkredse?«

22. Innova Vital, den græske og den franske regering samt Europa-Kommissionen har indgivet skriftlige indlæg. Der er ikke blevet afholdt mundtlig forhandling.

IV – Bedømmelse

A – Indledende bemærkninger

23. Henset til de skriftlige indlæg, der er blevet indgivet til Domstolen, synes der et foreligge en række tvivlsspørgsmål vedrørende det materielle anvendelsesområde for forordning nr. 1924/2006, som bør behandles først, dvs. inden det præjudicielle spørgsmål besvares.

7 — Nævnte lovs § 8, stk. 1, første punktum, bestemmer i den affattelse, der finder anvendelse på tvisten i hovedsagen, at der kan anlægges sag med påstand om nedlæggelse af forbud over for enhver person, der har udøvet forbudt erhvervmæssig adfærd som omhandlet i samme lovs § 3 og 7.

8 — Der er tale om dels »Som beskrevet i talrige undersøgelser bidrager vitamin D i væsentlig grad til at forebygge flere sygdomme såsom atopisk dermatitis, osteoporose, diabetes mellitus og MS [(multipel sklerose)]. Ifølge disse undersøgelser er et for lavt niveau af vitamin D allerede i barndommen medansvarligt for den senere forekomst af de nævnte sygdomsbilleder«, dels »hurtig forebyggelse eller udbedring af mangeltilstande (80% af befolkningen beskrives som havende D3-vitaminmangel om vinteren)«.

24. Det fremhæves indledningsvis, at det ifølge den forelæggende ret i overensstemmelse med de anvendelsesbetingelser, der er opstillet i forordningens artikel 1, stk. 2, er ubestridt dels, at det produkt, der omtales i den i hovedsagen omhandlede forsendelse, udgør en fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger, dels at den meddelelse, som Innova Vital har udsendt, havde til formål at reklamere for denne fødevarer.

1. Om kvalificeringen af de omtvistede angivelser på baggrund af forordning nr. 1924/2006

25. Det fremgår af forelæggelsesafgørelsen, at sagsøgeren i hovedsagen har gjort gældende, at den forsendelse, der er genstand for søgsmålet, indeholdt »sundhedsanprisninger«, som er forbudt i henhold til forordning nr. 1924/2006. Landgericht München I (den regionale ret i første instans i München I) har ikke anfægtet denne kvalificering, idet det imidlertid bemærkes, at rettens præjudicielle spørgsmål uden sondring vedrører »ernæringsanprisninger« og »sundhedsanprisninger« som omhandlet i forordningen.

26. Den franske regering har rejst tvivl om, hvorvidt denne forudsætning er korrekt. Ifølge den franske regering udgør de omtvistede angivelser hverken ernærings- eller sundhedsanprisninger, således som disse er defineret i artikel 2, stk. 2, i forordning nr. 1924/2006, og de er dermed ikke omfattet af forordningens anvendelsesområde. Disse angivelser er snarere omfattet af den kategori af fødevarerinformation, som tillægger en fødevarer egenskaber vedrørende forebyggelse, behandling eller helbredelse af en menneskelig sygdom, og som i princippet ikke må anvendes i henhold til artikel 7 i forordning nr. 1169/2011/EU⁹. Den franske regering er imidlertid af den opfattelse, at Domstolen er forpligtet til at besvare det forelagte spørgsmål¹⁰ ud fra den begrundelse, at det i det foreliggende tilfælde ikke er åbenbart, at forordning nr. 1924/2006 ikke finder anvendelse, eftersom dette afhænger af den retlige kvalificering af de anfægtede angivelser.

27. Det følger af fast retspraksis, at det alene tilkommer den nationale ret at bedømme og kvalificere de faktiske omstændigheder i hovedsagen og at anvende de relevante EU-retlige bestemmelser i overensstemmelse med den fortolkning, som Domstolen har foretaget af disse bestemmelser¹¹. Denne regel er allerede blevet anvendt af Domstolen for så vidt angår bestemmelserne i forordning nr. 1924/2006¹². Jeg vil ikke desto mindre præcisere, at jeg i lighed med Kommissionen er af den opfattelse, at det foreliggende præjudicielle spørgsmål ikke er af hypotetisk karakter, idet de anfægtede påstande, henset til de ovennævnte oplysninger vedrørende tvisten, faktisk synes at henhøre under begrebet »sundhedsanprisninger« som omhandlet i forordningen, således som begrebet er blevet fortolket i Domstolens domme herom¹³.

9 — Europa-Parlamentets og Rådets forordning af 25.10.2011 om fødevarerinformation til forbrugerne, om ændring af Europa-Parlamentets og Rådets forordning nr. 1924/2006 og (EF) nr. 1925/2006 og om ophævelse af Kommissionens direktiv 87/250/EØF, Rådets direktiv 90/496/EØF, Kommissionens direktiv 1999/10/EF, direktiv 2000/13, Kommissionens direktiv 2002/67/EF og 2008/5/EF og Kommissionens forordning (EF) nr. 608/2004 (EUT L 304, s. 18).

10 — I denne henseende har den franske regering bl.a. henvist til domme Woningstichting Sint Servatius (C-567/07, EU:C:2009:593, præmis 43) og Dresser-Rand (C-606/12 og C-607/12, EU:C:2014:125, præmis 34).

11 — Jf. bl.a. domme Jestel (C-454/10, EU:C:2011:752, præmis 21), Asociația Accept (C-81/12, EU:C:2013:275, præmis 41 ff.) og Grupo Itevelesa m.fl. (C-168/14, EU:C:2015:685, præmis 77).

12 — Jf. dom Ehrmann (C-609/12, EU:C:2014:252, præmis 36).

13 — Jf. domme Deutsches Weintor (C-544/10, EU:C:2012:526, præmis 34 ff.) og Green – Swan Pharmaceuticals CR (C-299/12, EU:C:2013:501, præmis 22 ff.), idet det bemærkes, at de anprisninger, der var omhandlet i hovedsagen i sidstnævnte sag, ligesom i nærværende sag vedrørte et kosttilskud indeholdende vitamin D.

2. Om sammenhængen mellem forordning nr. 1924/2006 og direktiv 2000/13

28. Kommissionen har anført, at det bør undersøges, om anvendelsen af de omtvistede angivelser i en situation som den, der er genstand for hovedsagen, ikke allerede er forbudt i medfør af artikel 2, stk. 1, litra b), i direktiv 2000/13, sammenholdt med direktivets artikel 2, stk. 3, som fastsætter et generelt princip, hvorefter oplysninger vedrørende et levnedsmiddel, bl.a. i reklamer, ikke må tillægges dette levnedsmiddel egenskaber til forebyggelse af en menneskelig sygdom¹⁴.

29. Det samme gør sig i det væsentlige gældende med hensyn til den franske regering, idet denne har gjort gældende, at angivelser af denne art kan være omfattet af tilsvarende bestemmelser som de ovennævnte bestemmelser i direktiv 2000/13, der er indeholdt i artikel 7, stk. 3 og 4, i forordning nr. 1169/2011. Da denne forordning ophævede direktiv 2000/13 med virkning fra den 13. december 2014¹⁵, dvs. efter de faktiske omstændigheder i hovedsagen¹⁶, finder den imidlertid ikke anvendelse i det foreliggende tilfælde.

30. Det bemærkes, at direktiv 2000/13, som bl.a. omhandler reklame for levnedsmidler, finder anvendelse parallelt med forordning nr. 1924/2006, men ikke i stedet for forordningen. Det fremgår således af tredje betragtning til forordningen, at den supplerer de generelle principper i direktiv 2000/13¹⁷ og fastsætter særlige bestemmelser for anvendelse af ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer, der er bestemt til levering til forbrugeren i den givne form. Artikel 3, stk. 2, i forordning nr. 1924/2006 tager et generelt forbehold for anvendelsen af direktiv 2000/13, medmindre forordningen fastsætter undtagelser hertil. Navnlig gør forordningens artikel 14, stk. 1, det udtrykkeligt muligt at fravige direktivets artikel 2, stk. 1, litra b), for så vidt angår anvendelsen af to præcist fastsatte typer sundhedsanprisninger, nemlig anprisninger af en reduceret risiko for sygdom og anprisninger af børns udvikling og sundhed, forudsat at sådanne anprisninger er godkendt i overensstemmelse med de strenge betingelser, der er fastsat i forordningen.

31. Som Kommissionen selv har bemærket, er den omstændighed, at direktiv 2000/13 eventuelt kunne omfatte en tvist som den i hovedsagen omhandlede, på ingen måde uforenelig med behandlingen af den foreliggende anmodning om præjudiciel afgørelse, eftersom forordning nr. 1924/2006 således finder supplerende anvendelse i forhold til direktivet og ikke er et alternativ hertil. Den forelæggende ret påtænker i øvrigt klart at lægge forordningens bestemmelser til grund i tvisten i hovedsagen, og det er alene denne ret, der kan bedømme relevansen af og behovet for det spørgsmål, som den har forelagt med henblik på at løse den tvist, som er indbragt for den¹⁸.

14 — Kommissionen har i denne henseende henvist til Rettens dom Hagenmeyer og Hahn mod Kommissionen (T-17/12, EU:T:2014:234, præmis 76).

15 — Jf. artikel 53, stk. 1, i forordning nr. 1169/2011.

16 — Det bemærkes, at den omtvistede skrivelse blev sendt i november 2013.

17 — I tredje betragtning er anført, at direktiv 2000/13 »indeholder et generelt forbud mod at vildlede køberen eller at tillægge fødevarerne medicinske egenskaber«.

18 — Jf. bl.a. domme Syndesmos Melon tis Eleftheras Evangelikis Ekklisias m.fl. (C-381/89, EU:C:1992:142, præmis 18 og 19) og Križan m.fl. (C-416/10, EU:C:2013:8, præmis 66).

B – *Spørgsmålet om, hvorvidt forordning nr. 1924/2006 finder anvendelse på kommercielle meddelelser, der udelukkende er fremsendt til fagpersoner*

32. Det forelagte spørgsmål i nærværende sag vedrører den eventuelle anvendelse af forordning nr. 1924/2006, når der foreligger ernærings- eller sundhedsanprisninger i kommercielle meddelelser om fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger, i tilfælde, hvor sådanne meddelelser ikke er rettet til den endelige forbruger, men udelukkende til fagpersoner, som i det foreliggende tilfælde er sundhedspersonale¹⁹. Domstolen har endnu ikke skullet tage stilling til en anmodning om fortolkning af denne art, hvis praktiske konsekvenser imidlertid er betydelige²⁰.

33. Parterne i hovedsagen har indtaget modstridende synspunkter for så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt forordningen finder anvendelse under sådanne omstændigheder. Den forelæggende ret har anført, at det forelagte spørgsmål også betragtes forskelligt i den tyske retslitteratur, og har herved detaljeret redegjort for denne debat i retslitteraturen.

34. I de indlæg, der er indgivet til Domstolen, er det kun Innova Vital, der har gjort gældende, at kommercielle meddelelser, der udelukkende fremsendes til fagpersoner, ikke reguleres ved bestemmelserne i forordning nr. 1924/2006. Såvel den græske og den franske regering som Kommissionen er af den opfattelse, at forordningens anvendelsesområde omfatter et sådant tilfælde. Jeg deler ligeledes denne sidstnævnte opfattelse.

35. En række betragtninger, der ikke alene hviler på en ordlydsfortolkning af forordningen, men også på en fortolkning af forordningens formål og sammenhæng, underbygger det bekræftende svar på det præjudicielle spørgsmål, som jeg således har til hensigt at foreslå.

1. Om ordlyden af de relevante bestemmelser i forordning nr. 1924/2006

36. Innova Vital har påberåbt sig 1., 8.-10., 15. og 28. betragtning til forordning nr. 1924/2006 samt dennes artikel 5, stk. 2, til støtte for, at denne retsakt ikke kan finde anvendelse på reklame rettet mod en kreds af fagpersoner, eftersom disse bestemmelser fremhæver forbrugere og intet sted nævner fagpersoner.

37. Det er korrekt, at der findes adskillige henvisninger til forbrugere i forordningen, idet det bl.a. bemærkes, at den opfattelse af ernærings- og sundhedsanprisninger, som »gennemsnitsforbrugeren« må antages at have, flere gange anvendes som referencepunkt i forordningen²¹.

38. Henset til ordlyden af artikel 1, stk. 2, og samtlige andre bestemmelser i forordning nr. 1924/2006 er der efter min opfattelse ikke desto mindre ingen holdepunkter for at udelukke, at forordningen regulerer såvel kommercielle meddelelser, der er rettet direkte til forbrugerne, som kommercielle meddelelser, der ganske vist udelukkende er rettet til fagpersoner, men som faktisk har til formål indirekte at nå de forbrugere, som eventuelt vil købe den omhandlede fødevarer.

19 — Henset til den generelle karakter af og begrundelsen for det af den forelæggende ret stillede spørgsmål skal det fremhæves, at spørgsmålets rækkevidde ikke kun er begrænset til sundhedspersonale, men efter min opfattelse synes at udstrække sig til enhver type fagpersoner i modsætning til den kategori af personer, der ikke er fagpersoner, som udgør de endelige forbrugere.

20 — Muligheden for frit at kunne anvende ernærings- og sundhedsanprisninger lægger et stærkt pres på de erhvervsdrivende inden for fødevarerektoren, eftersom disse anprisninger udgør et meget lukrativt salgsargument (jf. A.-S. Lucas-Puget, »Les allégations sur les produits alimentaires de consommation courante: quelques questions d'actualité«, *Petites affiches*, 24.5.2006, nr. 103, s. 4 ff.).

21 — Jf. 16. betragtning til forordning nr. 1924/2006 samt dennes artikel 5, stk. 2, og artikel 13, stk. 1 in fine. Jf. ligeledes punkt 17 i begrundelsen til forslag KOM(2003) 424 endelig samt tiende betragtning og artikel 2, nr. 8), artikel 5, stk. 2, artikel 9, stk. 1, og artikel 12, stk. 1, heri. Domstolen har defineret forskellige bedømmelseskriterier i tilknytning til »gennemsnitsforbrugeren«, bl.a. i dom Green – Swan Pharmaceuticals CR (C-299/12, EU:C:2013:501, præmis 24 ff.).

39. Lovgiver har således ikke fastsat nogen sondring, der er afhængig af, hvem der er modtager af de meddelelser indeholdende ernærings- og sundhedsanprisninger, som er omfattet af forordningen. De eneste krav, der fremgår af forordningen, vedrører disse meddelelsers genstand og art. Meddelelserne skal dels vedrøre fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger²², dels være »kommercielle«, idet de enten skal have form af mærkning eller præsentation af fødevarer eller reklame herfor²³. Det er således med hensyn til selve produktet, at det kræves, at det er rettet til forbrugere, og ikke med hensyn til den meddelelse, hvori produktet er omtalt²⁴.

40. Kriteriet om kommerciel karakter udgør efter min opfattelse, samt efter den græske regerings og Kommissionens opfattelse, et hovedelement med henblik på besvarelsen af det i nærværende sag forelagte spørgsmål²⁵. I denne henseende drages der i fjerde betragtning til forordningen en klar skillelinje mellem kommercielle meddelelser, som er omfattet af retsaktens, og ikke-kommercielle meddelelser, der ikke henhører under denne, idet det samtidig er anført, at kommercielle meddelelser omfatter »reklamer« og »salgsfremmende« kampagner²⁶.

41. Selv om forordning nr. 1924/2006 ikke indeholder en udtrykkelig definition af dette kriterium, fremgår det – som Kommissionen har anført – af andre EU-retlige retsakter, at kommerciel karakter generelt henviser til en meddelelse, der har til formål at sikre økonomisk promovning af varer eller tjenesteydelser på direkte²⁷ eller endog på »indirekte« vis²⁸ og således at påvirke de potentielle køberes beslutninger. Det fremhæves, at en lignende tilgang er blevet fulgt på internationalt plan i »Guidelines for Use of Nutrition and Health Claims« vedtaget af Codex Alimentarius²⁹, som syvende betragtning til forordningen udtrykkeligt henviser til³⁰.

42. Ordlyden af forordning nr. 1924/2006 begrænser ikke dens anvendelsesområde til meddelelser, hvis direkte modtagere er de endelige forbrugere, idet den kommercielle karakter af disse meddelelser ikke nødvendigvis afhænger heraf. I en situation som den, der behandles af den forelæggende ret, er forbrugerne, selv om de ikke selv modtager den meddelelse, der indeholder de af forordningen omfattede anprisninger, således reelt de personer, som indirekte tilsigtes berørt af dette kommercielle

22 — Fødevarerne skal »leveres i den foreliggende form« (artikel 1, stk. 1, i direktiv 2000/13 anvender formuleringen »[leveres] i uforandret stand«) direkte til den endelige forbruger (jf. tredje betragtning til forordning nr. 1924/2006 og dennes artikel 1, stk. 1, første afsnit) eller indirekte inden for rammerne af »levering til restauranter, hospitaler, skoler, kantiner og lignende storkøkkener« (jf. forordningens artikel 1, stk. 2, tredje afsnit).

23 — Jf. fjerde betragtning til forordning nr. 1924/2006 og dennes artikel 1, stk. 2, første afsnit. Det bemærkes, at dette krav ikke var indeholdt i forslag KOM(2003) 424 endelig. Jf. ændringsforslag 2 og 16 i Europa-Parlamentets betænkning af 12.5.2005 om nævnte forslag (A6-0128/2005, s. 6 og 13) og fjerde betragtning til samt artikel 1, stk. 2, i fælles holdning vedtaget af Rådet den 8.12.2005 (EUT C 80 E 2006, s. 43).

24 — Jf. ligeledes R. Dehove m.fl., *Lamy Dehove*, red. Wolters Kluwer France, 2014, bind 1, del 2, studie 285, punkt 285-126: »[b]estemmelserne i [forordning nr. 1924/2006] vedrører således både reklame rettet mod den endelige forbruger og reklame rettet mod fagpersoner (herunder sundhedspersonale), for så vidt som bestemmelserne vedrører enhver kommerciel meddelelse om eller reklame for et produkt til den endelige forbruger«.

25 — Kommissionen er endda af den opfattelse, at »den forelæggende ret med sit spørgsmål i det væsentlige ønsker en fortolkning af konceptet »kommerciel meddelelse«, som ikke er defineret i forordningen, [...] i forhold til de potentielle modtagere af denne meddelelse«.

26 — Fjerde betragtning opregner på ikke udtømmende vis blandt de kommercielle meddelelser »generiske reklamer for fødevarer og [...] salgsfremmende kampagner, som helt eller delvis støttes af offentlige myndigheder« (min fremhævelse), og blandt de ikke-kommercielle meddelelser »kostvejledninger eller råd fra offentlige sundhedsmyndigheder og -organer eller ikke-kommercielle meddelelser og informationer i pressen og i videnskabelige publikationer«.

27 — Kommissionen har i denne henseende henvist til definitionen af »handelspraksis« i artikel 2, litra d), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11.5.2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (EUT L 149, s. 22).

28 — Kommissionen har her henvist til begrebet »kommerciel kommunikation« som defineret i artikel 2, litra f), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8.6.2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked (EFT L 178, s. 1) og i artikel 4, nr. 12), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/123/EF af 12.12.2006 om tjenesteydelser i det indre marked (EUT L 376, s. 36). Hvad angår indholdet af sidstnævnte bestemmelse, se dom Société fiduciaire nationale d'expertise comptable (C-119/09, EU:C:2011:208, præmis 29 ff.).

29 — Af teksten vedtaget af Codex Alimentarius – der er et fælles organ under De Forenede Nationers Fødevarer- og Landbrugsorganisation (FAO) og Verdenssundhedsorganisationen (WHO) – i 1997, som revideret i 2004 og senest ændret i 2008 (CAC/GL 23-1997), fremgår det, at disse retningslinjer vedrører anvendelsen af sådanne anprisninger i »advertising«, der defineres som »any commercial communication to the public, by any means other than labelling, in order to promote directly or indirectly, the sale or intake of a food through the use of nutrition and health claims in relation to the food and its ingredients« (jf. punkt 1.1 og fodnote 1).

30 — Jf. ligeledes punkt 10, 11 og 22 i begrundelsen til KOM(2003) 424 endelig.

tiltag, eftersom den fødevarer, der er genstand herfor, må antages at være bestemt til at blive solgt til forbrugerne, og ikke til de fagpersoner, som har modtaget reklameforsendelsen³¹. I et sådant tilfælde udgør disse fagpersoner faktisk blot et mellemlid, som kontaktes af en virksomhed inden for fødevareresektoren netop af den grund, at de kan fremme promoveringen af det produkt, som virksomheden sælger, idet fagpersonerne kan sikre, at de kommercielle oplysninger om produktet videregives til de potentielle købere, eller endog anbefale de potentielle købere at købe produktet.

43. Fagpersoner er således generelt i stand til at udøve en mærkbar indflydelse på de forbrugere, der henvender sig til dem, og dette så meget desto mere, når det drejer sig om sundhedspersonale, der af patienterne vises en øget tillid og betragtes som meget troværdige. Selve formålet med en reklameforsendelse som den i hovedsagen omhandlede er, at de læger, som har modtaget den, råder deres patienter til at indtage det pågældende produkt. Det er imidlertid ikke givet, at alle de kontaktede fagpersoner, inden de eventuelt påtager sig denne tilskyndende rolle, fuldt ud er i stand til at efterprøve de anprisninger, der er indeholdt i den kommercielle meddelelse, eller om nødvendigt se bort herfra³².

44. Med henblik på anvendelsen af forordning nr. 1924/2006 mener jeg ikke, at det er relevant, om fagpersonerne videregiver selve det dokument, de har modtaget, til forbrugerne eller alene videregiver indholdet heraf, idet det afgørende forhold efter min opfattelse er, at der foreligger en mulighed for, at de ernærings- og sundhedsanprisninger, der er indeholdt i dokumentet, og som er omfattet af forordningen, bliver bragt til de endelige forbrugeres kendskab, selv hvis dette sker indirekte, således som det er tilfældet i den foreliggende sag³³.

2. Om formålene med forordning nr. 1924/2006

45. Den fortolkning, som jeg vil foreslå Domstolen at vedtage på baggrund af ordlyden af de relevante bestemmelser i forordning nr. 1924/2006, bestyrkes, når der henses til forordningens formål.

46. Det er ubestridt, at forordningen har det dobbelte formål at »sikre, at det indre marked fungerer tilfredsstillende«, hvilket bl.a. kræver, at der »[skabes] lige konkurrencevilkår« for så vidt angår udnyttelsen af produkter, og at sikre »et højt forbrugerbeskyttelsesniveau«³⁴, fortrinsvis ved at gøre det muligt for forbrugerne med hensyn til fødevarer at træffe et oplyst valg, der hviler på objektive oplysninger og evidens³⁵.

31 — Det kan ganske vist tænkes, at en fagperson, som modtager reklamen, selv vælger at indtage den pågældende fødevarer, men det er ikke en sådan problemstilling, der er omhandlet i nærværende sag, eftersom den kommercielle meddelelse i et sådant tilfælde ville være blevet modtaget direkte af den endelige forbruger, således at der ikke var tvivl om, at forordning nr. 1924/2006 fandt anvendelse. Ifølge den vurdering, som den forelæggende ret har foretaget i tvisten i hovedsagen, blev forsendelsen sendt udelukkende til fagpersoner i deres egenskab af læger og ikke potentielle forbrugere.

32 — Som visse kommentatorer inden for den tyske retslitteratur, hvis synspunkter sammenfattes som følger i forelæggelsesafgørelsen, med rette har bemærket, forholder det sig således, at »når virksomheder fokuserer på fagkredse, altså f.eks. læger, apotekere eller kostvejledere, sker det netop, fordi de håber på at opnå en multiplikatoreffekt gennem dem og dermed i sidste ende et større salg. Medlemmer af fagkredsene er ofte informationsformidlere, som anbefaler bestemte produkter på grundlag af deres faglige viden – som utvivlsomt også kan påvirkes af reklame« (min fremhævelse).

33 — Kommissionen har foreslået, at det forelagte spørgsmål besvares med, at en meddelelse er kommerciel som omhandlet i forordning nr. 1924/2006, selv om den udelukkende er rettet til fagpersoner, »eftersom [den] tilsigter og er egnet til at medføre en ekstern virkning, der ikke begrænser sig til fagpersonerne, men rammer tredjemand, og som kan have indflydelse på den endelige forbrugers valg af fødevarer, [hvilket det] tilkommer den nationale ret at bedømme«. Med henblik på at karakterisere en sådan ekstern virkning har Kommissionen påberåbt sig den – ganske vist ikke udtømmende – omstændighed, at den læge, der er modtager af meddelelsen, anvendes »som multiplikator af reklameforanstaltninger, f.eks. ved at meddelelsen vedlægges oplysninger, der kan udbredes til patienterne, kopier af den meddelelse, der er rettet til lægen, eller brochurer«.

34 — Jf. 1., 2., 9. og 36. betragtning til forordning nr. 1924/2006 samt dennes artikel 1, stk. 1. Jf. ligeledes punkt 2, 6, 12 og 33 i begrundelsen til forslag KOM(2003) 424 endelig.

35 — Jf. 1., 9., 10., 11. og 29. betragtning til forordning nr. 1924/2006, punkt 8, 28 og 33 i begrundelsen til forslag KOM(2003) 424 endelig, og punkt 1.2 og 1.3 i Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalgs udtalelse om forslaget (EUT C 110, 2004, s. 18). Jf. ligeledes dom Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, præmis 49 og 72).

47. Med henblik herpå tillader forordningen, at der anvendes ernærings- og sundhedsanprisninger i kommercielle meddelelser, idet sådanne oplysninger kan være nyttige for forbrugerne, forudsat at de er klare og sande³⁶, men den afgrænser denne anvendelse snævert. Hvad navnlig angår sundhedsanprisninger er anvendelsen heraf genstand for særlige restriktioner, og forordningen tillader ikke, at sådanne anprisninger anvendes, medmindre der er foretaget en både uafhængig og harmoniseret videnskabelig vurdering af Den Europæiske Fødevarerikkerhedsautoritet (EFSA) og udstedt en EF-godkendelse af Kommissionen³⁷.

48. Disse formål og principper indebærer, at anvendelsesområdet for forordning nr. 1924/2006 må være tilstrækkeligt bredt til at sørge for, at deres virkeliggørelse og overholdelse ikke bringes i fare, i overensstemmelse med den tilgang, som Domstolen hidtil har anvendt over for fødevaresektorens erhvervsdrivendes forsøg på at begrænse forordningens materielle rækkevidde³⁸. Eftersom forbrugerne ikke udtrykkeligt er udpeget som de eneste potentielle adressater, skal det i det foreliggende tilfælde efter min opfattelse fastslås, at forordningen også finder anvendelse på en kommerciel meddelelse som den i hovedsagen omhandlede, der udelukkende er rettet til fagpersoner, og som opfylder de øvrige betingelser, der er fastsat i denne retsakt.

49. Fagpersoner er ganske vist i princippet³⁹ mere oplyste og velunderrettede end gennemsnitsforbrugeren. I praksis kan både den filtrering, som de kan foretage, og det værn, som de således kan udgøre for forbrugerne, imidlertid støde på begrænsninger, da det ikke kan udelukkes, at fagpersonerne selv vildledes af upræcise, vildledende eller endog usande anprisninger. Som den græske regering har anført, er det således fysisk umuligt for dem til enhver tid at råde over en sådan komplet specialiseret og opdateret viden, som er nødvendig for at kunne vurdere enhver fødevarer og enhver form for anprisning heraf.

50. I lighed med den franske regering er det min vurdering, at såfremt det medgives, at ernærings- og sundhedsanprisninger ikke er omfattet af bestemmelserne i forordning nr. 1924/2006, når de optræder i kommercielle meddelelser rettet til fagpersoner, vil de konkrete konsekvenser paradoksalt nok være endog endnu mere alvorlige og skadelige for forbrugeren, end når reklamen er rettet direkte mod denne. Forbrugeren stoler således generelt på rådet fra en fagperson, der i god tro anbefaler forbrugeren det pågældende produkt, og forbrugeren handler måske endda med mindre eftertanke og tilbageholdenhed, end når vedkommende selv skal foretage en vurdering i sin egenskab af lægmand. I det tilfælde, der er omhandlet i det præjudicielle spørgsmål, er forbrugerbeskyttelsen mod anprisninger, som er usande, således lige så nødvendig, eller endog mere nødvendig, end i et tilfælde, hvor forbrugerne selv modtager reklamen og selv foretager deres valg af fødevarer.

51. Såfremt denne meddelelseskategori udelukkes fra forordningens anvendelsesområde, ville det i øvrigt medføre, at forordningen mister en del af sin effektive virkning, navnlig derved at en manglende forudgående vurdering fra EFSA ville gøre det muligt at anvende sundhedsanprisninger, der ikke hviler på videnskabelig evidens. For fødevarevirksomhederne ville muligheden for at udbrede deres anprisninger til forbrugerne med fagpersoner som budbringere i praksis udgøre en nem måde at omgå de strenge krav i forordning nr. 1924/2006. Under alle omstændigheder ville en sådan fortolkning medføre en risiko for at bringe det indre markeds funktion i fare og forringe niveauet for forbrugerbeskyttelse i strid med forordningens formål.

36 — Jf. punkt 6, 8, 9 og 16 i begrundelsen til forslag KOM(2003) 424 endelig.

37 — Jf. 23., 26. og 29. betragtning til forordning nr. 1924/2006 samt dennes artikel 10 ff. Jf. ligeledes punkt 1 og 29 i begrundelsen til forslag KOM(2003) 424 endelig.

38 — Jf. i denne henseende bl.a. den retspraksis, der er nævnt i fodnote 13 i nærværende forslag til afgørelse, og P. Nihoul og E. Van Nieuwenhuyze, »Allégations nutritionnelles et de santé: quelques stratégies juridiques utilisées par les entreprises pour échapper à la réglementation«, *Revue européenne de droit de la consommation*, 2014, nr. 1, s. 65-80.

39 — Selv om de udgør en forskelligartet gruppe, hvis ekspertiseniveau varierer.

52. Den formålsfortolkning, som jeg foreslår, kan efter min opfattelse ikke drages i tvivl af de argumenter, som er fremsat af Innova Vital, der over for denne tilgangsvinkel har påberåbt sig synspunkter, som ifølge oplysningerne i Innova Vitals indlæg og forelæggelsesafgørelsen støttes af en del af den tyske juridiske litteratur.

53. For det første har Innova Vital anført, at der består et misforhold mellem det bindende system, der er fastsat ved forordning nr. 1924/2006, og den viden, der besiddes af de eksperter, som fagpersonerne udgør. Innova Vital har i det væsentlige gjort gældende, at såfremt kommercielle meddelelser rettet til fagpersoner skulle være omfattet af anvendelsesområdet for forordningen, ville anvendelsen af teknisk eller videnskabelig terminologi i ernærings- og sundhedsanprisninger være forbudt i medfør af forordningens artikel 5, stk. 2⁴⁰, eftersom det ikke kan antages, at sådanne udtryk ville kunne forstås af en »gennemsnitsforbruger«, til trods for, at de specialister, som reklamen er rettet mod, ville have viden herom.

54. Dette argument er imidlertid efter min opfattelse irrelevant, eftersom reklameforsendelsen under de omstændigheder, der er genstand for tvisten i hovedsagen, ikke i sig selv er bestemt til at blive forelagt for forbrugeren, men udleveres til fagpersoner, som implicit opfordres til at forklare forbrugeren, på hvilken måde det pågældende produkt kunne være interessant for denne⁴¹. Kravet om, at de anprisninger, der er indeholdt i den kommercielle meddelelse, skal kunne forstås, således som det er fastsat i nævnte artikel 5, stk. 2, overgår i dette tilfælde til at gælde fagpersonerne som mellemlid, der dermed får til opgave at videregive disse oplysninger til lægmænd, idet oplysningerne om nødvendigt må omformuleres.

55. For det andet har Innova Vital påberåbt sig, at den ordning, der er fastsat ved forordning nr. 1924/2006, har en skadelig virkning på meddelelser mellem fagpersoner, da disse har andre forventninger end forbrugerne, navnlig hvad angår objektive oplysninger om ny videnskabelig udvikling⁴².

56. Det er korrekt, at såfremt Domstolen måtte komme frem til, at bestemmelserne i forordning nr. 1924/2006 finder anvendelse i en sammenhæng såsom den, hvori tvisten i hovedsagen indgår, kan kommercielle meddelelser, der udveksles mellem fagpersoner, blive berørt eller endog blive begrænset. For at det system, som begrænser ernærings- og sundhedsanprisninger, og som er fastsat i forordningen, kan finde anvendelse, skal de omhandlede meddelelser imidlertid i princippet ikke alene have til formål at formidle rent tekniske oplysninger, men tillige at udbrede »kommercielle« oplysninger i overensstemmelse med forordningens artikel 1, stk. 2, første afsnit. Det bemærkes, at fjerde betragtning til forordningen i øvrigt udtrykkeligt udelukker, at forordningen finder anvendelse på »ikke-kommercielle [...] informationer [...] i videnskabelige publikationer«. I en sammenhæng, hvor der er tale om kommerciel adfærd, og dermed oplysninger, der ikke er neutrale, anser jeg det for klart, at det legitime mål om at beskytte forbrugerne mod usande anprisninger vejer tungere end ønsket om at tillade videregivelse af oplysninger fra en fagperson til en anden.

40 — Den retslitteratur, som Innova Vital har henvist til i sit indlæg, nævner også i denne retning artikel 13, stk. 1, litra ii), i forordning nr. 1924/2006, idet det bemærkes, at denne artikel udelukkende vedrører »[a]ndre sundhedsanprisninger end dem, der henviser til en reduceret risiko for sygdom og til børns udvikling og sundhed« (min fremhævelse).

41 — Det bemærkes, at i det foreliggende tilfælde præsenterer den skrivelse, som Innova Vital har rettet til lægerne, de argumenter, som lægerne kan anvende over for deres patienter, idet det fremhæves, at det kosttilskud, som Innova Vital markedsfører, ifølge selskabet har en gavnlig virkning for sundheden og ikke er dyrt at indtage.

42 — I forelæggelsesafgørelsen er anført, at visse forfattere i den tyske juridiske litteratur også er fremkommet med det modargument, »at den voksende betydning, som ernæringsens sundhedsrelaterede aspekter tillægges, har ført til et større behov for oplysning og diskussion inden for fagkredsene«.

57. Det er derfor min opfattelse, at artikel 1, stk. 2, i forordning nr. 1924/2006 skal fortolkes således, at forordningen finder anvendelse, når ernærings- eller sundhedsanprisninger er indeholdt i kommercielle meddelelser, der ganske vist udelukkende er rettet til fagpersoner, men i praksis har til formål indirekte at nå de endelige forbrugere, til hvilke de fødevarer, der er genstand for disse anprisninger, må antages at skulle leveres i den foreliggende form.

V – Forslag til afgørelse

58. Henset til ovenstående betragtninger foreslår jeg Domstolen at besvare det spørgsmål, som Landgericht München I (den regionale ret i første instans i München I) har forelagt, således:

»Artikel 1, stk. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1924/2006 af 20. december 2006 om ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer skal fortolkes således, at forordningens bestemmelser finder anvendelse på ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer, der leveres i den foreliggende form til den endelige forbruger, som er indeholdt i kommercielle meddelelser, når disse meddelelser udelukkende er rettet til fagpersoner, men har til formål indirekte at nå forbrugerne ved at anvende disse fagpersoner som mellemlid.«