



## Zbornik sudske prakse

MIŠLJENJE NEZAVISNOG ODVJETNIKA  
HENRIKA SAUGMANDSGAARDA ØEA  
od 18. veljače 2016.<sup>1</sup>

**Predmet C-19/15**

**Verband Sozialer Wettbewerb e.V.  
protiv  
Innova Vital GmbH**

(zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Landgericht München I (zemaljski sud München I, Njemačka))

„Zahtjev za prethodnu odluku – Zaštita potrošača – Uredba (EZ) br. 1924/2006 – Članak 1. stavak 2. – Područje primjene – Prehrambene i zdravstvene tvrdnje koje se navode na hrani koja se u tome stanju treba isporučiti krajnjem potrošaču – Tvrdnje u komercijalnoj komunikaciji koja je usmjerena isključivo na stručnjake“

### I – Uvod

1. Zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Landgericht München I (zemaljski sud München I, Njemačka) odnosi se na tumačenje članka 1. stavka 2. Uredbe (EZ) br. 1924/2006 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. prosinca 2006. o prehrambenim i zdravstvenim tvrdnjama koje se navode na hrani<sup>2</sup>.

2. Ovaj zahtjev podnesen je u okviru spora između, s jedne strane, udruge koja brani poslovne interese svojih članova i, s druge strane, društva koje prodaje dodatak hrani, o tvrdnjama sadržanima u reklamnom pismu koje je potonje poslalo jedino liječnicima. Sud je pozvan da po prvi put odluči o tome jesu li zahtjevi navedene uredbe primjenjivi kad se prehrambene i zdravstvene tvrdnje koje se navode na hrani koja se u tome stanju treba isporučiti potrošačima nalaze u komercijalnoj komunikaciji koja nije izravno usmjerena na potonje, nego isključivo na stručnjake.

### II – Pravni okvir

3. Sukladno uvodnim izjavama 1., 4., 9., 16., 23. i 29. Uredbe br. 1924/2006:

„(1) Sve veća količina hrane koja je označena i koja se oglašava u Zajednici na sebi nosi i prehrambene i zdravstvene tvrdnje. Kako bi se osigurala visoka razina zaštite potrošača te olakšao njihov izbor, proizvodi stavljeni na tržište, uključujući i uvezene proizvode, trebali bi biti sigurni i označeni na odgovarajući način. [...]

1 – Izvorni jezik: francuski

2 – SL L 404, str. 9. (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 7., str. 172.). Ta uredba je posljednji put izmijenjena Uredbom Komisije (EU) br. 1047/2012 od 8. studenoga 2012. u pogledu popisa prehrambenih tvrdnji (SL L 310, str. 36.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 60., str. 208.).

[...]

- (4) Ova bi se Uredba trebala primjenjivati na sve prehrambene i zdravstvene tvrdnje u komercijalnim komunikacijama, uključujući, između ostalog, i generičko oglašavanje hrane i promidžbene kampanje, poput onih koje u cijelosti ili dijelom uživaju potporu javnih tijela. Ona se ne bi trebala primjenjivati na tvrdnje u nekomercijalnim komunikacijama, poput smjernica ili savjeta o načinu prehrane koje izdaju tijela nadležna za javno zdravstvo i organi ili u nekomercijalnim komunikacijama i informacijama u tisku te u znanstvenim publikacijama. [...]

[...]

- (9) Postoji širok raspon hranjivih tvari i drugih tvari, [...] koje imaju prehrambeni ili fiziološki utjecaj koji bi mogao biti prisutan u hrani te biti predmetom takvih tvrdnji. Stoga bi trebalo uspostaviti opća načela koja se mogu primijeniti na sve tvrdnje koje se navode na hrani s ciljem osiguravanja visoke razine zaštite potrošača, pružanja informacija potrošaču potrebnih za njegov odabir uz potpuno poznavanje činjenica, kao i s ciljem stvaranja jednakih uvjeta tržišnog natjecanja u prehrambenoj industriji.

[...]

- (16) Važno je da tvrdnje koje se navode na hrani može razumjeti i potrošač te je primjereno zaštititi sve potrošače od zavaravajućih tvrdnji. [...]

[...]

- (23) Zdravstvene tvrdnje trebalo bi odobriti za uporabu u Zajednici tek nakon znanstvene procjene najvećeg mogućeg standarda. S ciljem osiguravanja usklađene znanstvene procjene takvih tvrdnji, Europska agencija za sigurnost hrane trebala bi provesti takve procjene. [...]

[...]

- (29) U svrhu osiguravanja da su te zdravstvene tvrdnje istinite, jasne, pouzdane i korisne potrošačima prilikom njihova odabira zdravog načina prehrane, u obzir bi trebalo uzeti i formulaciju i predstavljanje takvih zdravstvenih tvrdnji u mišljenju Europske agencije za sigurnost hrane te u naknadnim autorizacijskim postupcima.”

4. Članak 1. stavci 1. i 2. te uredbe određuju:

„1. Ovom se Uredbom usklađuju odredbe utvrđene zakonom ili drugim propisima u državama članicama koje se odnose na prehrambene i zdravstvene tvrdnje u svrhu osiguravanja učinkovitog funkcioniranja unutarnjega tržišta uz istodobno pružanje visoke razine zaštite potrošača.

2. Ova se Uredba primjenjuje na prehrambene i zdravstvene tvrdnje u komercijalnoj komunikaciji, bilo u označavanju, bilo u prezentiranju, bilo u oglašavanju hrane koja se u tome stanju treba isporučiti krajnjem potrošaču. [...]

5. Članak 2. stavak 1. točka (a) Uredbe br. 1924/2006 za potrebe primjene potonje uredbe upućuje na definicije pojmova „hrane” i „krajnjeg potrošača” koji su utvrđeni člankom 2. i člankom 3. stavkom 18. Uredbe (EZ) br. 178/2002<sup>3</sup>. Stavak 2. točke 1., 4. i 5. istog članka definiraju što znače „tvrđnja”, „prehrambena tvrđnja” i „zdravstvena tvrđnja” u smislu Uredbe br. 1924/2006.

3 — Uredba Europskog parlamenta i Vijeća od 28. siječnja 2002. o utvrđivanju općih načela i uvjeta zakona o hrani, osnivanju Europske agencije za sigurnost hrane te utvrđivanju postupaka u područjima sigurnosti hrane (SL L 31, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 7., str. 91.)

6. Poglavlje II. Uredbe br. 1924/2006, u kojemu su sadržani članci 3. do 7., određuje opća načela korištenja prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji.

7. Članak 3., naslovljen „Opća načela za sve tvrdnje”, određuje da se „[p]rehrambene i zdravstvene tvrdnje mogu [...] koristiti u označivanju, prezentiranju i oglašavanju hrane stavljene na tržište u Zajednici samo ako zadovoljavaju odredbe ove Uredbe”. Dodaje da „[n]e dovodeći u pitanje direktive 2000/13/EZ [4] i 84/450/EEZ [5], uporaba prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji ne smije [osobito] biti pogrešna, dvosmislena niti zavaravajuća”.

8. Stavci 1. i 2. članka 5., naslovljenog „Opći uvjeti”, pojašnjavaju da je uporaba prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji dopuštena samo ako su ispunjeni uvjeti navedeni u tom članku i samo „ako se od prosječnog potrošača može očekivati da razumije blagotvorne učinke onako kako su oni izraženi u toj tvrdnji”.

9. Poglavlje III. Uredbe br. 1924/2006, koje sadrži članke 8. i 9., predviđa posebne uvjete korištenja prehrambene tvrdnje.

10. Poglavlje IV. iste uredbe, u kojem se nalaze članci 10. do 19., sadrži posebne odredbe koje se primjenjuju na zdravstvene tvrdnje.

11. Sukladno stavcima 1. i 2. članka 10., naslovljenog „Posebni uvjeti”:

„1. Zdravstvene tvrdnje se zabranjuju, osim ako su u skladu s općim zahtjevima u Poglavlju II. i posebnim zahtjevima u ovome Poglavlju te ako su odobrene u skladu s ovom Uredbom i uključene na popise odobrenih tvrdnji predviđene u člancima 13. i 14.

2. Zdravstvene tvrdnje dozvoljene su samo ako su informacije [navedene u ovom stavku] uključene u oznaku ili [...] u prezentiranju i oglašavanju.”

12. Članak 13. dopušta da se zdravstvene tvrdnje koje navodi upotrebljavaju „a da pritom ne moraju podlijetati postupcima [odobrenja] utvrđenim člancima 15. do 19.”, pod uvjetom da su navedene „na popisu predviđenom stavkom 3.” toga članka, da „se temelje na općeprihvaćenim znanstvenim dokazima” i da ih „prosječni potrošač dobro razumije”.

13. Članak 14. dopušta korištenje „tvrdnji o smanjenju rizika od pojave bolesti” i „tvrdnji koje se odnose na razvoj i zdravlje djece” ako je „u skladu s postupkom utvrđenim u člancima 15., 16., 17. i 19. [t]e [u]redbe, odobreno njihovo uvrštenje [na popis Zajednice].

### III – Glavni postupak, prethodno pitanje i postupak pred Sudom

14. Verband Sozialer Wettbewerb e.V. (u daljnjem tekstu: Verband Sozialer Wettbewerb) je njemačka udruga čija je zadaća, u skladu sa njezinim statutom, štiti poslovne interese njezinih članova, što osobito podrazumijeva osiguravanje poštovanja pravila o poštenom tržišnom natjecanju.

15. Innova Vital GmbH (u daljnjem tekstu: Innova Vital), njemačko društvo kojim upravlja liječnik, stavlja na tržište emulziju koja sadržava vitamin D<sub>3</sub> i uzima se u obliku kapi pod nazivom „Innova Mulsin® Vitamin D<sub>3</sub>”.

4 — Direktiva Europskog parlamenta i Vijeća od 20. ožujka 2000. o usklađivanju zakonodavstava država članica o označivanju, prezentiranju i oglašavanju hrane (SL L 109, str. 29.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 7., str. 77.)

5 — Direktiva Vijeća od 10. rujna 1984. o zavaravajućem i komparativnom oglašavanju (SL L 250, str. 17.)

16. Upravitelj društva Innova Vital je u studenome 2013. samo poimence određenim liječnicima uputio pismo u kojem je navedeno da taj dodatak hrani pridonosi sprečavanju bolesti koje uzrokuje preniska razina vitamina D, a koje je bilo sročeno na sljedeći način:

„Poznata vam je situacija: 87 % djece u Njemačkoj ima u krvi manje od 30 ng/ml vitamina D. Prema podacima Njemačkog društva za prehranu [Deutsche Gesellschaft für Ernährung, DGE], ta bi vrijednost trebala biti između 50 i 75 ng/ml.

Kao što je to već opisano u brojnim studijama vitamin D igra značajnu ulogu u sprječavanju mnogih bolesti kao što su atopijski dermatitis, osteoporoza, šećerna bolest i MS [multipla skleroza]. U skladu s tim studijama preniska razina vitamina D je **već u djetinjstvu** djelomično odgovorna za kasniji nastanak tih bolesti.

[...]

Kao liječnik koji je specijalizirao imunologiju razmišljao sam o tom problemu i razvio sam emulziju vitamina D<sub>3</sub> (Innova Mulsin® D<sub>3</sub>), koja se može uzimati u obliku kapi.

[...]

Prednosti emulzije Mulsin®:

[...]

— Brzo sprječavanje ili otklanjanje pomanjkanja (pomanjkanje vitamina D<sub>3</sub> zimi opisano je kod 80 % stanovništva)

[...]

Uvjete za izravnu narudžbu kao i besplatni informativni materijal za vašu ordinaciju na raspolaganju su vam ako nazovete broj [...]”<sup>6</sup>.

17. To je pismo također sadržavalo i predstavljanje predmetnog proizvoda u slikama, informacije o njegovu sastavu, prodajnu cijenu i dnevni trošak liječenja s obzirom na preporučenu dozu od jedne kapi na dan ili s obzirom na preporuku liječnika. Ono je pojašnjavalo da će „uz prodajnu cijenu od 26,75 eura vaši pacijenti uložiti 0,11 eura dnevno za uravnotežen unos vitamina D<sub>3</sub>”.

18. Verband Sozialer Wettbewerb je pred sudom koji je uputio zahtjev podnio tužbu za prestanak povrede protiv Innova Vital na temelju njemačkog zakona protiv nepoštenog tržišnog natjecanja (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG)<sup>7</sup>. Svoju je tužbu temeljio na povredi Uredbe br. 1924/2006, pri čemu se osobito pozivao na dva gore navedena navoda<sup>8</sup>.

19. U prilog svojoj tužbi Verband Sozialer Wettbewerb tvrdi da su odredbe Uredbe br. 1924/2006 primjenjive na oglašavanje namijenjeno kako stručnim tako i nestručnim krugovima. On primarno ističe da članak 10. stavak 1. te uredbe zabranjuje zdravstvene tvrdnje osim ako su takve tvrdnje, što nije slučaj s predmetnim tvrdnjama, odobrene u skladu s tom uredbom i uključene na popis

6 — Navodi u podebljanim slovima isti su kao i u izvorniku pisma.

7 — Članak 8. stavak 1. prva rečenica navedenog zakona, u njegovoj verziji koja se primjenjuje na glavni postupak, dopušta tužbu radi prestanka povrede protiv bilo koje osobe koja je poduzela nezakonitu trgovačku radnju u smislu članaka 3. i 7. tog istog zakona.

8 — Odnosno, s jedne strane, „Kako je to već opisano u brojnim studijama, vitamin D ima značajnu ulogu u sprječavanju mnogih bolesti kao što su atopijski dermatitis, osteoporoza, šećerna bolest i MS [multipla skleroza]. Prema tim studijama preniska razina vitamina D je već u djetinjstvu djelomično odgovorna za kasniji nastanak tih bolesti” i, s druge strane, „Brzo sprječavanje ili otklanjanje pomanjkanja (pomanjkanje vitamina D<sub>3</sub> zimi opisano je kod 80 % stanovništva)”.

odobrenih tvrdnji predviđen u njezinu članku 13. On dodaje da predmetni dodatak hrani, s obzirom na njegov sastav i djelotvornost, nije u skladu s općim uvjetima navedenima u članku 5. stavku 1. navedene uredbe. On podredno ističe povredu članka 10. stavka 2. te iste uredbe jer se obvezni navodi koje predviđa ta odredba ne nalaze u spornom oglašavanju.

20. Suprotno tomu, Innova Vital navodi da članci 5. i 10. Uredbe br. 1924/2006 nisu primjenjivi na tvrdnje sadržane u predmetnom pismu s obzirom na to da je ono bilo upućeno jedino liječnicima i da se ta uredba ne može primijeniti na oglašavanje namijenjeno isključivo stručnjacima.

21. U tom kontekstu je Landgericht München I (zemaljski sud München I) odlukom od 16. prosinca 2014., koju je Sud zaprimio 19. siječnja 2015., odlučio prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeće prethodno pitanje:

„Trebali li članak 1. stavak 2. Uredbe (EZ) br. 1924/2006 tumačiti tako da se odredbe te uredbe primjenjuju i na prehrambene i zdravstvene tvrdnje u komercijalnoj komunikaciji u oglašavanju hrane koja se u tome stanju treba isporučiti krajnjem potrošaču ako je komercijalna komunikacija odnosno oglašavanje hrane usmjereno isključivo na stručne krugove?”

22. Innova Vital, grčka i francuska vlada i Europska komisija dostavile su pisana očitovanja. Rasprava se nije održala.

#### IV – Analiza

##### A – Uvodna očitovanja

23. S obzirom na pisana očitovanja dostavljena Sudu, proizlazi da uvodno, odnosno prije davanja odgovora na prethodno pitanje, valja ispitati određen broj pitanja koja se odnose na materijalno područje primjene Uredbe br. 1924/2006.

24. Najprije ističem da prema sudu koji je uputio zahtjev nije sporno da, s jedne strane, u skladu s uvjetima primjene određenima u članku 1. stavku 2. te uredbe, proizvod na koji se odnosi pismo o kojem je riječ u glavnom postupku predstavlja hranu koja se u tome stanju treba isporučiti krajnjem potrošaču i da je, s druge strane, namjena priopćenja društva Innova Vital bila oglašavati taj proizvod.

##### 1. O kvalifikaciji spornih navoda s obzirom na Uredbu br. 1924/2006

25. Iz odluke kojom se upućuje prethodno pitanje proizlazi da je tužitelj u glavnom postupku tvrdio da je pismo koje je predmet njegove tužbe sadržavalo „zdravstvene tvrdnje” koje su zabranjene Uredbom br. 1924/2006. Landgericht München I (zemaljski sud München I) ne dovodi u pitanje tu kvalifikaciju, pri čemu ipak valja primijetiti da se njegovo prethodno pitanje bez razlike odnosi na „prehrambene” i „zdravstvene” tvrdnje predviđene tom uredbom.

26. Francuska vlada dvoji o pravilnosti te pretpostavke. Prema njezinu mišljenju, sporni navodi nisu ni prehrambene ni zdravstvene tvrdnje, kako su definirane člankom 2. stavkom 2. Uredbe br. 1924/2006, pa oni stoga ne ulaze u njezino područje primjene. Ona smatra da su ti navodi, naprotiv, informacije o hrani koje toj hrani pridaju svojstva sprječavanja ili liječenja bolesti ljudi, a čija je upotreba u načelu

zabranjena člankom 7. Uredbe br. 1169/2011/EU<sup>9</sup>. Ona međutim smatra da Sud mora odgovoriti na postavljeno pitanje<sup>10</sup> zato što neprimjenjivost Uredbe br. 1924/2006 u predmetnom slučaju nije očita jer je ovisna o pravnoj kvalifikaciji pobijanih navoda.

27. Ustaljena je sudska praksa da je jedino nacionalni sud ovlašten ocijeniti i kvalificirati činjenice u glavnom postupku kao i primijeniti relevantne odredbe prava Unije na način na koji ih tumači Sud<sup>11</sup>. Sud je već proveo to pravilo kad je osobito riječ o odredbama Uredbe br. 1924/2006<sup>12</sup>. Ipak moram napomenuti da poput Komisije mislim da ovo prethodno pitanje nije hipotetsko jer, s obzirom na gore navedene podatke o sporu, pobijane tvrdnje doista ulaze u pojam „zdravstvenih tvrdnji” u smislu te uredbe, kako je tumačena u presudama Suda o tom pojmu<sup>13</sup>.

## 2. O povezanosti Uredbe br. 1924/2006 s Direktivom 2000/13

28. Komisija smatra da se valja pitati nije li u situaciji poput one koja je predmet glavnog postupka upotreba spornih navoda već zabranjena člankom 2. stavkom 1. točkom (b) Direktive 2000/13, u vezi s njegovim stavkom 3., koji određuje opće načelo na temelju kojeg informacije o hrani koje se osobito oglašavaju ne smiju toj hrani pridavati svojstva prevencije bolesti ljudi<sup>14</sup>.

29. Isto u biti vrijedi i za francusku vladu s obzirom na to da ona ističe da takvi navodi mogu biti obuhvaćeni odredbama članka 7. stavaka 3. i 4. Uredbe br. 1169/2011, koje su istovjetne gore navedenim odredbama Direktive 2000/13. Budući da je ta uredba stavila izvan snage Direktivu 2000/13 od 13. prosinca 2014.<sup>15</sup>, dakle nakon nastanka činjenica u glavnom postupku<sup>16</sup>, ipak nije primjenjiva *ratione temporis* u predmetnom slučaju.

30. Valja podsjetiti da se Direktiva 2000/13, koja se osobito odnosi na oglašavanje hrane, upotrebljava usporedo s Uredbom br. 1924/2006, a umjesto nje. Naime, u skladu s uvodnom izjavom 3. te uredbe, ona bi trebala dopuniti opća načela iz Direktive 2000/13<sup>17</sup> te utvrditi posebne odredbe o uporabi prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji koje se navode na hrani koja se u tom stanju mora isporučiti potrošaču. Članak 3. podstavak 2. Uredbe br. 1924/2006 ograničava primjenu Direktive 2000/13 općenito, osim glede iznimaka predviđenih tom uredbom. Osobito članak 14. stavak 1. te direktive izričito dopušta odstupanje od članka 2. stavka 1. točke (b) te uredbe kad je riječ o upotrebi dviju određenih vrsta zdravstvenih tvrdnji, odnosno onih o smanjenju rizika od neke bolesti i onih koje se odnose na razvoj i zdravlje djece, ako su odobrene u skladu sa strogim uvjetima određenima tom uredbom.

9 — Uredba Europskog parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2011. o informiranju potrošača o hrani, izmjeni uredbi (EZ) br. 1924/2006 i (EZ) br. 1925/2006 Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Komisije 87/250/EEZ, Direktive Vijeća 90/496/EEZ, Direktive Komisije 1999/10/EZ, Direktive 2000/13/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, Direktiva Komisije 2002/67/EZ i 2008/5/EZ i Uredbe Komisije (EZ) br. 608/2004 (SL L 304, str. 18.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 20., str. 168.)

10 — U tom smislu francuska vlada navodi, među ostalima, presude Woningstichting Sint Servatius (C-567/07, EU:C:2009:593, t. 43.) i Dresser-Rand (C-606/12 i C-607/12, EU:C:2014:125, t. 34.).

11 — Vidjeti osobito presude Jestel (C-454/10, EU:C:2011:752, t. 21.); Asociația Accept (C-81/12, EU:C:2013:275, t. 41. i prateće točke) i Grupo Itevelesa i dr. (C-168/14, EU:C:2015:685, t. 77.).

12 — Vidjeti presudu Ehrmann (C-609/12, EU:C:2014:252, t. 36.).

13 — Vidjeti presude Deutsches Weintor (C-544/10, EU:C:2012:526, t. 34. i prateće točke) i presudu Green – Swan Pharmaceuticals CR (C-299/12, EU:C:2013:501, t. 22. i prateće točke), pri čemu valja primijetiti da su se u potonjem predmetu tvrdnje o kojima je bila riječ u glavnom postupku poput onih u predmetnom slučaju odnosile na dodatak hrani koji sadržava vitamine D<sub>3</sub>.

14 — S tim u vezi Komisija upućuje na presudu Općeg suda Hagenmeyer i Hahn/Komisija (T-17/12, EU:T:2014:234, t. 76.).

15 — Vidjeti članak 53. stavak 1. Uredbe br. 1169/2011.

16 — Podsjećam na to da je sporno pismo poslano u studenome 2013.

17 — U toj uvodnoj izjavi 3. navedeno je da Direktiva 2000/13 „općenito zabranjuje korištenje informacija koje bi mogle zavarati kupca ili hrani pripisati ljekovita svojstva”.

31. Kao što to navodi sama Komisija, okolnost da se Direktiva 2000/13 eventualno može odnositi na spor kao što je ovaj u glavnom postupku ni na koji način nije nespojiva s ispitivanjem ovog zahtjeva za prethodnu odluku s obzirom na to da se tako Uredba br. 1924/2006 dopunski, a ne alternativno, primjenjuje na tu direktivu. Osim toga, sud koji je uputio zahtjev, koji je jedini ovlašten ocijeniti relevantnost i korisnost pitanja koje postavlja za donošenje odluke u postupku koji se pred njime vodi, jasno je predvidio provedu odredbi navedene uredbe u glavnom postupku<sup>18</sup>.

*B – O primjenjivosti Uredbe br. 1924/2006 s obzirom na komercijalnu komunikaciju poslanu isključivo stručnjacima*

32. Pitanje koje je upućeno u ovom predmetu odnosi se na eventualnu primjenu Uredbe br. 1924/2006 u slučaju prehrambenih ili zdravstvenih tvrdnji u komercijalnoj komunikaciji o hrani namijenjenoj krajnjim potrošačima u slučaju kad takva komunikacija nije usmjerena na potonje već isključivo na stručnjake, koje u predmetnom slučaju čine zdravstveni stručnjaci<sup>19</sup>. Sudu nikada dosad nije upućeno ovakvo prethodno pitanje, iako su njegove praktične posljedice značajne<sup>20</sup>.

33. Stranke u glavnom postupku zastupaju suprotna stajališta kad je riječ o primjenjivosti te uredbe u tim okolnostima. Sud koji je uputio zahtjev navodi da je upućeno pitanje i u njemačkoj pravnoj literaturi riješeno na različite načine i podrobno izlaže tu strukovnu raspravu.

34. U skladu s očitovanjima podnesenima Sudu samo društvo Innova Vital tvrdi da se na komercijalnu komunikaciju poslanu isključivo stručnjacima ne primjenjuju odredbe Uredbe br. 1924/2006. Suprotno tomu, grčka i francuska vlada te Europska komisija smatraju da područje primjene te uredbe obuhvaća takav slučaj. Ja se slažem s potonjim mišljenjem.

35. Različita razmatranja koja se ne odnose samo na doslovno, već i na teleološko i kontekstualno tumačenje, potkrjepljuju potvrđan odgovor koji predlažem kao odgovor na prethodno pitanje.

1. O tekstu relevantnih odredbi Uredbe br. 1924/2006

36. Innova Vital se poziva na uvodne izjave 1., 8. do 10., 15. i 28. kao i na članak 5. stavak 2. Uredbe br. 1924/2006 kada tvrdi da se taj instrument ne može primijeniti na oglašavanje namijenjeno stručnjacima s obzirom na to da te odredbe stavljaju naglasak na potrošače i da se u njima ni na koji način ne spominju stručnjaci.

37. Točno je da se ta uredba na mnogo mjesta poziva na potrošače, pri čemu valja osobito primijetiti da je percepcija prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji koju može imati „prosječni potrošač” u toj uredbi na više mjesta upotrijebljena kao mjerilo<sup>21</sup>.

18 — Vidjeti osobito presude Syndesmos Melon tis Eleftheras Evangelikis Ekklesias i dr. (C-381/89, EU:C:1992:142, točke 18. i 19.) i Križan i dr. (C-416/10, EU:C:2013:8, točka 66.).

19 — Ističem da, s obzirom na njegovu općenitost i obrazloženje, doseg pitanja koje je postavio sud koji je uputio zahtjev nije ograničen samo na zdravstvene stručnjake, već mi se čini da se on odnosi na sve vrste stručne javnosti, za razliku od kategorije nestručne javnosti koju čine krajnji potrošači.

20 — Naime, mogućnost slobodne upotrebe prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji stvara veliki pritisak od strane gospodarskih subjekata iz sektora prehrane jer su te tvrdnje vrlo unosan prodajni argument (vidjeti Lucas-Puget, A.-S., „Les allégations sur les produits alimentaires de consommation courante: quelques questions d’actualité”, *Petites affiches*, 24. svibnja 2006., br. 103, str. 4. i prateće stranice).

21 — Vidjeti uvodnu izjavu 16. kao i članak 5. stavak 2. i članak 13. stavak 1. *in fine* Uredbe br. 1924/2006. Vidjeti također točku 17. obrazloženja kao i uvodnu izjavu 10., članak 2. točku 8., članak 5. stavak 2., članak 9. stavak 1. i članak 12. stavak 1. Prijedloga COM(2003) 424 *final*. Sud je definirao različita mjerila ocjene vezana uz „prosječnog potrošača”, osobito u presudi Green – Swan Pharmaceuticals CR (C-299/12, EU:C:2013:501, t. 24. i prateće točke).

38. Međutim, s obzirom na tekst članka 1. stavka 2. i svih ostalih odredbi Uredbe br. 1924/2006, smatram da ne postoji osnova za isključenje mogućnosti da ta uredba istodobno uređuje komercijalnu komunikaciju koja je izravno usmjerena na potrošače i onu koja je svakako usmjerena isključivo na stručnjake, ali čiji je cilj zapravo neizravno doprijeti do potrošača koji mogu kupiti predmetnu hranu.

39. Naime, zakonodavac nije uspostavio nikakvu razliku s obzirom na svojstvo adresata komunikacija koje sadržavaju prehrambene i zdravstvene tvrdnje koje su predmet navedene uredbe. Jedini zahtjevi u toj uredbi odnose se na predmet i prirodu tih komunikacija. One se, s jedne strane, moraju odnositi na hranu koja se treba isporučiti krajnjem potrošaču<sup>22</sup> i, s druge strane, moraju biti „komercijalne” bilo u obliku označavanja ili prezentiranja te hrene bilo – kao u glavnom postupku – njezina oglašavanja<sup>23</sup>. Stoga je sam proizvod taj, a ne komunikacija čiji je on predmet, koji nužno mora biti namijenjen potrošačima<sup>24</sup>.

40. Prema mojem mišljenju i mišljenju grčke vlade i Komisije, mjerilo komercijalnosti važan je čimbenik za odgovor na pitanje postavljeno u ovom predmetu<sup>25</sup>. S tim u vezi, uvodna izjava 4. te uredbe uspostavlja jasno razgraničenje između komercijalnih komunikacija na koje se taj instrument primjenjuje i nekomercijalnih komunikacija koje ne ulaze u područje njegove primjene, pri čemu navodi da je cilj prvih „oglašavanje” ili „promidžba”<sup>26</sup>.

41. Ako Uredba br. 1924/2006 ne sadržava izričitu definiciju tog mjerila, kao što to navodi Komisija, iz drugih akata prava Unije proizlazi da komercijalnost općenito znači komunikaciju čiji je cilj osigurati gospodarsku promidžbu proizvoda ili usluga na „izravan”<sup>27</sup> ili čak „neizravan” način<sup>28</sup> i tako utjecati na odluke potencijalnih kupaca. Naglašavam da je sličan pristup na međunarodnoj razini primijenjen u „Smjernicama o uporabi prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji” koje je donio Codex Alimentarius<sup>29</sup>, na koje izričito upućuje uvodna izjava 7. te uredbe<sup>30</sup>.

22 — Ta hrana se „u tom stanju [...] isporuč[uje]” (članak 1. stavak 1. Direktive 2000/13 koristi formulu „kao takva [...] dostav[lja]”) izravno krajnjim potrošačima (vidjeti uvodnu izjavu 3. i članak 1. stavak 2. prvi podstavak Uredbe br. 1924/2006) ili neizravno u okviru „opskrbe restorana, bolnica, škola, kantina ili sličnih masovnih pripremnik obroka” (vidjeti članak 1. stavak 2. treći podstavak te uredbe).

23 — Vidjeti uvodnu izjavu 4. i članak 1. stavak 2. prvi podstavak Uredbe br. 1924/2006. Ističem da taj zahtjev nije postojao u Prijedlogu COM(2003) 424 *final*. Vidjeti prijedloge izmjene 2. i 16. u izvješću Europskog parlamenta o navedenom prijedlogu od 12. svibnja 2005. (A6-0128/2005, str. 6. i 13.) kao i uvodnu izjavu 4. i članak 1. stavak 2. Zajedničkog stajališta koje je donijelo Vijeće 8. prosinca 2005. (SL C 80E, 2006., str. 43.).

24 — Vidjeti također Dehove, R., i dr., *Lamy Dehove*, izd. Wolters Kluwer France, 2014., sv. 1., dio 2., studija 285., točke 285.-126.: „[o]dredbe [Uredbe br. 1924/2006] odnose se stoga kako na oglašavanje namijenjeno krajnjem potrošaču tako i na ono namijenjeno stručnjacima (među kojima su i zdravstveni stručnjaci) u mjeri u kojoj se ono odnosi na svu komercijalnu komunikaciju ili oglašavanje koje se odnosi na proizvod koji je namijenjen krajnjem potrošaču”.

25 — Komisija čak smatra da „sud koji je uputio zahtjev svojim pitanjima u biti zahtijeva tumačenje pojma ‚komercijalne komunikacije’, koji nije definiran u uredbi [...] s obzirom na potencijalne adresate te komunikacije”.

26 — U toj su uvodnoj izjavi 4. među komercijalnim komunikacijama netaksativno navedeni, „uključujući, među ostalim, i generičko *oglašavanje* hrane i *promidžbene* kampanje, poput onih koje u cijelosti ili dijelom uživaju potporu javnih tijela” (moje isticanje) i, među nekomercijalnim komunikacijama, „smjernice ili savjeti o načinu prehrane koje izdaju tijela nadležna za javno zdravstvo i organi ili u nekomercijalnim komunikacijama i informacijama u tisku te u znanstvenim publikacijama”.

27 — S tim u vezi Komisija misli na definiciju „poslovne prakse” koja se nalazi u članku 2. točki (d) Direktive 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu (SL L 149, str. 22.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 8., str. 101.).

28 — Komisija se ovdje poziva na pojam „komercijalnog priopćenja” kako je definiran u članku 2. točki (f) Direktive 2000/31/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (SL L 178, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 39., str. 58.) i članku 4. točki 12. Direktive 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu (SL L 376, str. 36.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 47., str. 160.). Kad je riječ o sadržaju potonje odredbe, vidjeti presudu Société fiduciaire nationale d’expertise comptable (C-119/09, EU:C:2011:208, t. 29. i prateće točke).

29 — U tekstu koji je 1997. donio Codex Alimentarius – zajedničko tijelo Organizacije Ujedinjenih naroda za hranu i poljoprivredu (FAO) i Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) –, kako je izmijenjen 2004. i posljednji put dopunjen 2008. (CAC/GL 23-1997), navedeno je da se te direktive odnose na korištenje tih tvrdnji u „oglašavanju”, koje je definirano kao „svaka komercijalna komunikacija usmjerena na javnost, na bilo koji način osim označavanjem, radi izravnog ili neizravnog promicanja prodaje ili konzumacije hrane upotrebom prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji koje se odnose na hranu i njezine sastojke” (vidjeti točku 1.1. i bilješku 1.).

30 — Vidjeti također točke 10., 11. i 22. obrazloženja Prijedloga COM(2003) 424 *final*.



42. Tekst Uredbe br. 1924/2006 ne ograničava njezino područje primjene na komunikacije čiji su adresati izravno krajnji potrošači jer njihova komercijalnost nužno ne ovisi o takvom obliku. Naime, u situaciji poput one koju razmatra sud koji je uputio zahtjev, potrošači su, čak i da sami ne prime komunikaciju koja sadržava tvrdnje koje ulaze u područje primjene te uredbe, zapravo osobe na koje se neizravno odnosi ta tržišna mjera s obzirom na to da je hrana koja je predmet komunikacije logično namijenjena prodaji njima, a ne stručnjacima koji su primili reklamno pismo<sup>31</sup>. U takvom slučaju potonji su zapravo obični posrednici kojima se poduzetnik iz prehrambenog sektora obratio upravo zato što mu oni mogu olakšati promidžbu njegova proizvoda posredujući komercijalne informacije o tom proizvodu potencijalnim kupcima, odnosno preporučujući im da ga kupe.

43. Međutim, stručnjaci općenito mogu izvršiti značajan utjecaj na potrošače koji im se obraćaju, i to više kad je riječ o zdravstvenim stručnjacima kojima pacijenti iznimno vjeruju i kojima pripisuju veliku vjerodostojnost. Sam cilj reklamnog pisma poput onog o kojem je riječ u glavnom postupku jest da liječnici koji su ga primili preporučuju svojim pacijentima da konzumiraju predmetni proizvod. Međutim, nema jamstva da će svi stručnjaci koji budu zamoljeni da svojim pacijentima preporučuju konzumaciju proizvoda, prije nego što to eventualno i učine, potpuno moći provjeriti tvrdnje sadržane u toj komercijalnoj komunikaciji i, ako je potrebno, znati kako se osloboditi te obveze<sup>32</sup>.

44. Smatram da za primjenu Uredbe br. 1924/2006 nije bitno da stručnjaci potrošačima dostave primljeni dokument u tom stanju ili samo njegovu bit s obzirom na to da je prema mojem mišljenju bitno da je cilj prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji sadržanih u tom dokumentu, na koje se primjenjuje navedena uredba, da za njih, makar i neizravno, saznaju krajnji potrošači, kao što je to u predmetnom slučaju<sup>33</sup>.

## 2. O ciljevima Uredbe br. 1924/2006

45. Tumačenje koje predlažem Sudu da usvoji s obzirom na tekst relevantnih odredbi Uredbe br. 1924/2006 potvrđeno je s obzirom na njezine ciljeve.

46. Nije sporno da su dvostruki ciljevi te uredbe „osiguravanje učinkovitog funkcioniranja unutarnjega tržišta”, što osobito zahtijeva „stv[aranje] jednak[ih] uvjet[a] tržišnog natjecanja” u svezi s vrednovanjem proizvoda, kao i osiguravanje „visok[e] razin[e] zaštite potrošača”<sup>34</sup>, prvenstveno omogućavajući im da hranu izaberu obaviješteno na temelju objektivnih informacija koje se temelje na dokazima<sup>35</sup>.

31 — Moguće je dakako da sam stručnjak kojem je upućeno oglašavanje odluči konzumirati predmetnu hranu, ali taj primjer ne odgovara problematici o kojoj je riječ u ovom predmetu s obzirom na to da je u tom slučaju komercijalnu komunikaciju primio izravno krajnji potrošač i stoga nije dvojbena primjena Uredbe br. 1924/2006. Osim toga, prema ocjeni suda koji je uputio zahtjev u glavnom postupku, pismo je poslano isključivo liječnicima u svojstvu profesionalaca, a ne potencijalnih potrošača.

32 — Kao što to pravilno navode pojedini njemački stručnjaci, čije je stajalište sažeto kako slijedi u odluci kojom se upućuje prethodno pitanje, „u konačnici poduzetnici se oglašavaju stručnjacima – odnosno, među ostalim, liječnicima, ljekarnicima ili nutricionistima – jer očekuju multiplikacijski učinak i stoga konačno također i značajno povećanje očekivane prodaje. Predmetne stručnjake čine općenito posrednici informacija koji na temelju svojeg stručnog znanja – na koje nesumnjivo može utjecati oglašavanje – preporučuju određeni proizvod” (moje isticanje).

33 — Sa svoje strane Komisija predlaže da se na postavljeno pitanje odgovori na način da je komunikacija komercijalna u smislu Uredbe br. 1924/2006 i onda kad je usmjerena isključivo na stručnjake, „s obzirom na to da je [ta komunikacija] namijenjena tome – i to može proizvesti – da izvan kruga tih stručnjaka ima vanjski učinak na treće osobe koji može utjecati na odluku krajnjeg potrošača prilikom njegova izbora hrane[, što] mora utvrditi nacionalni sud”. Za određivanje takvog vanjskog učinka ona dakako netaksativno navodi činjenicu da je liječnik koji je adresat komunikacije upotrijebljen „kao multiplikator mjera oglašavanja, primjerice tako što pismu prilaže informacije koje treba proširiti među pacijentima, preslike pisma koje mu je upućeno ili brošure”.

34 — Vidjeti uvodne izjave 1., 2., 9. i 36. kao i članak 1. stavak 1. Uredbe br. 1924/2006. Vidjeti također točke 2., 6., 12. i 33. obrazloženja Prijedloga COM(2003) 424 *final*.

35 — Vidjeti uvodne izjave 1., 9., 10., 11. i 29. Uredbe br. 1924/2006; točke 8., 28. i 33. obrazloženja Prijedloga COM(2003) 424 *final* kao i točke 1.2. i 1.3. mišljenja Europskog gospodarskog i socijalnog odbora o tom prijedlogu (SL C 110, 2004., str. 18.); presuda Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, t. 49. i 72.).

47. U tu svrhu ona odobrava upotrebu prehrambenih i zdravstvenih tvrdnji u komercijalnoj komunikaciji zato što te informacija mogu biti korisne potrošačima pod uvjetom da su jasne i istinite<sup>36</sup>, ali usko uređuje njihovu upotrebu. Kad je konkretno riječ o zdravstvenim tvrdnjama, njihova upotreba predmet je posebnih ograničenja i ta uredba dopušta njihovu upotrebu samo nakon što je Europska agencija za sigurnost hrane (u daljnjem tekstu: EFSA) provela neovisnu i usklađenu znanstvenu procjenu i nakon što Komisija izdala odobrenje Zajednice<sup>37</sup>.

48. Ti ciljevi i načela pretpostavljaju dovoljno široko poimanje područja primjene Uredbe br. 1924/2006 kako bi se omogućilo da njihovo ostvarenje i poštovanje ne bude ugroženo, u skladu s pristupom koji je Sud do sada imao prilikom pokušaja gospodarskih subjekata prehrambene industrije da ograniče materijalni doseg te uredbe<sup>38</sup>. U predmetnom slučaju, budući da potrošači nisu izričito određeni kao jedini potencijalni adresati, prema mojemu mišljenju valja smatrati da je navedena uredba primjenjiva i na komercijalnu komunikaciju, poput one o kojoj je riječ u glavnom postupku, koja je usmjerena isključivo na stručnjake i ispunjava ostale uvjete određene tim instrumentom.

49. Stručnjaci su svakako načelno<sup>39</sup> razboritiji i bolje obaviješteni od prosječnog potrošača. Međutim, u praksi kako filtriranje koje mogu provesti tako i branik koji na taj način mogu postaviti za potrošače predstavljaju granice jer se ne može isključiti da oni sami ne budu zavedeni netočnim ili zavaravajućim, odnosno lažnim, tvrdnjama. Naime, kao što to navodi grčka vlada, stvarno je nemoguće da oni stalno raspoložu svim specijaliziranim i ažuriranim znanjima koja su potrebna za ocjenu svake vrste hrane i svake vrste tvrdnje koja se na nju odnosi.

50. Poput francuske vlade smatram da bi, ako bi bilo dopušteno da se odredbe Uredbe br. 1924/2006 ne primjenjuju na prehrambene i zdravstvene tvrdnje zato što su navedene u komercijalnoj komunikaciji koja je usmjerena na stručnjake, konkretne posljedice tada, paradoksalno, mogle biti još teže i štetnije za potrošače nego kada su oglašavanja izravno usmjerena na njih. Naime, potrošač će uobičajeno vjerovati mišljenju stručnjaka koji mu u dobroj vjeri savjetuju predmetni proizvod i možda će djelovati s manje promišljanja i oklijevanja negoli kad sam ocjenjuje proizvod kao laik. U slučaju na koji se odnosi prethodno pitanje zaštita potrošača od netočnih tvrdnji je dakle jednako toliko potrebna, odnosno čak i više nego u slučaju u kojem oni sami primaju oglas i sami odabiru hranu.

51. Osim toga, isključenje te vrste komunikacija iz područja primjene navedene uredbe prouzročilo bi gubitak dijela njezina korisnog učinka osobito zato što bi nepostojanje ispitivanja koje bi prethodno provela EFSA omogućilo upotrebu zdravstvenih tvrdnji koje se ne temelje na znanstvenim dokazima. U praksi bi za poduzetnike iz prehrambenog sektora opcija širenja njihovih tvrdnji među potrošačima putem stručnjaka i mogla predstavljati jednostavan način zaobilaznja strogih zahtjeva Uredbe br. 1924/2006. U svakom slučaju takvo bi tumačenje moglo promijeniti dobro funkcioniranje unutarnjeg tržišta i smanjiti stupanj zaštite potrošača na koje se ipak odnosi ta uredba.

52. Smatram da teleološko tumačenje koje zastupam ne može biti valjano dovedeno u pitanje argumentima koje je protiv njega navelo društvo Innova Vital, koje se oslanja na teze koje zagovara jedan dio njemačkih stručnjaka, na temelju navoda u njegovim očitovanjima kao i u odluci kojom se upućuje prethodno pitanje.

36 — Vidjeti točke 6., 8. i 9. i 16. obrazloženja Prijedloga COM(2003) 424 *final*.

37 — Vidjeti uvodne izjave 23., 26. i 29. kao i članak 10. i prateće članke Uredbe br. 1924/2006. Vidjeti također točke 1. i 29. obrazloženja Prijedloga COM(2003) 424 *final*.

38 — S tim u vezi vidjeti osobito sudsku praksu navedenu u bilješci 13. ovoga mišljenja kao i Nihoul, P., i Van Nieuwenhuyze, E., „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., br. 1, str. 65. do 80.

39 — Iako oni čine heterogenu skupinu čiji je stupanj stručnosti varijabilan.

53. Kao prvo, društvo Innova Vital ističe nepodudarnost između obveznog sustava predviđenog Uredbom br. 1924/2006 i znanja stručnjaka koji čine stručnu javnost. Ono u biti ističe da bi, kad bi komercijalna komunikacija koja je usmjerena na njih bila isključena iz područja primjene te uredbe, upotreba tehničke ili znanstvene terminologije u prehrambenim i zdravstvenim tvrdnjama bila zabranjena na temelju njezina članka 5. stavka 2.<sup>40</sup> jer te termine ne bi mogao shvatiti „prosječni potrošač“, dok bi oni bili poznati stručnjacima na koje je usmjereno oglašavanje.

54. Međutim, smatram da je taj argument bespredmetan jer u okolnostima poput onih koje su predmet glavnog postupka cilj reklamnog pisma nije da u tom stanju bude isporučeno potrošaču, nego da bude dostavljeno stručnjacima koji su implicitno pozvani da potrošaču objasne na koji je način predmetni proizvod njemu zanimljiv<sup>41</sup>. Dobro razumijevanje tvrdnji koje su sadržane u komercijalnoj komunikaciji, kako ga zahtijeva taj članak 5. stavak 2., u tom slučaju osiguravaju stručnjaci, koji su obvezni prenijeti te informacije laicima, pri čemu ih po potrebi preoblikuju.

55. Kao drugo, društvo Innova Vital navodi štetan utjecaj sustava predviđenog Uredbom br. 1924/2006 na komunikacije među stručnjacima jer oni imaju različita očekivanja od potrošača, osobito kad je riječ o objektivnoj informaciji koja se odnosi na nova znanstvena dostignuća<sup>42</sup>.

56. Točno je da, ako Sud dopusti da se odredbe Uredbe br. 1924/2006 primjenjuju u kontekstu poput onoga o kojem je riječ u glavnom postupku, to može utjecati na komunikacije između stručnjaka odnosno može ih ograničiti. Međutim, kako bi se primjenjivao sustav koji ograničava prehrambene i zdravstvene tvrdnje koji je predviđen tom uredbom, predmetne komunikacije načelno ne trebaju samo davati puke tehničke informacije, već i širiti „komercijalne“ izjave u skladu s njegovim člankom 1. stavkom 2. prvim podstavkom. Podsjećam da uvodna izjava 4. te uredbe, osim toga, izričito isključuje njezinu primjenu na „nekomercijalne komunikacije [...] u znanstvenim publikacijama“. U okviru ispitivanja tržišta i stoga informacija koja nisu neutralne čini mi se normalnim da legitimni cilj zaštite potrošača od netočnih tvrdnji prevlada nad željom da se omogući prenošenje informacija među stručnjacima.

57. Slijedom toga smatram da članak 1. stavak 2. Uredbe br. 1924/2006 valja tumačiti u smislu da je cilj te uredbe da se primjenjuje kad se prehrambene ili zdravstvene tvrdnje nalaze u komercijalnoj komunikaciji koja je svakako usmjerena isključivo na stručnjake, ali čiji je praktični cilj da neizravno dođu do krajnjih potrošača kojima će hrana koja je predmet tih tvrdnji biti logično isporučena u tom stanju.

## V – Zaključak

58. S obzirom na prethodna razmatranja, predlažem Sudu da na prethodno pitanje koje je uputio Landgericht München I (zemaljski sud München I (Njemačka)) odgovori na sljedeći način:

Članak 1. stavak 2. Uredbe (EZ) br. 1924/2006 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. prosinca 2006. o prehrambenim i zdravstvenim tvrdnjama koje se navode na hrani treba tumačiti na način da se odredbe te uredbe primjenjuju na prehrambene i zdravstvene tvrdnje koje se odnose na hranu koja se

40 — Doktrina koju Innova Vital navodi u svojim očitovanjima se u tom smislu poziva na članak 13. stavak 1. točku (ii) Uredbe br. 1924/2006, pri čemu valja podsjetiti da se taj članak odnosi jedino na „[z]dravstvene tvrdnje *osim onih koje se odnose na smanjenje rizika od neke bolesti te na razvoj i zdravlje djece*“ (moje isticanje).

41 — Može se primijetiti da u predmetnom slučaju pismo društva Innova Vital liječnicima daje argumente koje oni mogu upotrijebiti kod svojih pacijenata, pri čemu se naglašava da, prema mišljenju tog društva, dodatak hrani koji ono stavlja na tržište ima blagotvorne učinke na zdravlje i da njegovo korištenje nije skupo.

42 — U odluci kojom se upućuje prethodno pitanje je navedeno da pojedini njemački stručnjaci također prigovaraju da je „[r]astuća važnost zdravstvenih pitanja u prehrani uzrokovala povećanu potrebu za informacijama i razmjenom među stručnjacima“.

u tome stanju treba isporučiti krajnjim potrošačima, a koje su sadržane u komercijalnoj komunikaciji kad su one usmjerene isključivo na stručnjake, ali čiji je cilj da neizravno dođu do potrošača posredstvom stručnjaka.