



## Judikatūras krājums

TIESAS SPRIEDUMS (trešā palāta)

2016. gada 14. jūlijā \*

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu — Patērētāju aizsardzība — Regula (EK) Nr. 1924/2006 — Uzturvērtības un veselīguma norādes uz pārtikas produktiem — 1. panta 2. punkts — Piemērošanas joma — Pārtikas produkti, kurus kā tādus paredzēts piegādāt galapatērētājam — Tirdzniecības informācijā, kas adresēta vienīgi veselības aprūpes speciālistiem, formulēti apgalvojumi

Lieta C-19/15

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa, Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2014. gada 16. decembrī un kas Tiesā reģistrēts 2015. gada 19. janvārī, tiesvedībā

***Verband Sozialer Wettbewerb eV***

pret

***Innova Vital GmbH***.

TIESA (trešā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs L. Bejs Larsens [*L. Bay Larsen*], tiesneši D. Švābi [*D. Šváby*], J. Malenovskis [*J. Malenovský*], M. Safjans [*M. Safjan*] (referents) un M Vilars [*M. Vilaras*],

ģenerālvokāts H. Saugmandsgors Ēe [*H. Saugmandsgaard Øe*],

sekretārs A. Kalots Eskobars [*A. Calot Escobar*],

ņemot vērā rakstveida procesu,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza

— *Innova Vital GmbH* vārdā — *T. Büttner, Rechtsanwalt*,

— Grieķijas valdības vārdā — *A. Dimitrakopoulou* un *K. Karavasili*, pārstāves,

— Francijas valdības vārdā — *D. Colas* un *S. Ghiandoni*, pārstāvji,

— Eiropas Komisijas vārdā — *S. Grünheid* un *K. Herbout-Borczak*, pārstāves,

noklausījusies ģenerālvokāta secinājumus 2016. gada 18. februāra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

\* Tiesvedības valoda – vācu.

## Spriedums

- 1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (OV 2006, L 404, 9. lpp., un labojums OV 2007, L 12, 3. lpp.), kurā grozījumi izdarīti ar Komisijas 2012. gada 8. novembra Regulu (ES) Nr. 1047/2010 (OV 2012, L 310, 36. lpp.) (turpmāk tekstā – “Regula Nr. 1924/2006”), 1. panta 2. punktu.
- 2 Šis lūgums tika iesniegts tiesvedībā starp *Verband Sozialer Wettbewerb eV*, Vācijas konkurences aizsardzības apvienību, un *Innova Vital GmbH* par Regulas Nr. 1924/2006 piemērojamību vienīgi veselības aprūpes speciālistiem adresētajā vēstulē formulētajām uzturvērtības vai veselīguma norādēm.

### Atbilstošās tiesību normas

#### *Savienības tiesības*

Direktīvas 2000/31/EK un 2006/123/EK

- 3 Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīvas 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (turpmāk tekstā – “Direktīva par elektronisko tirdzniecību”) (OV 2000, L 178, 1. lpp.) 2. panta f) punktā ir paredzēts, ka šajā direktīvā terminiem ir šādas nozīmes:

“komercziņojums”: jebkāds ziņojuma veids, kas ir paredzēts tiešai vai netiešai preču, pakalpojumu reklamēšanai vai arī tāda uzņēmuma, organizācijas vai personas tēla reklamēšanai, kas veic komerciālu, rūpniecisku darbību vai nodarbojas ar amatniecību vai regulētu profesiju. Turpmāk minētais pats par sevi neveido komercziņojumus:

- informācija, kas dod iespēju tieši piekļūt uzņēmuma, organizācijas vai personas darbībai, jo īpaši domēna vārds vai elektroniskā pasta adrese,
- ziņojumi attiecībā uz preču, pakalpojumu vai uzņēmuma, organizācijas vai personas tēlu, kas ievākti neatkarīgā veidā, jo īpaši, ja tas nenotiek finansiālu apsvērumu dēļ.”

- 4 Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīvas 2006/123/EK par pakalpojumiem iekšējā tirgū (OV 2006, L 376, 36. lpp.) 4. panta 12. punktā ir iekļauta “komercziņojuma” definīcijai līdzīga definīcija.

Regula Nr. 1924/2006

- 5 Saskaņā ar Regulas Nr. 1924/2006 preambulas 1., 2., 4., 9., 14., 16.–18. un 23. apsvērumu:

“(1) Kopienā pārtikas produktu marķējumā un reklāmā tiek aizvien vairāk izmantotas uzturvērtības un veselīguma norādes. Lai nodrošinātu augstu patērētāju aizsardzības līmeni un atvieglotu viņu izvēli, tirgū laistajiem produktiem jābūt drošiem un atbilstīgi marķētiem. Lai nodrošinātu augstu patērētāju aizsardzības līmeni un atvieglotu viņu izvēli, tirgū laistajiem produktiem, tostarp arī ievestajiem, vajadzētu būt drošiem un atbilstīgi marķētiem. Daudzveidīgs un līdzsvarots uzturs ir labas veselības priekšnoteikums, un atsevišķi produkti ir salīdzinoši nozīmīgi kopējā uzturā.

(2) Atšķirības valstu noteikumos, kas attiecas uz šādām norādēm, var kavēt pārtikas produktu brīvu apriti un radīt nevienlīdzīgus konkurences apstākļus. Tādējādi tie tieši ietekmē iekšējā tirgus darbību. Tāpēc ir nepieciešams pieņemt Kopienas noteikumus par to, kā izmantot uzturvērtības un veselīguma norādes uz pārtikas produktiem.

[..]

(4) Šī regula būtu jāpiemēro visām uzturvērtības un veselīguma norādēm komerciālajā saziņā, *inter alia*, pārtikas vispārīgajā reklāmā un tādās tirdzniecības veicināšanas kampaņās, ko pilnībā vai daļēji atbalsta valsts iestādes. Tā nebūtu jāpiemēro norādēm nekomerciālajā saziņā, piemēram, uztura pamatnostādņem vai sabiedrības veselības iestāžu un struktūru sniegtajiem ieteikumiem, vai nekomerciālai informācijai un saziņai presē un zinātniskajās publikācijās. [..]

[..]

(9) Pārtikas produktos var būt ietvertas daudzas uzturvielas un citas vielas, tostarp arī vitamīni, minerālvielas, tostarp mikroelementi, aminoskābes, neaizstājamas taukskābes, šķiedrvielas, dažādi augi un augu ekstrakti ar uzturvērtību vai fizioloģisku ietekmi, un ne tikai, kam var piemērot norādi. Tāpēc būtu jānosaka vispārējie principi, kas piemērojami visām pārtikas produktu norādēm, lai nodrošinātu augstu patērētāju aizsardzības līmeni, sniegtu patērētājam informāciju, kas vajadzīga izvēles izdarīšanai, pilnībā pārzinot faktus, kā arī, lai pārtikas rūpniecībā radītu vienādus konkurences nosacījumus.

[..]

(14) Pašreiz dažās dalībvalstīs attiecībā uz vielām, kuru labvēlīga ietekme nav konstatēta vai par kurām patlaban nav pietiekamas zinātnieku vienprātības, pārtikas produktu marķējumā un reklāmā izmanto ļoti dažādas norādes. Ir nepieciešams nodrošināt, ka vielām, par kurām dota norāde, ir konstatēta labvēlīga uzturvērtība vai fizioloģiskā ietekme.

[..]

(16) Ir svarīgi, lai norādes uz pārtikas produktu marķējuma būtu saprotamas patērētājam, un ir pareizi visus patērētājus aizsargāt pret maldinošām norādēm. Taču kopš Padomes Direktīvas 84/450/EEK (1984. gada 10. septembris) [kas attiecas uz dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu salīdzinošo reklāmu (OV 1984, L 250, 17. lpp.)] stāšanās spēkā Eiropas Kopienas Tiesa, izskatot lietas, kas saistītas ar reklāmas jomu, ir atzinusi par vajadzīgu pārbaudīt šīs prakses ietekmi uz iedomātu, tipisku patērētāju. Saskaņā ar proporcionalitātes principu un lai dotu iespēju efektīvi piemērot aizsargpasākumus, kas paredzēti šajā regulā, tajā par atsaucis lielumu, ņemot vērā sociālos, kultūras un lingvistiskos faktorus, izmantots vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, kā arī samērā vēris un piesardzīgs, kā to ir interpretējusi Tiesa, bet tajā paredzēti noteikumi, lai novērstu tādu patērētāju izmantošanu, kuru īpašības tos padara īpaši neaizsargātus pret maldinošām norādēm. Ja kāda norāde ir īpaši vērsta uz konkrētu patērētāju grupu, piemēram, bērniem, vēlams, ka šīs norādes ietekmi vērtē no attiecīgās grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa. Metode, ar kuru nosaka vidusmēra patērētāju, nav statistikas metode. Attiecīgo valstu tiesām un iestādēm būs jāizmanto pašu lemtspēja, lai noteiktu vidusmēra patērētāja tipisko reakciju katrā konkrētā gadījumā.

(17) Zinātniskajam pamatojumam vajadzētu būt galvenajam vērā ņemamajam aspektam attiecībā uz uzturvērtības un veselības ietekmes norāžu lietošanu, un pārtikas uzņēmumiem to lietojums būtu jāpamato. Norādei vajadzētu būt zinātniski pamatotai, ņemot vērā pieejamo zinātnisko datu kopumu un izsverot pierādījumus.

(18) Uzturvērtības vai veselīguma norādes nebūtu jāsniedz, ja tās neatbilst vispārātzītiem uztura un veselības principiem vai, ja tās veicina vai attaisno kāda pārtikas produkta pārmērīgu lietošanu, vai nonievā laba uztura principus.

[..]

(23) Veselīguma norādes būtu jāatļauj lietot Kopienā tikai pēc tam, kad ir veikts zinātnisks novērtējums iespējami visaugstākajā līmenī. Lai nodrošinātu šo norāžu saskaņotu zinātnisku novērtējumu, šādi novērtējumi būtu jāveic Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādei. [..]”

6 Šīs direktīvas 1. panta “Temats un darbības joma” 1. un 2. punktā ir noteikts:

“1. Šī regula saskaņo dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētos noteikumus, kas attiecas uz pārtikas produktu uzturvērtības un veselīguma norādēm, lai nodrošinātu efektīvu iekšējā tirgus darbību, vienlaikus nodrošinot augstu patērētāju aizsardzības līmeni.

2. Šo regulu piemēro pārtikas produktu uzturvērtības un veselīguma norādēm, kas sniegtas tirdzniecības informācijā marķējuma, noformējuma vai reklāmas veidā attiecībā uz pārtikas produktiem, ko piegādā galapatērētājam.

[..]”

7 Minētās regulas 2. pantā “Definīcijas” ir noteikts:

“1. Šajā regulā:

a) piemēro terminu “pārtika”, “uzņēmēji, kas iesaistīti pārtikas aprīvē”, “laišana tirgū” un “galapatērētājs” definīcijas, kas noteiktas Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 28. janvāra Regulas (EK) Nr. 178/2002, ar ko paredz pārtikas aprīves tiesību aktu vispārīgus principus un prasības, izveido Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādi un paredz procedūras saistībā ar pārtikas nekaitīgumu [(OV 2002 L 31, 1. lpp.)], 2. pantā, 3. panta 3., 8. un 18. punktā;

[..]

2. Piemēro arī šādas definīcijas:

1) “norāde” ir jebkurš ziņojums vai atveidojums, kas nav obligāts saskaņā ar Kopienas vai valstu tiesību aktiem, tostarp ilustrēts, grafisks vai jebkāda veida simbolisks atveidojums, kurš pauž, liek domāt vai netieši norāda, ka pārtikas produktam ir sevišķas īpašības;

[..]

4) “uzturvērtības norāde” ir jebkura norāde, kas pauž, liek domāt vai netieši norāda, ka pārtikas produktam ir sevišķi labvēlīgas uzturīpašības, ko rada:

- a) enerģētiskā vērtība (vērtība kalorijās), kuru tas
  - i) nodrošina,
  - ii) nodrošina samazinātā vai palielinātā devā vai
  - iii) nenodrošina, un/vai
- b) uzturvielas vai citas vielas, ko tas
  - i) satur,
  - ii) satur mazākā vai lielākā attiecībā vai
  - iii) nesatur;

- 5) “veselīguma norāde” ir jebkura norāde, kas pauž, liek domāt vai netieši norāda, ka pastāv saikne starp pārtikas produktu kategoriju, pārtikas produktu vai kādu tā sastāvdaļu un veselību [..].”
- 8 Šīs pašas regulas II nodaļā par vispārējiem principiem ir ietverts regulas 3.–7. pants. Regulas Nr. 1924/2006 3. pantā “Visu norāžu vispārēji principi” ir paredzēts:

“Uzturvērtības un veselīguma norādes Kopienas tirgū laisto pārtikas produktu marķēšanai, noformēšanai un reklāmai var izmantot tikai tad, ja tās atbilst šīs regulas noteikumiem.

Neskarot Direktīvas 2000/13/EK un 84/450/EEK, uzturvērtības un veselīguma norāžu lietošana nedrīkst:

a) būt kļūdaina, neskaidra vai maldinoša;

[..].”

- 9 Šīs regulas 5. panta “Vispārēji nosacījumi” 1. un 2. punktā ir noteikts:

“1. Uzturvērtības un veselīguma norādes ir atļauts lietot tikai tad, ja ir izpildīti šādi nosacījumi:

a) saskaņā ar vispārpieņemtiem zinātniskiem pierādījumiem ir pierādīts, ka norādē minētās vielas klātbūtnei, neesamībai vai samazinātam daudzumam pārtikas produktā vai pārtikas produktu kategorijā ir labvēlīga uzturvērtība vai fizioloģiskā ietekme;

[..]

2. Uzturvērtības un veselīguma norāžu lietošana ir pieļaujama tikai tad, ja vidusmēra patērētājs var saprast norādē aprakstīto labvēlīgo ietekmi.”

- 10 Minētās regulas 10.–19. pants ir par veselīguma norādēm.

- 11 Šīs pašas regulas 10. panta “Īpaši nosacījumi” 1. punktā ir noteikts:

“Veselīguma norādes aizliedz, ja tās neatbilst II nodaļas vispārējām prasībām un šīs nodaļas īpašajām prasībām un ja par tām nav izsniegtas atļaujas saskaņā ar šo regulu, un tās nav iekļautas 13. un 14. pantā paredzētajā sarakstā ar norādēm, par kurām izsniedz atļaujas.”

#### *Vācijas tiesības*

- 12 *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* (Likums par negodīgas konkurences novēršanu (*BGBI.* 2010 I, 254. lpp.) 8. panta 1. punkta pirmajā teikumā redakcijā, kas piemērojama pamatlietā, ir paredzēts:

“Pret jebkuru personu, kas 3. vai 7. panta izpratnē veic neatļautu komercdarbību, var tikt celta prasība par minētās darbības apturēšanu un, ja pastāv atkārtota pārkāpuma risks, par darbības izbeigšanu.”

#### **Pamatlieta un prejudiciālais jautājums**

- 13 *Innova Vital*, ko vada ārsts, Vācijā tirgoja pārtikas piedevu, kuras nosaukums ir “*Innova Mulsin*® Vitamin D<sub>3</sub>”, kuras sastāvā ir D<sub>3</sub> vitamīns un kura lietojama pilienu formā.

- 14 2013. gada novembrī *Innova Vital* vadītājs vienīgi konkrēti norādītiem ārstiem nosūtīja vēstuli (turpmāk tekstā – “strīdīgā vēstule”), kas bija formulēta šādi:

“[..]

Jūs zināt, kāda ir situācija: 87 % bērnu Vācijā D vitamīna saturs asinīs ir zemāks par 30 ng/ml. *DGE* [*Deutsche Gesellschaft für Ernährung* – Vācijas Uztura biedrība] skatījumā šai vērtībai vajadzētu būt no 50 līdz 75 ng/ml.

Kā jau ir parādījuši daudzi pētījumi, D vitamīns ir svarīgs vairāku slimību, piemēram, atopiskā dermatīta, osteoporozes, cukura diabēta un MS [multiplās sklerozes], profilaksē. Saskaņā ar šiem pētījumiem pārāk zems D vitamīna līmenis jau bērnībā ir priekšnoteikums vēlākai saslimšanai ar šīm slimībām.

Šā iemesla dēļ es pats savam dēlam esmu devis ieteiktos preparātus, kuru pamatsastāvdaļa ir D vitamīns, un es esmu konstatējis, ka zīdaiņiem, maziem bērniem vai pat skolas vecuma bērniem ne visai patīk tā tradicionālā tablešu forma. Mans dēls tabletes bieži vien izspļauj.

Es kā ārsts, kurš specializējas imunoloģijā, esmu domājis par šo jautājumu un izstrādājis D<sub>3</sub> vitamīna emulsiju (*Innova Mulsin*<sup>®</sup> D<sub>3</sub>), kas var tikt lietota pilienu formā.

[..]

Emulsiju *Mulsin*<sup>®</sup> priekšrocības:

[..]

[Vitamīna] trūkuma ātra novēršana vai samazināšana (D<sub>3</sub> vitamīna trūkums ziemā ir vērojams 80 % iedzīvotāju)

[..]

Tiešo pasūtījumu nosacījumus, kā arī bezmaksas informatīvos materiālus savam kabinetam jūs saņemsiet, zvanot pa tālruni [..].”

- 15 Strīdīgajā vēstulē bija iekļauti pārtikas piedevas *Innova Mulsin*<sup>®</sup> D<sub>3</sub> attēli, informācija par tās sastāvu, pārdošanas cenu, kā arī lietošanas ikdienas izmaksas atbilstoši ieteicamajai devai – viens pilienis dienā.
- 16 *Verband Sozialer Wettbewerb* pret *Innova Vital* cēla prasību *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa, Vācija) un, pamatojoties uz Likuma par negodīgas konkurences novēršanu 8. pantu redakcijā, kas bija piemērojama pamatlietā, lūdza izbeigt [minēto] darbību.
- 17 Iesniedzējtiesā šī apvienība apgalvoja, ka strīdīgajā vēstulē ir ietvertas ar Regulas Nr. 1924/2006 10. panta 1. punktu aizliegtas veselīguma norādes, proti, divi šādi apgalvojumi:

“Kā jau ir parādījuši daudzi pētījumi, D vitamīns ir svarīgs vairāku slimību, piemēram, atopiskā dermatīta, osteoporozes, cukura diabēta un MS [multiplās sklerozes], profilaksē. Saskaņā ar šiem pētījumiem pārāk zems D vitamīna līmenis jau bērnībā ir priekšnoteikums vēlākai saslimšanai ar šīm slimībām”

un

“[Vitamīna] trūkuma ātra novēršana vai samazināšana (D<sub>3</sub> vitamīna trūkums ziemā ir vērojams 80 % iedzīvotāju)”.



- 18 Šajā ziņā *Verband Sozialer Wettbewerb* it īpaši uzsvēra, ka Regulas Nr. 1924/2006 noteikumi attiecoties uz reklāmu, kas paredzēta gan speciālistiem, gan nespeciālistiem.
- 19 Turpretī *Innova Vital* skatījumā Regula Nr. 1924/2006 neattiecas uz speciālistiem paredzētu reklāmu. Līdz ar to šīs regulas noteikumi neesot piemērojami šajā vēstulē ietvertajām veselīguma norādēm, kuras ir aizliegtas ar Regulas Nr. 1924/2006 10. panta 1. punktu, jo strīdīgā vēstule esot domāta vienīgi ārstiem.
- 20 Iesniedzējtiesas skatījumā pamatlietas atrisinājums ir atkarīgs no tā, kā interpretēt Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punktu, kas attiecas uz šīs regulas priekšmetu un piemērošanas jomu.
- 21 Šādos apstākļos *Landgericht München I* (Minhenes I apgabaltiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:

“Vai Regulas (EK) Nr. 1924/2006 1. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šīs regulas noteikumi attiecas arī uz tādām uzturvērtības un veselīguma norādēm, kas tirdzniecības informācijā parādās tādu pārtikas produktu reklāmā, kuri kā tādi ir paredzēti galapatērētājam, ja šis komercziņojums vai reklāma ir domāta vienīgi speciālistiem?”

### Par prejudiciālo jautājumu

- 22 Uzdodot savu jautājumu, iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šīs regulas piemērošanas jomā ietilpst uzturvērtības vai veselīguma norādes, kas formulētas tirdzniecības informācijā par pārtikas produktu, kurš kā tāds ir paredzēts galapatērētājam, ja šis paziņojums ir domāts nevis galapatērētājam, bet vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.
- 23 Saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru, interpretējot Savienības tiesību normu, ir jāņem vērā ne tikai tās teksts, bet arī tās konteksts un šo normu ietverošā tiesiskā regulējuma mērķi (skat. it īpaši spriedumus, 1983. gada 17. novembris, *Merck*, 292/82, EU:C:1983:335, 12. punkts; 2010. gada 4. maijs, *TNT Express Nederland*, C-533/08, EU:C:2010:243, 44. punkts, un 2016. gada 17. marts, *Liffers*, C-99/15, EU:C:2016:173, 14. punkts).
- 24 Attiecībā uz, pirmkārt, Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punkta formulējumu ir jākonstatē, ka saskaņā ar šo tiesību normu minēto regulu piemēro pārtikas produktu uzturvērtības un veselīguma norādēm, kad, pirmkārt, šīs norādes ir sniegtas tirdzniecības informācijā marķējuma, noformējuma vai reklāmas veidā attiecībā uz pārtikas produktiem, un ka, otrkārt, attiecīgos pārtikas produktus kā tādus ir paredzēts piegādāt galapatērētājam.
- 25 Šajā regulā nav ietverta jēdziena “tirdzniecības informācija” definīcija. Tomēr šis jēdziens ir definēts citās Savienības tiesību jomās ar sekundāro tiesību aktu normām, no kurām šajā gadījumā ir jāvadās, lai nodrošinātu Savienības tiesību konsekveni.
- 26 Tā saskaņā ar Direktīvas 2000/31 2. panta f) punktu “komercziņojums” ir jebkāds ziņojuma veids, kas ir paredzēts tiešai vai netiešai preču, pakalpojumu reklamēšanai vai arī tāda uzņēmuma, organizācijas vai personas tēla reklamēšanai, kas veic komerciālu, rūpniecisku darbību vai nodarbojas ar amatniecību vai regulētu profesiju.
- 27 Direktīvas 2006/123 4. panta 12. punktā ir ietverta jēdzienam “komercziņojums” līdzīga definīcija. Šajā ziņā Tiesa norāda, ka šīs tiesību normas izpratnē komerciāls paziņojums ir ne tikai klasiskā reklāma, bet arī citi reklāmas veidi un informācijas paziņojumi, kuru mērķis ir piesaistīt jaunus klientus (skat. spriedumu, 2011. gada 5. aprīlis, *Société fiduciaire nationale d'expertise comptable*, C-119/09, EU:C:2011:208, 33. punkts).

- 28 Turklāt no Regulas Nr. 1924/2006 preambulas 4. apsvērums izriet, ka jēdziens “tirdzniecības informācija” attiecas arī uz informāciju tirdzniecības veicināšanas kampaņas mērķiem.
- 29 Šādos apstākļos jēdziens “tirdzniecības informācija” šīs regulas 1. panta 2. punkta izpratnē ir jāsaprot kā tāds, kas attiecas it īpaši uz informāciju, kura attiecībā uz pārtikas produktiem sniegtas reklāmas veidā ir paredzēta, lai tieši vai netieši veicinātu šo pārtikas produktu tirdzniecību.
- 30 Tomēr šāda informācija var izpausties kā reklāmas vēstule, kuru pārtikas nozares uzņēmēji adresē veselības aprūpes speciālistiem un kurā ir ietvertas uzturvērtības vai veselīguma norādes šīs regulas izpratnē tā, lai šie speciālisti attiecīgā gadījumā saviem pacientiem ieteiktu iegādāties un/vai lietot minēto produktu.
- 31 Turklāt ir jānorāda, ka Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punktā nav ietverts precizējums par tirdzniecības informācijas adresātu un nav nošķirts, vai runa ir par galapatērētāju vai veselības aprūpes speciālistu. No tā izriet, kā to savu secinājumu 39. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, ka produktam pašam, nevis informācijai par to, ir jābūt paredzētam patērētājam.
- 32 Šādos apstākļos ir jākonstatē, ka no šīs tiesību normas formulējuma, skatot to kopsakarā ar Direktīvas 2000/31 2. panta f) punktu un Direktīvas 2006/123 4. panta 12. punktu, izriet, ka Regulu Nr. 1924/2006 piemēro pārtikas produktu uzturvērtības vai veselīguma norādēm, kas sniegtas tirdzniecības informācijā, kura ir adresēta vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.
- 33 Otrkārt, ir jāuzsver, ka šāda interpretācija netiek atspēkota, analizējot kontekstu, kādā iekļaujas Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punkts.
- 34 Patiešām, kā to arī uzsver *Innova Vital*, daži Regulas Nr. 1924/2006 preambulas apsvērumi un noteikumi, it īpaši šīs regulas preambulas 1., 9., 16., 29. un 36. apsvērumi, kā arī 5. panta 2. punkts attiecas vienīgi uz “patērētājiem” un tajos nav minēti “speciālisti”.
- 35 Tomēr norādes “speciālisti” neesamība šajos apsvērumos un noteikumos nenozīmē, ka minētā regula netiek piemērota situācijā, kad tirdzniecības informācija tiek adresēta vienīgi veselības aprūpes speciālistiem. Proti, šādā situācijā šī pārtikas nozares uzņēmēju un veselības aprūpes speciālistu saziņa ir paredzēta galvenokārt galapatērētājam tā, lai tas, sekojot šo speciālistu ieteikumiem, iegādātos šo pārtikas produktu, par kuru ir sniegta minētā informācija.
- 36 Ir jāpiebilst, ka ne no viena Regulas Nr. 1924/2006 noteikuma neizriet, ka to nepiemēro veselības aprūpes speciālistiem adresētajai tirdzniecības informācijai.
- 37 Visbeidzot, attiecībā uz šajā regulā izvirzītajiem mērķiem – tie nostiprina interpretāciju, saskaņā ar kuru šo pašu regulu piemēro tirdzniecības informācijai, kas adresēta vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.
- 38 Proti, pamatojoties uz Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 1. punktu, šīs regulas mērķis ir nodrošināt efektīvu iekšējā tirgus darbību, vienlaikus nodrošinot augstu patērētāju aizsardzības līmeni.
- 39 Šajā ziņā, kā tas arī izriet no Regulas Nr. 1924/2006 preambulas 1. un 18. apsvērums, veselības aizsardzība ir viens no šīs regulas galvenajiem mērķiem (spriedums, 2012. gada 6. septembris, *Deutsches Weintor*, C-544/10, EU:C:2012:526, 45. punkts). Šajā nolūkā it īpaši ir jāsniedz patērētājam vajadzīgā informācija, lai ļautu tam izdarīt apzinātu izvēli (spriedumi, 2014. gada 10. aprīlis, *Ehrmann*, C-609/12, EU:C:2014:252, 40. punkts, un 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution*, C-157/14, EU:C:2015:823, 49. punkts).



- 40 Šajā ziņā Regulas Nr. 1924/2006 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā ir paredzēts, ka uzturvērtības un veselīguma norādes ir atļauts lietot tikai tad, ja saskaņā ar vispārpieņemtiem zinātniskiem pierādījumiem ir pierādīts, ka norādē minētās vielas klātbūtnei, neesamībai vai samazinātam daudzumam pārtikas produktā vai pārtikas produktu kategorijā ir labvēlīga uzturvērtība vai fizioloģiskā ietekme. Šīs regulas preambulas 14. apsvērumā arī ir ietverts šāds paudums.
- 41 Kā precizēts minētās regulas preambulas 17. apsvērumā, zinātniskajam pamatojumam ir jābūt galvenajam vērā ņemamajam aspektam attiecībā uz uzturvērtības un veselības ietekmes norāžu lietošanu. Turklāt šīs pašas regulas preambulas 23. apsvērumā ir noteikts, ka veselīguma norāžu izmantošana būtu jāatļauj Savienībā tikai pēc tam, kad ir veikts zinātnisks novērtējums iespējami visaugstākajā līmenī, un ka, lai nodrošinātu šo norāžu saskaņotu zinātnisku novērtējumu, minētais novērtējums ir jāveic Eiropas Pārtikas nekaitīguma iestādei.
- 42 Regulā Nr. 1924/2006 tādējādi ir paredzēta procedūra, kura ļauj pārbaudīt, vai norāde šīs regulas izpratnē ir zinātniski pamatota.
- 43 Protams, var tikt uzskatīts, ka veselības aprūpes speciālistiem ir pārāka zinātniskā lietpratība, salīdzinot ar galapatērētāju, kas tiek vērtēts kā vidusmēra patērētājs, kurš ir labi informēts un samērā vērīgs un piesardzīgs, kā tas ir minēts šīs regulas preambulas 16. apsvērumā. Tomēr nevar tikt uzskatīts, ka nepieciešamās, specializētās un atjauninātās zinātniskās lietpratības kopums šiem speciālistiem var būt nepārtraukti, lai vērtētu katru no pārtikas produktiem un attiecībā uz šiem pārtikas produktiem sniegtās uzturvērtības un veselīguma norādes to marķējumā, noformējumā un reklāmā.
- 44 Kā to savu secinājumu 49. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, nevar izslēgt, ka veselības aprūpes speciālisti paši var tikt maldināti, saņemot neprecīzas, neviennozīmīgas vai pat nepatiesas norādes.
- 45 Līdz ar to veselības aprūpes speciālisti, rīkojoties pilnīgi labticīgi, riskē nodot kļūdainu informāciju par pārtikas produktiem, par kuriem sniegta tirdzniecības informācija galapatērētājiem, ar kuriem viņiem ir saikne. Šis risks ir vēl jo vairāk būtisks, tāpēc ka [veselības aprūpes] speciālistu un viņu pacientu starpā esošās uzticības saiknes dēļ šie speciālisti var būtiski ietekmēt galapatērētājus.
- 46 Turklāt, ja speciālistiem adresētās uzturvērtības vai veselīguma norādes neietilptu Regulas Nr. 1924/2006 piemērošanas jomā, kā rezultātā šādas norādes varētu tikt izmantotas, ne vienmēr balstoties uz zinātniskiem pierādījumiem, pastāvētu risks, ka pārtikas nozares uzņēmēji ar veselības aprūpes speciālistu starpniecību vēršoties pie galapatērētāja, neievēro šajā regulā paredzētās saistības tā, lai šie speciālisti to produktus ieteiktu patērētājam.
- 47 Līdz ar to šīs regulas piemērošana uzturvērtības vai veselīguma norādēm, kas formulētas speciālistiem paredzētā tirdzniecības informācijā, veicina augstu patērētāju aizsardzības līmeni iekšējā tirgū, kura efektīvu darbību ir paredzēts nodrošināt ar Regulu Nr. 1924/2006.
- 48 *Innova Vital* izvirzītie argumenti nav tādi, kas atspēkotu interpretāciju, saskaņā ar kuru minēto regulu piemēro uzturvērtības vai veselīguma norādēm, kas formulētas tirdzniecības informācijā, tostarp gadījumos, kad šī informācija ir paredzēta vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.
- 49 Protams, no Regulas Nr. 1924/2006 5. panta 2. punkta izriet, ka uzturvērtības un veselīguma norāžu lietošana ir pieļaujama tikai tad, ja vidusmēra patērētājs var saprast norādē aprakstīto labvēlīgo ietekmi.
- 50 Tomēr no tā nevar tikt secināts, ka jebkāda objektīva informācija par jaunākajiem zinātnes sasniegumiem, kuru pārtikas nozares uzņēmēji sniedz veselības aprūpes speciālistiem un kura ir saistīta ar tehniskās un zinātniskās terminoloģijas – kā šajā gadījumā vārdu “atopiskais dermatīts” – lietojumu, būtu aizliegta.

- 51 Proti, Regulas Nr. 1924/2006 5. panta 2. punkts ir jāsaprot tādējādi, ka šo tiesību normu piemēro, kad par uzturvērtības un veselīguma norādēm galapatērētājs tiek informēts tieši, lai ļautu tam izdarīt izvēli, pilnībā pārzinot faktus. Tomēr, kā to savu secinājumu 54. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, tādā lietā kā pamatlietā vēstule, kurā ir ietvertas šīs norādes, tiek nodota kā tāda nevis galapatērētājam, bet gan ir adresēta veselības aprūpes speciālistiem, kuri tiek netieši aicināti ieteikt galapatērētājam šajās norādēs minētos pārtikas produktus.
- 52 Turklāt Regulas Nr. 1924/2006 preambulas 4. apsvērumā ir noteikts, ka tā nebūtu jāpiemēro norādēm nekomerciālajā saziņā, piemēram, uztura pamatnostādņem vai kompetento sabiedrības veselības iestāžu un struktūru sniegtajiem diētas ieteikumiem vai nekomerciālai saziņai un informācijai presē un zinātniskajās publikācijās.
- 53 Līdz ar to šai regulai nav pretrunā objektīva veselības aprūpes speciālistu informācija, kas sniegta par jaunākajiem zinātniskajiem sasniegumiem un kas saistīta ar tehniskās un zinātniskās terminoloģijas lietošanu situācijā, kad informācijai nav tirdzniecības rakstura.
- 54 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, uz uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka Regulas Nr. 1924/2006 1. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šīs regulas piemērošanas jomā ietilpst uzturvērtības vai veselīguma norādes, kas formulētas tirdzniecības informācijā par pārtikas produktu, kurš kā tāds ir paredzēts galapatērētājam, ja šis paziņojums ir domāts nevis galapatērētājam, bet vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.

#### **Par tiesāšanās izdevumiem**

- 55 Attiecībā uz pamatlietas dalībniekiem šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto lietas dalībnieku izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (trešā palāta) nospriež:

**Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem, kurā grozījumi izdarīti ar Komisijas 2012. gada 8. novembra Regulu (ES) Nr. 1047/2010, 1. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šīs regulas piemērošanas jomā ietilpst uzturvērtības vai veselīguma norādes, kas formulētas tirdzniecības informācijā par pārtikas produktu, kurš kā tāds ir paredzēts galapatērētājam, ja šis paziņojums ir domāts nevis galapatērētājam, bet vienīgi veselības aprūpes speciālistiem.**

[Paraksti]