

L. A. GEELHOED

FŐTANÁCSNOK INDÍTVÁNYA

Az ismertetés napja: 2003. december 11.¹

I — Bevezetés

II — Jogi háttér

A — A közösségi jog

1. A jelen ügy az élelmiszerek, különösen a kávé címkézésére és reklámozására vonatkozó közösségi szabályok értelmezését érinti. Az első kérdés az, hogy a kávétermékek egy csoportjára előírt árumegnevezések használatára vonatkozó közösségi szabályozás kizárja-e fantázianevek használatát ezen árumegnevezések mellett. További kérdés, hogy a fogyasztásra és orvosi ajánlásokra vonatkozó hivatkozásokat tiltó nemzeti rendelkezések összeegyeztethetőek-e az elsődleges és másodlagos közösségi joggal.

2. Az EK 28. cikk tilt a tagállamok között minden, a behozatalra vonatkozó mennyiségi korlátozást és azzal egyenértékű intézkedést.

3. A kávé- és a cikóriakivonatokról szóló, 1999. február 22-i 1999/4/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv² (a továbbiakban: 1999/4 irányelv vagy kávéirányelv) a fenti termékek címkézésére és árumegnevezéseire vonatkozó szabályokat tartalmaz.

¹ — Eredeti nyelv: holland.

² — HL. I. 66., 26. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 23. kötet, 247. o.

4. Az 1999/4 irányelv 2. cikke úgy rendelkezik, hogy:

„A 79/112/EGK irányelv a következő feltételek mellett az e mellékletben meghatározott termékekre érvényes:

- a) a mellékletben felsorolt megnevezések csak az ott szereplő termékekre vonatkoznak, és a kereskedelemben ezeket kell használni. Adott esetben ezeket a megnevezéseket a következő kifejezések egészítik ki:

— »sűrítmény« vagy »sűrítmény formában«, vagy

— »folyékony« vagy »folyékony formában«.

[...]”

5. Az 1999/4 irányelv 3. cikke szerint a mellékletben meghatározott termékekre a tagállamok nem fogadhatnak el olyan nemzeti rendelkezéseket, amelyekről ez az irányelv nem rendelkezik.

6. Az 1999/4 irányelv melléklete a kávékivonatot, az oldódó kávékivonatot, az oldódó kávé vagy az azonnal oldódó kávé az alábbi módon határozza meg:

„Olyan koncentrált termékek, amelyeket a pörkölt kávéból kizárólag vizes extrakcióval nyernek, kizárva minden savas vagy lúgos hidrolízises eljárást. A technológiailag eltávolíthatatlan, nem oldódó anyagokon és a kávéból származó nem oldódó olajokon kívül a kávékivonat csak a kávé oldódó és aromatikus összetevőit tartalmazhatja.

[...]

A szilárd vagy sűrítmény állagú kávékivonat csak a kávékivonatból származó anyagokat tartalmazhat. [...]”

7. Az élelmiszerek címkézésére, kizserelésére és reklámjára vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2000. március 20-i 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv³ (a továbbiakban a 2000/13 irányelv vagy a címkézési irányelv) a gyakran

3 — HL. L 109., 29. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 5. kötet, 75. o.

módosított, ugyanezen címmel rendelkező 79/112/EGK irányelv egységes szerkezetbe foglalt változata, amelyre az 1999/4 irányelv 2. cikke utal.

iii) annak sugallása révén, hogy az élelmiszer különleges jellemzőkkel rendelkezik, holott minden hasonló élelmiszer rendelkezik ilyen jellemzőkkel;

8. A 2000/13 irányelv 2. cikkének (1) bekezdése az élelmiszerek címkézésére vonatkozóan a következő szabályokat fekteti le:

b) a speciális élelmezési célokra szánt természetes ásványvizekre és élelmiszerekre vonatkozó közösségi rendelkezésekre figyelemmel nem ruházhatnak fel élelmiszereket emberi betegségek megelőzésének, kezelésének vagy gyógyításának tulajdonságával, és ilyen tulajdonságokra nem is hivatkozhatnak.”

„A címkézés és az alkalmazott módszerek:

a) nem lehetnek alkalmasak arra, hogy a vásárlót megtévezzék, különösen:

9. A 2000/13 irányelv 3. cikkének (1) bekezdése továbbá úgy rendelkezik, hogy:

i) az élelmiszer jellemzői, és különösen annak természete, azonosítása, tulajdonságai, összetétele, mennyisége, tartóssága, származása vagy eredete, gyártásának vagy előállításának módja tekintetében;

„A 4–17. cikknek megfelelően, és az azokban foglalt kivételek függvényében, a következő adatokat kötelező külön feltüntetni az élelmiszerek címkézésén:

(1) Az árumeznevezés;

ii) az élelmiszer olyan hatással vagy tulajdonsággal való felruházása révén, amellyel az nem rendelkezik;

[...]”

10. A 2000/13 irányelv 5. cikke (1) bekezdésének első mondata és (2) bekezdése úgy szól, hogy:

címkézését és kiszerelését szabályozó nem harmonizált nemzeti rendelkezések alapján olyan élelmiszerek forgalmazását, amelyek megfelelnek az ezen irányelvben megállapított szabályoknak.

„(1) Egy élelmiszer árumegnevezése az a jelölés, amely az ezen élelmiszerre vonatkozó közösségi jogszabályokban szerepel.

(2) Az (1) bekezdést nem kell alkalmazni az alábbi indokok miatt nem harmonizált nemzeti rendelkezésekre:

[...]

(2) Az árumegnevezés nem helyettesíthető védjeggyel, kereskedelmi névvel vagy fantáziánévvel.

— közegészség védelme,

[...]”

— csalás megelőzése, hacsak az adott rendelkezések nem sértik várhatóan az ezen irányelvben megállapított definíciókat és szabályokat,

11. A 2000/13 irányelv 18. cikke az alábbiak szerint rendelkezik az élelmiszerek címkézését és kiszerelését szabályozó, az irányelv által nem harmonizált nemzeti rendelkezések tekintetében:

— ipari és kereskedelmi tulajdon, származásmegjelölés, oltalom alatt álló eredetmegjelölés és a tisztességtelen verseny megelőzése.”

„(1) A tagállamok nem tilthatják bizonyos élelmiszerek vagy általában az élelmiszerek

B — *A nemzeti jog*

„Az élelmiszerek reklámozása során tilos a következők használata:

12. A belga jognak a kávé árumegnevezéseire vonatkozó releváns rendelkezéseit a kávéról és a pótkávéról szóló, 1987. március 5-i királyi rendelet tartalmazza (a továbbiakban: kávérendelet).

[...]

13. A kávérendelet 1. cikke a „kávé” terméket a következőképpen határozza meg:

3° a fogyasztásra vonatkozó hivatkozások;

[...]

„[...] kávé: a kávécserje (a *Coffea* nemzetségből való fajta) megfelelően megtisztított és pörkölt magja”.

14. A kávérendelet 3. cikkének (1) bekezdése úgy rendelkezik, hogy:

7° hivatkozások orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra, kivéve annak említését, hogy egy élelmiszer orvosi tanács ellenére nem fogyasztható; [...]”

„Forgalomba hozatalukkor kizárólag az 1. cikkben említett élelmiszereket szabad az e cikkben megadott meghatározásoknak megfelelő megnevezések bármelyikével ellátni; ezeket pedig kötelező e megnevezések valamelyikével ellátni.”

III — A tényállás és az eljárás

15. Az élelmiszerek reklámozásáról szóló, 1980. április 17-i királyi rendelet 2. cikke úgy rendelkezik, hogy:

16. A Douwe Egberts NV (a továbbiakban: Douwe Egberts) a „Douwe Egberts” márkánév alatt kávé termel és értékesít a belga piacon. Bírósági eljárást indított a „Dyna-Svelte Café” elnevezésű termék forgalomba hozatala miatt. Ezt a terméket a Westrom Pharma NV (a továbbiakban: Westrom

Pharma) állítja elő. 2001. december 31-ig bezárólag az „Établissements FICS” kereskedelmi név alatt tevékenykedő Christophe Souranis forgalmazta. A forgalmazást ekkor vette át a FICS-World BVBA (a továbbiakban: FICS-World).

ezek a kijelentések sértik az ilyen élelmiszerek reklámozására és címkézésére vonatkozó különböző nemzeti jogszabályok rendelkezéseit. Annak a megállapítását kéri tehát, hogy a Westrom Pharma és a FICS-World megsértette a tisztességes piaci magatartásra vonatkozó nemzeti rendelkezéseket. Ebből következően a Douwe Egberts többek között a fenti kijelentések használatának megtiltását és az ezeket tartalmazó termékek visszavonását kéri.

17. A „DynaSvelte Café” oldódó kávéból, fruktózból és krómiumból álló termék. Kifejezetten a fogyást elősegítő termékként reklámozzák. Így az üvegen, a csomagoláson és a használati utasításban található közlések a következőket tartalmazzák:

— „az abszolút áttörés a testsúly ellenőrzése terén”,

— „fogyás, a testsúly jobb ellenőrzése, a túlzott zsírlerakódás lassítása”, és

— „az Egyesült Államokban szabadalmaztatott, a Glycémie Research Institute-ban dolgozó Dr. Ann de Wees Allen által kifejlesztett eljárás”.

19. Mivel a nemzeti bíróság úgy ítélte meg, hogy az előtte folyamatban lévő ügy kimenetele az 1999/4 irányelv értelmezésétől és érvényességétől, és a 2000/13 irányelv, valamint az EK 28. cikk értelmezésétől függ, az eljárás felfüggesztéséről határozott, és a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

„A.1. A kávé- és cikóriakivonatokról szóló 1999/4/EK irányelv 2. cikkét úgy kell-e értelmezni, hogy az ezen irányelv mellékletében megnevezett termékekre csak az ott előírt megnevezéseket lehet használni, anélkül hogy ezen árumegnevezések mellett más megnevezéseket (például fantázianevet vagy kereskedelmi nevet) lehetne használni, vagy úgy kell-e értelmezni a 2. cikket, hogy az irányelv mellékletében előírt árumegnevezéseket kizárólag az ott említett termékek vonatkozásában lehet

18. A Douwe Egberts a Rechtbank van Koophandel (Belgium) előtti ideiglenes intézkedés iránti eljárásban azt állítja, hogy

felhasználni, de ezen árumegnevezések mellett más megnevezéseket (például fantázianevet vagy kereskedelmi nevet) is lehet használni?

— ezáltal a »kávé« megnevezés használatát csak a kávé egyik formájának, nevezetesen a kávébabnak tartja fenn;

A.2. Amennyiben az Európai Közösségek Bíróságának véleménye az, hogy a kávé- és a cikóriakivonatokról szóló, 1999. február 22-i 1999/4/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvet úgy kell értelmezni, hogy az ezen irányelv mellékletében megnevezett termékekre kizárólag az ott előírt megnevezéseket lehet felhasználni, anélkül hogy ezen árumegnevezések mellett más megnevezéseket (például fantázianevet vagy kereskedelmi nevet) lehetne használni, nem következik-e ebből, hogy ez az irányelv ellentétes az EK-Szerződés 28. cikkével, amely tilt a behozatalra vonatkozó minden mennyiségi korlátozást és azzal azonos hatású intézkedést, mivel ez az irányelv a fenti értelmezés alapján azon termékek vonatkozásában, amelyek megfelelnek a mellékletében található kávékivonatok meghatározásának:

— és így mesterségesen védi a kávé piacát más — a kávébabtól eltérő — versengő termékekkel, mint például a kávékivonatokkal és az azonnal oldódó kávéval szemben?

— kizárja a »kávékivonat«-on vagy az »azonnal oldódó kávé«-n kívül más megnevezések, mint például a »kávé« megnevezés használatát;

B.1. A 2000/13/EK irányelv 18. cikkének (1) és (2) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy az irányelv megsértését jelentik, és így nem alkalmazhatók az élelmiszerek címkézéséről és kiszereléséről, valamint reklámozásáról szóló, nem harmonizált nemzeti rendelkezések, amelyek tiltanak bizonyos közléseket, mint például »a fogyasztásra vonatkozó hivatkozásokat« és »az orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra vonatkozó hivatkozásokat« az élelmiszerek címkézésében és/vagy kiszerelésében és/vagy reklámozásában, amíg ezeket a közléseket az irányelv nem tiltja meg, tekintettel arra, hogy az irányelv (8) preambulumbekkezdése kimondja, hogy a legmegfelelőbb címkézés az, amelyik a szabad kereskedelmet a legkevésbé akadályozza?

B.2. A 2000/13/EK irányelv 18. cikkének (2) bekezdését úgy kell-e értelmezni, hogy a »közegészség védelme« alatt azokat az élelmiszerek címkézéséről, kiszereléséről, valamint reklámozásáról szóló, nem harmonizált nemzeti rendelkezéseket kell érteni, amelyek tiltanak bizonyos közléseket, mint például »a fogyasztásra vonatkozó hivatkozásokat« és »az orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra vonatkozó hivatkozásokat«?

— egyrészt további terhet jelentenek az élelmiszerek behozatalánál e termékeknek a nemzeti jogszabályokkal való összhangba hozatala miatt, és így akadályozzák a tagállamok közötti kereskedelmet,

és

C. Az EK 28. cikket úgy kell-e értelmezni, hogy egyenértékű intézkedésnek és/vagy az Európai Közösség tagállamai közötti behozatalra vonatkozó mennyiségi korlátozásnak kell-e tekinteni az élelmiszerek címkézéséről és kiszereléséről, valamint reklámozásáról szóló olyan nemzeti rendelkezéseket, amelyeket európai szinten nem harmonizáltak, és amelyek ezért eltérnek a 2000/13/EK irányelvtől annyiban, amennyiben megtiltanak bizonyos, az élelmiszerek címkézésre és/vagy kiszerelésére és/vagy reklámozására vonatkozó közléseket, mint például »a fogyasztásra vonatkozó hivatkozásokat« és »az orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra vonatkozó hivatkozásokat«, amennyiben ezek a nemzeti rendelkezések:

— másrészt nem alkalmazandók minden gazdasági szereplőre, aki a nemzeti területen tevékenykedik, amennyiben léteznek egészen hasonló termékek (például a kozmetikai termékek), amelyekre sem ezek a rendelkezések, sem ezzel egyenértékű rendelkezések nem alkalmazandók, és ezért ezeket a rendelkezéseket a nemzeti bíróság nem alkalmazhatja?”

20. Az alapeljárás résztvevői, a belga kormány, az Európai Bizottság, az Európai Parlament és az Európai Unió Tanácsa írásbeli észrevételeket terjesztettek elő. E felek és beavatkozók a 2003. november 6-i meghallgatáson részletesen is kifejtették álláspontjukat.

IV — Az első kérdés (A.1)

még pontosabban a fogyasztó termékekre vonatkozó közösségi szabályok⁵ alkalmazását.

21. A Rechtbank van Koophandel te Hasselt elnöke által előterjesztett első kérdés az 1999/4 irányelvnek a kávé- és cikóriakivonatok árumegnevezéséről szóló 2. cikke a) pontját érinti.

22. Amint azt a különböző beavatkozók megjegyezték, ez a kérdés azon a feltételezésen alapul, amely szerint a kérdéses termék, a „DynaSvelte Café”, az 1999/4 irányelv tárgyi hatálya alá esik. A nemzeti bíróság előzetes döntéshozatalra utaló végzése nem tartalmaz erre vonatkozó kifejezett állításokat. Ebből következően nem lehet megállapítani azt, hogy a nemzeti bíróság megállapította-e azt a tényt, hogy a „DynaSvelte Café” az 1999/4 irányelv 1. cikke értelmében kávé- vagy cikóriakivonatként minősül-e.

23. A Bizottság írásbeli észrevételeiben részletesen rámutat arra, hogy ezt a terméket fogyasztó hatású vagy testsúlyellenőrző terméként árusítják. Így fenntartja, hogy a jelen esetben nem lehet kizárni a különleges táplálkozási célokra szánt élelmiszerekre⁴,

24. A belga kormány, a Tanács és közvetett módon az Európai Parlament utaltak arra a tényre, hogy a „DynaSvelte Café” összetett természetére tekintettel ez a termék (nyilvánvalóan) nem felel meg a „kávékivonat” meghatározásának, és így (feltehetően) nem esik a kávéirányelv hatálya alá. Ez a megállapítás maga után vonná, hogy az 1999/4 irányelvben foglalt megnevezéseket nem lehet erre a termékre alkalmazni.

25. Ebben az összefüggésben rá kell mutatni arra, hogy a nemzeti bíróság és a Bíróság közötti hatáskörmegosztás értelmében az előbbi feladata az alapeljárás tényállásának megállapítása, és így a vonatkozó jogszabályok megnevezése, valamint a Bírósághoz előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések relevanciájának megítélése. Amint az a Bíróság állandó ítélkezési gyakorlatából következik, a Bíróság elvileg mindig köteles válaszolni a nemzeti bíróság által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre. A Bíróság csak akkor utasíthatja vissza, hogy a nemzeti bíróság által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésre válaszoljon, ha nyilvánvaló, hogy azon közösségi jogszabály értelmezése, amelyet a nemzeti bíróság kért,

4 — A különleges táplálkozási célokra szánt élelmiszerekre vonatkozó tagállami jogszabályok közléseiről szóló, 1989. május 3-i 89/398/EGK tanácsi irányelv (HL L 186., 27. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 10. kötet, 9. o.).

5 — A testtömegcsökkentésre szolgáló, csökkentett energiatartalmú étrendben történő felhasználásra szánt élelmiszerekről szóló, 1996. február 26-i 96/8/EK bizottsági irányelv (HL L 55., 22. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 15. kötet, 454. o.).

nem függ össze az alapeljárás tárgyával vagy céljával, illetve ha a szóban forgó probléma elméleti jellegű, és a Bíróság nem rendelkezik azon ténybeli, illetve jogi elemek ismeretével, amelyek szükségesek ahhoz, hogy a feltett kérdéseket hasznos jelleggel meg lehessen válaszolni⁶.

26. A jelen esetben nem indokolt, hogy az első kérdést elfogadhatatlannak nyilvánítsuk. A „DynaSvelte Café” termék természetét illetően a beavatkozók által kifejtett kétségek ellenére feltételezni kell azon tény alapján, hogy a nemzeti bíróság az 1999/4 irányelvvel vonatkozó kérdést terjesztett elő, hogy a nemzeti bíróság úgy ítéli meg, a termék az irányelv hatálya alá tartozik. A jelen esetben abból az elvből kell kiindulni, hogy az előterjesztett kérdés relevanciáját vélelmezni kell⁷. A nemzeti bíróság által előterjesztett első kérdést tehát, mint azt a Bizottság is jelezte, azon feltételezés alapján kell megválaszolni, hogy a „DynaSvelte Café” általános élelmiszernek és nem különleges táplálkozási célokra szánt élelmiszernek tekintendő, tehát az 1999/4 irányelv hatálya alá esik.

27. A kérdést előterjesztő bíróság első kérdésével lényegében az 1999/4 irányelv 2.

cikkének a) pontjában található „csak” szó értelmére keres választ. Azt jelenti-e, hogy a mellékletében felsorolt megnevezéseket csak az ott említett termékek forgalomba hozatala során lehet használni, vagy másképpen ezen árumegnevezéseket az irányelv mellékletében említett jellemzőkkel rendelkező termékek számára tartják fenn? Vagy azt jelenti-e, hogy azokat a termékeket kizárólag ezen árumegnevezésekkel lehet megjelölni? Ha az előbbi értelmezés a helyes, az azt jelenti, hogy a kötelezően alkalmazandó árumegnevezés mellett más megnevezéseket, például kereskedelmi nevet vagy fantázianevet is lehet használni. Ha az utóbbi értelmezés a helyes, az ilyen további megnevezések használata kizárt.

28. Az eljárásban frásbeli észrevételeket előterjesztő felek többségének⁸ álláspontja szerint ezt a kérdést az előbbi értelmezés szerint kell megválaszolni. Egyetértenek abban, hogy az 1999/4 irányelv 2. cikkének a) pontja azt jelenti, hogy csak az irányelv mellékletében említett jellemzőkkel rendelkező termékeket lehet a fenntartott árumegnevezések alatt értékesíteni, és ez nem zárja ki más megnevezések, például kereskedelmi név vagy fantázianév használatát. Mindazonáltal a Douwe Egberts ehhez azt a további feltételt fűzi, hogy ezen egyéb megnevezéseket az érintett vásárlóközönség nem értelmezheti

6 — Lásd különösen a C-415/93. sz. Bosman-ügyben 1995. december 15-én hozott ítélet (EBHT 1995., I-4921. o.) 59–61. pontját, a C-36/99. sz. Idéal Tourisme-ügyben 2000. július 13-án hozott ítélet (EBHT 2000., I-6049. o.) 20. pontját, a C-379/98. sz. PreussenElektra-ügyben 2001. március 13-án hozott ítélet (EBHT 2001., I-2099. o.) 38. és 39. pontját és a C-137/00. sz., Milk Marque és National Farmers' Union ügyben 2003. szeptember 9-én hozott ítélet (az EBHT-ban még nem tették közzé) 37. pontját.

7 — A C-355/97. sz., Beck és Bergdorf ügyben 1999. szeptember 7-én hozott ítélet (EBHT 1999., I-4977. o.) 22–24. pontja, és a C-300/01. sz. Salzmann-ügyben 2003. május 15-én hozott ítélet (EBHT 2003., I-4899. o.) 31. pontja.

8 — A belga kormány és a Tanács nem válaszolt erre a kérdésre, mivel álláspontjuk szerint az érintett termék nem esik az irányelv hatálya alá.

árumegnevezésként, és ennek megfelelően azok nem lehetnek félrevezetőek. A Bizottság a tagállamok végrehajtási kötelezettségének tartalmával összhangban fogalmazza meg válaszáat: az 1999/4 irányelv 2. cikke nem kívánja meg a tagállamoktól, hogy megtiltsák a kötelező árumegnevezések mellett más megnevezések használatát az irányelv által szabályozott termékek forgalmazása során.

29. Én is úgy ítélem meg, hogy az alább kifejtett indokok alapján ez a helyes értelmezés. Habár nagyon sokan, különösen az alapeljárás felei, egyetértenek az ezen értelmezési kérdésre adandó válaszbán, rá kívánnak mutatni arra, hogy továbbra is megosztja őket az a kérdés, hogy a „DynaSvelte Café” nevet árumegnevezésnek kell-e tekinteni, mivel részét képezheti a „café” szó. Amint azt fent megjegyeztem, a nemzeti bíróság feladata az ilyen természetű ténybeli kérdésekről határozni.

30. Azt, hogy az 1999/4 irányelv 2. cikkének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy az nem tiltja az irányelv által előírt árumegnevezés mellett más megnevezések használatát, le lehet vezetni e rendelkezés szövegéből, az élelmiszerek címkézésére vonatkozó közösségi szabályok rendszerén belül elfoglalt helyéből és az élelmiszerek címkézésére vonatkozó szabályok céljából.

31. A „csak” szónak az 1999/4 irányelv holland nyelvű változata 2. cikkének a) pontjában elfoglalt helye nyilvánvalóvá teszi, hogy ez a rendelkezés arra vonatkozik, hogy az érintett árumegnevezések kizárólag a mellékletben felsorolt termékek kapcsán használhatók. Amennyiben a szándék az lett volna, hogy megtiltsák az előírt árumegnevezések mellett más megnevezések használatát, eltérő mondat szerkezetet kellett volna alkalmazni, közvetlenül társítva a „csak” szót az „árumegnevezés” kifejezéssel. Ebben az esetben a rendelkezésnek például így kellett volna szólnia: „csak a mellékletben felsorolt árumegnevezések vonatkoznak az ott hivatkozott termékekre [...]”. Ez a mondat szerkezetbeli különbség álláspontom szerint egyértelművé teszi, hogy az irányelv 2. cikkének a) pontját csak az általam most vázolt módon lehet értelmezni.

32. Ezt a rendelkezés más nyelvi változatainak vizsgálata is megerősíti. Azok legtöbbje a holland változattól eltérő mondat szerkezetet használva jelzi, hogy az érintett árumegnevezéseket a mellékletben meghatározott áruk számára „tartják fenn”. Ennek bemutatására a (FICS által is idézett) francia és a német nyelvű változatra utalnék, amelyek úgy rendelkeznek, hogy „les dénominations prévues à l'annexe sont réservées aux produits qui y figurent”, illetve „[d]ie im Anhang vorgesehenen Verkehrsbezeichnungen [...] den dort aufgeführten Erzeugnissen vorbehalten [sind]”. Az angol nyelvű változat még kevésbé félreérthető: „the product names

listed in the Annex shall apply only to the products referred to therein". E nyelvi változatok alapján vitathatatlan, hogy nem az a szándék, hogy a mellékletben meghatározott termékeket kizárólag az ott szereplő árumegnevezések alatt lehessen értékesíteni.

szik felsorolni, a tagállamoknak mely közléseket kell előírniuk, anélkül azonban, hogy más közlések alkalmazását kizárná. A Bizottság és az Európai Parlament hasonlóképpen rámutattak, hogy a 2000/13 irányelv 3. cikkét így kell értelmezni. Ezen érvelést az 1999/4 irányelvre alkalmazva az irányelv 2. cikkének a) pontját sem lehet úgy értelmezni, hogy célja a kávé- és cikóriakivonatok esetében az árumegnevezés mellett más közlések használatának tiltása lenne.

33. Szintén ez az eredmény, amennyiben az 1999/4 irányelv 2. cikk a) pontját az élelmiszerek címkézéséről rendelkező szabályok jogszabályi összefüggésében vizsgáljuk. Az 1999/4 irányelv a 2000/13 irányelvhez viszonyítva speciális irányelvnek minősül. Meg erősíti, hogy a címkézési irányelv alkalmazandó a kávé- és a cikóriakivonatokra, majd e termékek vonatkozásában részletesen kifejti ez utóbbi egyes rendelkezéseit. Mint *lex specialis*, a kávéirányelvet a címkézési irányelv fényében kell értelmezni.

35. Az árumegnevezések használatára vonatkozó általános és különös rendelkezések ilyen olvasatát támasztja alá továbbá a 2000/13 irányelv 5. cikkének (2) bekezdése, amely tiltja az árumegnevezés védjeggyel, kereskedelmi névvel vagy fantáziánévvel való helyettesítését. Ez a rendelkezés azonban természetesen megengedi az ilyen közlések használatát az előírt árumegnevezés mellett.

34. Az élelmiszer árumegnevezésének a címkén való feltüntetésére vonatkozó kötelezettséget a 2000/13 irányelv 3. cikkének (1) bekezdése rögzíti. E cikk értelmében kötelező bizonyos adatok, úgymint az árumegnevezés feltüntetése a címkén. Amíg e rendelkezés szövege holland nyelvű változatában nem teljesen egyértelmű („moeten [...] uitsluitend de volgende gegevens worden vermeld”), az egyéb nyelvi változatokból nyilvánvaló („the following particulars alone shall be compulsory”; „comporte [...] les seules mentions obligatoires suivantes”; „enthält [...] nur folgende zwingende Angaben”), hogy igyek-

36. Végezetül a kötelező árumegnevezések szerepéből is levezethető, hogy azzal nem összeegyeztethetetlen az egyéb megnevezések használata az élelmiszerek kiszérésén. A kötelező árumegnevezés célja, hogy a fogyasztók számára biztosítsa, hogy az ilyen árumegnevezés alatt értékesített termék rendelkezik bizonyos, a terméktípusra jellemző tulajdonságokkal. A terméket így meg lehet különböztetni a más általános tulajdonságokkal rendelkező termékektől. Annak a

feltételezése, hogy az érintett árumegnevezés kötelező feltüntetése kizárná más közlések használatát, túlmenne az irányelv célján, és megtagadná a kereskedőktől annak a lehetőségét, hogy termékeiket hasonló termékektől kereskedelmi értelemben megkülönböztessék.

37. Ezért az első kérdésre azt a választ kell adni, hogy az 1999/4 irányelv 2. cikkét úgy kell értelmezni, hogy az ezen irányelv mellékletében említett árumegnevezéseket kizárólag az ebben a mellékletben felsorolt termékek esetében lehet használni, és hogy következésképpen az árumegnevezések mellett más megnevezéseket (például kereskedelmi neveket és fantázianeveket) is lehet használni az ilyen termékeknél, azzal a feltétellel, hogy azokat nem lehet összevetésztetni az előírt árumegnevezéssel.

V — A második kérdés (A.2)

38. A második kérdést a nemzeti bíróság arra az esetre tette fel, ha az első kérdésre azt a választ kell adni, hogy az 1999/4 irányelv által szabályozott termékeket kizárólag az irányelvben előírt árumegnevezések alatt lehet forgalomba hozni. Tekintettel arra, hogy az első kérdésre nem ez a válasz, a második kérdésre nem kell válaszolni.

VI — Az egyéb előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre vonatkozó előzetes észrevételek

39. A nemzeti bíróság előzetes döntéshozatalra utaló végzéséből nyilvánvaló, hogy az élelmiszerek reklámozására vonatkozó nemzeti jog alkalmazása során a csomagoláson (címkén) szereplő közléseket reklámnak kell tekinteni. Ebből következik, hogy az előterjesztett kérdésekben nem tesznek különbséget egyrészt az élelmiszerek címkézésére vonatkozó nemzeti rendelkezések, másrészt az élelmiszerek reklámozására vonatkozó nemzeti rendelkezések között. Ebben a tekintetben utalni kívánok arra, hogy a 2000/13 irányelv különbséget tesz címkézés és reklám között⁹, és hogy az alkalmazandó jog e két vonatkozásban nem teljesen egyezik meg¹⁰.

40. Az élelmiszerek címkézése vonatkozásában a 2000/13 irányelv teljes harmonizációt ír elő. Ez azt jelenti, hogy ebben a tekintetben a nemzeti szabályokat kizárólag az irányelvre való tekintettel kell vizsgálni, vagy mint harmonizált intézkedéseket, amely esetben azt kell megvizsgálni, hogy megfelelően ültetik-e át az irányelv megfelelő rendelkezéseit, vagy pedig mint nem harmonizált rendelkezéseket, amely esetben azt kell megvizsgálni, hogy indokolhatóak-e a címkézési irányelv 18. cikkének (2) bekezdésében felsorolt okok valamelyike alapján. Amint

9 — A 2000/13 irányelv 1. cikke (3) bekezdésének a) pontja a „címkézés” fogalmát a következőképpen határozza meg: „bármilyen szöveg, tulajdonság, védjegy, márkanév, ábra és jelzés, amely egy élelmiszerre vonatkozik, és amelyet az élelmiszert kísérő vagy arra vonatkozó csomagoláson, dokumentumban, megjegyzésben, címkén, gyűrűn vagy galléron helyeznek el”. A „reklám” fogalmát ez az irányelv nem határozza meg.

10 — Ebben az összefüggésben lásd a C-241/89. sz. SARPP-ügyben 1990. december 12-én hozott ítélet (EBHT 1990, I-4695. o.) 15. és 16. pontját.

azt a Bíróság a SARPP-ügyben hozott ítéletében megállapította, a tagállamoknak az élelmiszerek címkézésére vonatkozó nemzeti szabályozás elfogadására meghagyott hatáskör határait az irányelv maga állapítja meg. Következésképpen az EK 28. és az EK 30. cikknek többé nincs szerepe az irányelv alkalmazási köre vonatkozásában¹¹.

reklámozására csak korlátozott mértékben vonatkozik, és hogy, amennyiben e szabályok nem az irányelv 2. cikkét hajtják végre, meg kell vizsgálni, hogy összeegyeztethetőek-e az EK 28. s az EK 30. cikkben rögzített elsődleges közösségi joggal.

41. Ezzel szemben a reklám tekintetében a 2000/13 irányelv csupán korlátozott mértékű harmonizációt valósít meg. Ez már az irányelv 1. cikkének (1) bekezdésében meghatározott hatályából is nyilvánvaló, amely szerint az irányelv az élelmiszerek címkézésére és „bizonyos ismérvekre” vonatkozik azok kiszerelése és reklámozása kapcsán. Hogy melyek ezek az ismérvek, az az irányelv 2. cikkének (3) bekezdéséből derül ki, amely megállapítja, hogy a 2. cikk (1) és (2) bekezdésében lefektetett félrevezető közlések tilalma kiterjed az élelmiszerek kiszerelésére és reklámozására is. Az irányelv semmilyen egyéb speciális szabályt nem tartalmaz az élelmiszerek kiszerelésére és reklámozására vonatkozó nemzeti rendelkezések harmonizálása tekintetében. Pontosabban, a Bíróság kifejezetten úgy ítélte meg SARPP-ügyben hozott ítéletében, hogy a 79/112 irányelv 15. cikkének (2) bekezdése (jelenleg a 2000/13 irányelv 18. cikkének (2) bekezdése) nem vonatkozik a reklámozásra¹². Ez azt jelenti, hogy a címkézési irányelv az élelmiszerek

42. Az írásbeli észrevételeket előterjesztő felek közül egyik sem utalt erre a különbségtételre. A meghallgatáson a Bizottság éppen ezzel ellentétben úgy érvelt, hogy mivel a 2000/13 irányelv teljes körű harmonizációt ír elő, egyaránt az irányelv alapján kell megítélni mind a címkézési, mind a reklámozási vonatkozást, és nem kell az utolsó, az EK 28. cikkre vonatkozó előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésre válaszolni. Evégett utalt a Bíróság Sterbenz és Haug ügyben hozott ítéletére¹³. Én azonban felhívom a figyelmet arra, hogy ez az ügy kizárólag egy, a címkézésre vonatkozó nemzeti szabályt érintett, és az említett megállapítások¹⁴ a 79/112 irányelv 15. cikkének (2) bekezdésére vonatkoztak, amely, mint azt fentebb állítottam, nem vonatkozik a reklámozásra.

43. Tekintettel arra, hogy a fent hivatkozott ítélkezési gyakorlat alapján az élelmiszerek címkézése és az élelmiszerek reklámozása különböző szabályozás tárgyát képezik, ezek

11 — Ebben az összefüggésben lásd a C-221/00. sz., Bizottság kontra Ausztria ügyre (EBHT 2003., I-1007. o.) és a C-421/00., C-426/00. és C-16/01. sz., Sterbenz és Haug egyesített ügyekre (EBHT 2003., I-1065. o.) vonatkozó, 2002. július 4-én ismertetett egyesített indítványaim 39. pontját.

12 — A fenti 10. lábjegyzetben hivatkozott ítélet 15. pontja.

13 — A fenti 11. lábjegyzetben hivatkozott ítéletek.

14 — A fenti 11. lábjegyzetben hivatkozott ítélet 24. és 31. pontja.

tekintetében a kérdéseket külön-külön kell megválaszolni, mivel az előbb említett szempontból nem releváns az EK 28. és az EK 30. cikk értelmezésére vonatkozó ötödik kérdés.

VII — A harmadik, negyedik és ötödik kérdés (B.1, B.2 és C kérdés)

Címkézés

44. A harmadik és a negyedik kérdés szorosan kapcsolódik egymáshoz, és ezért együttesen kell azokat megvizsgálni a címkézés szempontjából. Ezek a kérdések arra irányulnak, hogy összeegyeztethetők-e a 2000/13 irányelv 18. cikkével azok a nem harmonizált nemzeti rendelkezések, amelyek tiltják a termék címkéjén a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra vonatkozó hivatkozások elhelyezését.

45. A nemzeti bíróság úgy véli, hogy az érintett nemzeti rendelkezéseket a 18. cikk értelmében csakugyan nem harmonizált intézkedéseknek kell tekinteni. Így feltételezi azt, hogy a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra vonatkozó hivatkozások tilalma nem tartozik a 2000/13 irányelv 3. és 14. cikkei között szabályozott kérdések közé.

46. Úgy vélem, hogy ez a következtetés helyes. Ezt a Bíróságnak a Bizottság kontra Ausztria és a Sterbenz és Haug ügyekben hozott ítéletei is megerősítik, amelyekben úgy ítélte meg, hogy amíg a címkézési irányelv tilt minden, emberi betegségekre vonatkozó közlést függetlenül attól, hogy félrevezetheti-e a fogyasztót vagy sem, addig azon közlések, amelyek ugyan nem betegségekre, de az egészségre vonatkoznak, csak akkor tiltottak, ha félrevezetőnek bizonyulnak. Következésképpen megfelelnek a 2000/13 irányelvnek azok az élelmiszerek, amelyek címkézése az egészségre vonatkozó nem félrevezető közléseket tartalmaz, és a tagállamok nem tilthatják meg forgalomba hozatalukat azzal az indokkal, hogy e címkézés szabálytalan¹⁵.

47. Amint arra már a 40. pontban rámutattam, a 2000/13 irányelv szabályainak megfelelő élelmiszerek forgalmazását megtiltó nem harmonizált, címkézésre vonatkozó rendelkezéseket csak akkor lehet alkalmazni, ha azok az irányelv 18. cikkének (2) bekezdésében kimerítően felsorolt okok¹⁶ alapján indokoltak. Azonban, mivel a 18. cikk (2) bekezdését úgy lehet tekinteni, mint amely az élelmiszerek címkézése területén kivételeket határoz meg az EK 30. cikkben rögzített és az ítélezési gyakorlatban elismert szabad áru-

15 — A fenti 11. lábjegyzetben hivatkozott Bizottság kontra Ausztria ügyben hozott ítélet 35. és 37. pontja és a Sterbenz és Haug egyesített ügyekben hozott ítélet 28. és 30. pontja. A betegségekre vonatkozó állítások és az egészségre vonatkozó állítások közötti különbség további megvitatására lásd az ítéletekre vonatkozó indítványom 53. és 54. pontját.

16 — A fenti 10. lábjegyzetben hivatkozott SARPP-ítélet 14. pontja és a fenti 11. lábjegyzetben hivatkozott Bizottság kontra Ausztria ügyben hozott ítélet 38. pontja.

mozgás tekintetében, azt a Szerződésnek az áruk szabad mozgására vonatkozó rendelkezései és a kapcsolódó ítélkezési gyakorlat fényében kell értelmezni¹⁷. Következésképpen az érintett nem harmonizált nemzeti rendelkezéseket nem csupán indokolnia kell a 18. cikk (2) bekezdésében felsorolt okok közül egynek vagy többnek, hanem azoknak az érintett érdekek védelmére alkalmasnak kell lenniük, és az érintett áruk kereskedelmét nem akadályozhatják annál nagyobb mértékben, mint ami e cél eléréséhez szükséges¹⁸.

engedélyezte, a jelenleg érintett szabályok egyrésztől korlátozottabbak és specifikusabbak, másrésztől azonban tágabbak annyiban, amennyiben nem teszik lehetővé a tilalom visszavonását vagy az az alóli kivételt.

49. A nemzeti bíróság negyedik kérdéséből nyilvánvaló, hogy kizárólag a közegészség védelmét tekinti a kérdéses nemzeti rendelkezések indokának.

48. A kérdéses nemzeti szabályozás, amennyiben itt lényeges, a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra vagy véleményekre vonatkozó hivatkozásokat teljesen megtiltja az élelmiszerek reklámozása során (ideértve az ilyen közléseknek a csomagoláson való elhelyezését). Így két módon is eltér a Bíróság fent hivatkozott Bizottság kontra Ausztria és Sterbenz és Haug ügyekben hozott ítéleteiben több szempontból megvizsgált nemzeti szabályoktól. Amíg ezekben az ügyekben az élelmiszerek esetében az egészségre vonatkozó közléseket általánosságban tiltották, kivéve, ha az illetékes nemzeti hatóság azt előzetesen

50. A lényeges közlések élelmiszerek címkézésén vagy csomagolásán való feltüntetése tilalmának vizsgálata során először is emlékezni kell a címkézési irányelv alapját képező alapelve — azaz pozitívan kifejezve, a fogyasztót megfelelően tájékoztatni kell az élelmiszer különböző jellemzőiről, illetve negatívan kifejezve, a használt közlések nem eredményezhetik, hogy e jellemzők tekintetében félrevezessék őt —, amelynek célja a fogyasztó gazdasági és egészségügyi érdekeinek védelme.

51. Mivel ez az elv adott, a kérdés az, hogy a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra és igazolásokra való hivatkozások tilalma szükséges-e, tekintettel arra, hogy a nemzeti jogalkotó álláspontja szerint az ilyen hivatkozásokat

17 — Lásd többek között a C-315/92. sz., *Verband Sozialer Wettbewerb-ügyben* 1994. február 2-án hozott ítélet (EBHT 1994., I-317. o.) 12. pontját a kozmetikai termékekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló 1976. július 27-i 76/768/EGK irányelv tekintetében (HL I. 262., 169. o.; magyar nyelvű különkiadás 13. fejezet, 3. kötet, 285. o.).

18 — Lásd a fenti 11. lábjegyzetben hivatkozott Bizottság kontra Ausztria ügyben hozott ítélet 47. pontját. Lásd még a C-229/01. sz. *Müller-ügyben* 2003. március 13-án hozott ítélet (EBHT 2003., I-2587. o.) 31–34. pontját.

természetüknél fogva egyértelműen mindig félrevezetőnek kell tekinteni, és hogy az ilyen közlések által kísért termékek fogyasztása veszélyt jelenthet a közegészségre.

52. Számomra egyértelműnek tűnik, hogy az ilyen szigorú álláspont elfogadhatatlan. Végül is, ha valamely termékről ténylegesen és tudományosan is be lehet bizonyítani, hogy elősegíti a fogyást, nehéz fenntartani azt, hogy az erre a tulajdonságra való hivatkozás félrevezető. Éppen ellenkezőleg, ez a fogyasztó számára nagyon is lényeges információ, amely meggyőzheti arról, hogy megvegyen és elfogyasszon valamely terméket, vagy tartózkodjon ettől. Amint azt a FICS fenntartja, egészségügyi kockázatok is felmerülhetnek a fogyasztó számára, ha ezt az információt nem közlik, amennyiben annak súlycsökkentő hatásáról nem tudva túlzott mennyiségben fogyaszt valamely termékből.

53. Ez a megállapítás egyaránt igaz az orvosi ajánlásokra és igazolásokra. Nem szabad kizárni annak lehetőségét, hogy az ilyen közlések tudományosan megalapozottak, és hogy a fogyasztó számára lényeges információt hordoznak a vásárlás során, feltéve, hogy nem félrevezetők. Az ilyen állítások ráadásul kizárólag másodlagos jellegűek, és megerősítik a termék tulajdonságaival összefüggő megállapításokat, valamint nehezen látható be, hogy önmagukban miként jelenthetnének veszélyt az egészségre.

54. Emlékeztetni kell arra, hogy annak értékelése során, hogy a termékre vonatkozó információ félrevezető-e vagy sem, a Bíróság a megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő átlagfogyasztó feltehető elvárásait veszi alapul¹⁹. Ez feltételezi azt, hogy a fogyasztó, mielőtt (első alkalommal) megvásárolja a terméket, mindig figyelembe veszi a címkén szereplő információt, és azt is, hogy képes arra, hogy ennek az információnak az értékét mérlegelje. Számomra úgy tűnik, hogy a fogyasztót megfelelően védi az, ha megóvják a termékeken található félrevezető információtól, és nem szükséges olyan információtól oltalmazni, amelynek hasznát a termék megvásárlása és elfogyasztása tekintetében ő maga is képes értékelni.

55. A fent említett közlések teljes tilalma ebből következően nyilvánvalóan meghaladja célját abban a tekintetben, hogy olyan közléseket is érint, amelyekről nem állapították meg, hogy félrevezetők. Ebben a tekintetben az ilyen rendelkezés nem szükséges a közegészségügyi veszélyek megelőzéséhez²⁰.

56. Továbbá az ilyen tilalom aránytalan e céllal, mivel ez a kereskedelmet kevésbé korlátozó intézkedések útján is megvalósítható. Így például tiltani lehetne minden olyan

19 — Lásd a C-210/96. sz., Gut Springenheide és Tusky ügyben 1998. július 16-án hozott ítélet (EBHT 1998., I-4657. o.) 31. pontját és a C-220/98. sz., Estée Lauder-ügyben 2000. január 13-án hozott ítélet (EBHT 2000., I-117. o.) 27. pontját.

20 — Lásd a C-77/97. sz. Unilever-ügyben 1999. január 28-án hozott ítélet (EBHT 1999., I-431. o.) 33. pontját.

közlést, amely megtévesztheti a fogyasztót a termék fogyasztó hatása tekintetében, valamint az orvosi ajánlásokra és igazolásokra vonatkozó félrevezető hivatkozásokat²¹. Az ilyen típusú intézkedések lehetővé teszik a nemzeti hatóságok számára, hogy egyedi esetekben fellépjenek a jogsértés ellen, amelyekben a felhasznált közlések ténylegesen veszélyt jelenthetnek a közegészségre, anélkül hogy megakadályoznák olyan termékek forgalomba hozatalát, amelyek nem jelentenek ilyen veszélyt. Ez a megközelítés nem zárja ki, hogy a fogyasztó hatásra vonatkozó félrevezető információval címkézett termékeket (időlegesen) forgalomba hozzanak. Mindazonáltal valószínűtlen, hogy az állított fogyasztó hatást ki nem váltó termék fogyasztása veszélyes lehet az egészségre.

említett meghatározásával. Amennyiben szükséges a túlzott fogyás leküzdése, megfelelőbbnek tűnik, ha magával a jelenséggel szemben lépünk fel. A jogszerűen fogyasztó hatású termékként kiszerelt termékek tiltása nem megfelelő eszköz e cél elérésére, és az ilyen termékek kereskedelmét nagyobb mértékben korlátozza, mint amennyiben az a cél érdekében szükséges. Továbbá, ha a Douwe Egberts érvelését követnénk, a végeredmény az lehetne, hogy az élelmiszerek teljes reklámozásának általános tiltása is indokolt lehet annak alapján, hogy leküzdjük az elhízást.

57. A Douwe Egberts szintén fenntartotta, hogy a fogyásra vonatkozó hivatkozások tilalma az anorexia megelőzését szolgálja. Fenntartja, hogy az orvosi ajánlásokra vonatkozó hivatkozások tilalmát az az elképzelés ösztönözte, hogy ezekből azt vezethető le, hogy az érintett terméknek gyógyászati tulajdonságai vannak, holott nincsenek. Úgy tűnik, hogy ezek a feltételezések egy olyan fogyasztó fogalmán alapulnak, aki kritikátlan, és nem képes a maga érdekében döntéseket hozni, ami ellentétben áll a fogyasztónak a Bíróság által alapul vett, az 54. pontban

58. A fentiekre való tekintettel a harmadik és negyedik kérdésre azt a választ kell adni, hogy az olyan nem harmonizált nemzeti rendelkezés, amely a 2000/13 irányelv 18. cikkének (1) bekezdésében meghatározott termékek címkézését szabályozza, és megtilt bizonyos közléseket, mint például a „fogyásra” és az „orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra” vonatkozó hivatkozásokat, nem indokolható a 2000/13 irányelv 18. cikkének (2) bekezdése alapján.

Reklámozás

59. Mielőtt választ adnánk a harmadik, negyedik és ötödik kérdésre, amelyek a

21 — A fenti 20. lábjegyzetben hivatkozott Unilever-ügyben hozott ítélet 35. pontja.

fogyásra és az orvosi ajánlásokra és igazolásokra vonatkozó hivatkozásokat a reklámozásban tiltó nemzeti rendelkezések összeegyeztethetőségére vonatkoznak, meg kell vizsgálni a címkézési irányelv vonatkozó szabályait.

hogy az alapeljárás valamennyi lényeges ténye Belgiumban koncentrálódik, hiányzik az EK 28. és az EK 30. cikk alkalmazásához szükséges külső elem. A kérdés másképpen az, hogy ez kizárólag belső helyzet-e, amelyre e rendelkezések nem alkalmazhatók.

60. A 41. pontban már utaltam a 2000/13 irányelv által a reklámozás tekintetében megvalósított korlátozott mértékű harmonizációra. Amint az nyilvánvaló a 2000/13 irányelv preambulumbekzdéseiből²², az érintett rendelkezések kiegészítő jellegűek, mivel céljuk a félrevezető kijelentések tilalmának hatékony alkalmazása a címkézés terén.

61. A kérdéses nemzeti intézkedések azonban messzebb mennek, mint a címkézési irányelv rendelkezései, mivel tiltanak bizonyos reklámokat attól függetlenül, hogy azok félrevezetők-e vagy sem. Az irányelv alapján lefektetett szabályozás alapján tehát az EK 28. és az EK 30. cikkel való összeegyeztethetőségük szempontjából kell ezeket megvizsgálni.

62. Mielőtt belekezdenék e vizsgálatba, emlékeztetni kell a Douwe Egberts azon állítására, amely szerint annak köszönhetően,

63. Igaz, hogy a tényeket tekintve az alapeljárás kizárólag Belgiumot érinti. Ugyanakkor a kérdéses rendelkezést meg lehet vizsgálni a Szerződésnek az áruk szabad mozgására vonatkozó rendelkezéseivel való összeegyeztethetősége szempontjából is. A Bíróság számos alkalommal megállapította, hogy az EK 28. cikk alkalmazásától nem lehet eltekinteni egyszerűen azért, mert a nemzeti bíróság előtt folyamatban lévő egyedi ügy tényei egyetlen tagállamra korlátozódnak. Ez volt a Bíróság döntése nem csak „tisztán belső” vitákban, amelyekben nyilvánvaló a hátrányosan megkülönböztető intézkedés fennállása²³, de olyan esetekben is, ahol a kérdéses intézkedés megkülönböztetés nélkül vonatkozott a nemzeti és a behozott termékekre egyaránt²⁴.

64. Az alapeljárásban érintett nemzeti szabályok teljesen tiltják a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra és igazolásokra vonatkozó hivat-

22 — Lásd a (14) preambulumbekzdést.

23 — A C-321/94., C-322/94., C-323/94. és C-324/94. sz., Pistre és társai egyesített ügyekben 1997. május 7-én hozott ítélet (EBHT 1997., I-2343. o.) 44. és 45. pontja.

24 — A C-184/96. sz., Bizottság kontra Franciaország ügyben 1998. október 22-én hozott ítélet (EBHT 1998., I-6197. o.) 17. pontja és a C-448/98. sz. Guimont-ügyben 2000. december 5-én hozott ítélet (EBHT 2000., I-10663. o.) 19–22. pontja.

kozások használatát az élelmiszerek reklámozásában. Az ilyen tilalom természeténél fogva nagy horderejű következményekkel jár az olyan termékek számára, amelyeket fogyasztó hatású termékként hoznak forgalomba. Végeredményben a fogyasztók számára az érintett termékekre vonatkozó ajánlat lényeges tartalmának visszatartását eredményezi, különösen az olyan fogyasztók esetében, akiknek szükséges az ilyen termékek használata. Másképpen, súlyosan korlátozza az ilyen termékek gyártói számára azt az önmagában jogszerű lehetőséget, hogy elérjék célcsoportjukat. Továbbá ezek gyakran új termékek, amelyeket a fogyasztók még nem ismernek jól. Amíg az ilyen termékeket más tagállamban jogszerűen állítják elő és hozzák forgalomba, súlyosan akadályozza a belga piacra jutást a termékek különleges és megkülönböztető jellemzőire való utalás tilalma. Ilyen körülmények között véleményem szerint a kérdéses nemzeti rendelkezés a közösségen belüli kereskedelem közvetlen és valós akadályát képezi, és így nem mentesülhet az áruk szabad mozgását szabályozó szerződéses rendelkezésekkel való összeegyeztethetőség vizsgálata alól csak azért, mert (történetesen) az e rendelkezésekkel való összeegyeztethetősége olyan jogvitában merült fel, amelyet tisztán belső jellegűnek kell tekinteni.

abból a tényből adódóan, hogy a behozott termékek forgalmazásának lehetőségeit érinti²⁵. Ez az ügy olyan nemzeti rendelkezést érintett, amely bizonyos alkoholtartalmú italok reklámozásának tilalmát állapította meg. Ebben az esetben a Bíróság arra a következtetésre jutott, hogy a rendelkezés nem volt összeegyeztethető az EKG-Szerződés 30. cikkével, mivel elsősorban behozott italokat érintett, és nem volt indokolható az EKG-Szerződés 36. cikke alapján. Az egyéb reklámozásra vonatkozó nemzeti rendelkezések, amelyet a valamivel korábbi ítélezési gyakorlatban vizsgáltak az EKG-Szerződés 30. cikkével való összeegyeztethetőség szempontjából, a bizonyos információt tartalmazó reklám-szórólapok terjesztését²⁶, valamint (ismét) alkoholtartalmú italok bizonyos helyeken való reklámozásának tilalmát érintették²⁷. A Bíróság ebben a két esetben is megállapította, hogy a kérdéses intézkedések hátrányos hatással lehetnek a kereskedelemre, habár bizonyos körülmények fennállása esetén indokoltak lehetnek.

66. A Bíróság továbbfejlesztette a reklámozásra vonatkozó nemzeti rendelkezéseknek

65. A reklámozásra vonatkozó nemzeti szabályoknak a Szerződés áruk szabad mozgására vonatkozó rendelkezéseivel való összeegyeztethetősége a Bíróság különböző ítéleteinek tárgyát képezte. A Bíróság már 1980-ban úgy határozott, hogy egyes termékek reklámozási lehetőségeinek korlátozása csökkentheti a behozatal mennyiségét akkor is, ha nem közvetlenül a behozatalt szabályozza,

25 – A 152/78. sz., Bizottság kontra Franciaország ügyben 1980. július 10-én hozott ítélet (EBHT 1980., 2299. o.) 11. pontja. Ezt a megfontolást erősíti a 286/81. sz., Oosthoek Uitgeversmaatschappij-ügyben 1982. december 15-én hozott ítélet (EBHT 1982., 4575. o.) 15. pontja, a C-362/88. sz., GB-Inno-BM-ügyben 1990. március 7-én hozott ítélet (EBHT 1990., I-667. o.) 7. pontja és a C-1/90. és C-176/90. sz., Aragonese de Publicidad Exterior és Publivia egyesített ügyekben 1991. július 25-én hozott ítélet (EBHT 1991., I-4151. o.) 10. pontja.

26 – A fenti 25. lábjegyzetben hivatkozott GB-Inno-BM-ügyben hozott ítélet.

27 – A fenti 25. lábjegyzetben hivatkozott Aragonese de Publicidad Exterior és Publivia egyesített ügyekben hozott ítélet.

az EK 28. cikkel való összeegyeztethetőségére vonatkozó ítélkezési gyakorlatát a Keck és Mithouard ügyben hozott ítéletet²⁸ követően, amelyben arra a tényre reagált, hogy a kereskedők egyre növekvő számban hivatkoztak az EK 28. cikkre a forgalomba hozatal területén a tevékenységük bizonyos vonatkozásait szabályozó különféle rendelkezések megtámadása során. E folyamat megfékezése érdekében a Bíróság módosította a mindaddig elfogadott értelmezést, amely szerint minden olyan kereskedelmi szabályt, amely közvetlenül vagy közvetve, ténylegesen vagy potenciálisan akadályozhatja a Közösségen belüli kereskedelmet, mennyiségi korlátozásokkal azonos hatású intézkedésnek kell tekinteni az EK 28. cikk alapján²⁹. Ennek érdekében kizárta e fogalom köréből az értékesítés egyes módjait korlátozó vagy tiltó nemzeti jogszabályok más tagállamokból származó termékekre történő alkalmazását, amennyiben ezek minden olyan érintett gazdasági szereplőre vonatkoznak, aki az adott állam területén tevékenykedik, és amennyiben mind jogilag, mind ténylegesen egyaránt vonatkoznak a nemzeti termékek és a más tagállamokból származó termékek forgalmazására³⁰. Azok a nemzeti rendelkezések, amelyek megfelelnek ennek a meghatározásnak, természetüknél fogva nem tartoznak az EK 28. cikk hatálya alá, mivel azokat semlegesnek kell tekinteni a tagállamok közötti kereskedelem vonatkozásában. Amint azt a Bíróság kijelentette, „amennyiben e feltételek teljesülnek, az ilyen típusú szabályozás alkalmazása a más tagállamból származó, az ezen állam által meghatározott követelményeknek megfelelő termékek értékesítésére nem akadályozza meg vagy korlátozza jobban ezek piacra jutását, mint a

nemzeti termékek esetében. Az ilyen szabályozás tehát nem tartozik a Szerződés 30. cikkének alkalmazási körébe”³¹.

67. A reklámozásra vonatkozó nemzeti rendelkezéseket is ilyen, a Keck és Mithouard egyesített ügyekben hozott ítélet szerinti értékesítési szabályozásnak kell tekinteni. Ebben a vonatkozásban két példa a Hünermund és társai ügy³², amely a gyógyszerészek számára előírt gyógyhatású készítmények gyógyszerháron kívüli reklámozásának tilalmát érintette, és a Leclerc-Siplec-ügy³³, amelynek tárgya televíziós reklámozásnak a forgalmazási ágazat számára előírt tilalma volt. Ezeket a szabályokat tehát nem kell az EK 28. cikkel való összeegyeztethetőség szempontjából megvizsgálni. Ezzel szemben két másik esetben, a De Agostini és TV-Shop³⁴ és a Gourmet International Products-ügyben hozott ítéletekben³⁵ a Bíróság nem elégedett meg azzal, hogy megvizsgálja, értékesítési szabályozásnak minősül-e a 12 év alatti gyerekeknek címzett televíziós reklám teljes tilalma, illetve az alkoholtartalmú italok folyóiratokban való reklámozásának tilalmát előíró nemzeti rendelkezés, hanem vizsgálta a Keck és Mithouard ítéletben kifejtett második feltétel megvalósulását is, és megállapította, hogy a valamely tagállamban jogszerűen forgalmazott termék

28 — A C-267/91. és a C-268/91. sz. Keck és Mithouard egyesített ügyekben 1993. november 24-én hozott ítélet (EBHT 1993., I-6097. o.).

29 — A 8/74. sz. Dassonville-ügyben 1974. július 11-én hozott ítélet (EBHT 1974., 837. o.) 5. pontja.

30 — A fenti 28. pontban hivatkozott Keck és Mithouard egyesített ügyekben hozott ítélet 16. pontja.

31 — Az ítélet 17. pontja.

32 — A C-292/92. sz. ügyben 1993. december 15-én hozott ítélet (EBHT 1993., I-6787. o.) 19. pontja.

33 — A C-412/93. sz. ügyben 1995. február 9-én hozott ítélet (EBHT 1995., I-179. o.) 22. pontja.

34 — A C-34/95., C-35/95. és C-36/95. sz. egyesített ügyekben 1997. július 9-én hozott ítélet (EBHT 1997., I-3843. o.).

35 — A C-405/98. sz. ügyben 2001. március 8-án hozott ítélet (EBHT 2001., I-1795. o.).

vonatkozásában a reklámozás egy típusára vonatkozó teljes tilalom a más tagállamokból származó termékekre nagyobb hatással lehet³⁶.

68. A Hünermund és társai és Leclerc-Siplec ügyekben a reklámozásra vonatkozó tilalmak hatálya korlátozott volt. Az előbbi esetben a tilalom hatása az ágazattól idegen termékek gyógyszerárakon kívül történő reklámjára korlátozódott. A második esetben a szóban forgó tilalom a televízió mint médium használatát érintette a kereskedelem egy bizonyos fázisában, a forgalmazás során. Ezeknek a rendelkezéseknek az értékelése során a Bíróság jelentőséget tulajdonított annak a ténynek, hogy nem érintették más kereskedők azon lehetőségeit, hogy az érintett termékeket más módon reklámozzák. Más szavakkal, érintetlen maradt a szerep, amelyet a reklámozás töltött be a termékek piaca jutása tekintetében.

69. A De Agostini és TV-Shop és a Gourmet International Products-ügyekben a helyzet eltérő volt. A De Agostini és TV-Shop egyesített ügyekben a Bíróság hangsúlyozta, hogy a gyártó számára kizárólag a televízióban történő hirdetés volt az egyetlen hatékony módja annak, hogy betörhessen a svéd piacra, mivel más reklámozási módja nem volt a gyerekekből és azok szüleiből álló

célcsoport elérésére³⁷. Ez nyilvánvalóan lényeges körülmény volt, habár a nemzeti bíróság feladata maradt annak megítélése, hogy valóban ez volt-e a helyzet. A Gourmet International Products-ügyben hasonló helyzet állt fenn. A Bíróság úgy vélte, hogy az alkoholtartalmú italok bármilyen reklámozásának tilalma a más tagállamból származó termékek számára nagyobb mértékben akadályozta a piacra jutást, mint a hazai termékek esetében, amelyeket a fogyasztó egyébként is jobban ismert.

70. Az utóbbi két ügyben alkalmazott megközelítéssel a Bíróság elismeri a reklámnak a kereskedelemben és általánosabb szempontból a piaca jutás terén betöltött szerepét. A belső piac szempontjából ez a szerep nem korlátozódik csupán a fogyasztó tájékoztatására és ez alapján ügyféllé tételére. Ez úgyszintén eszköz a gyártók számára ahhoz, hogy más piacokra belépjenek, és bemutassanak a fogyasztóknak olyan termékeket, amelyeket azok még nem ismernek, vagy amelyeket előnyben részesíthetnek az általuk ismert termékekkel szemben. A reklám elősegítheti a piac átláthatóságát, ösztönözheti a piac működését, és leküzdheti annak stagnálását. A reklám általános tilalma, bizonyos termékek reklámozásának tilalma vagy valamely termék megkülönböztető jellemzői reklámozásának tilalma természetük-

36 — A fenti 34. lábjegyzetben hivatkozott De Agostini és TV-Shop egyesített ügyekben hozott ítélet 42. pontja és a fenti 35. lábjegyzetben hivatkozott Gourmet International Products-ügyben hozott ítélet 19. pontja.

37 — Lásd a fenti 34. lábjegyzetben hivatkozott ítélet 43. pontját.

nél fogva szükségszerűen hatással vannak az általuk érintett termékek kereskedelmére. Ezért nem lehet azt állítani, hogy az ilyen rendelkezések eleve semlegesek a tagállamok közötti kereskedelem vonatkozásában³⁸.

bevezetését a piacra. Az a döntő, hogy megakadályozzák a más tagállamból származó terméket a piacra jutásban. Ebben a helyzetben az EK 28. és az EK 30. cikkel való összeegyeztethetőséget nyilvánvalóan részletesen meg kell vizsgálni.

71. A két csoportba tartozó ítéletek közötti ellentét megmutatja, hogyan kell érteni a behozatalra vonatkozó mennyiségi korlátozással azonos hatású intézkedés azáltal pontosított meghatározását, hogy a Keck és Mithouard egyesített ügyekben hozott ítélet bevezette az értékesítési szabályozás fogalmát. Ha az adott piacra való belépés egyetlen hatékony módja valóban a reklámozás valamely formája, vagy a nemzeti piacon kialakult fogyasztói szokások vannak jelen, a reklámozás tilalma mindig súlyosan fogja akadályozni a más tagállamokból származó termékek piacra jutását. Véleményem szerint ez a más tagállamban jogszerűen gyártott és forgalomba hozott termék reklámozásának tilalmára is igaz. Az ilyen termékek népszerűsítése elengedhetetlen ahhoz, hogy piaci pozíciót szerezzenek. Ezen az a tény sem változtat, hogy az ilyen tilalom ugyanúgy akadályozza az érintett tagállamban gyártott és forgalomba hozott hasonló új termékek

72. Ráadásul a nemzeti rendelkezések értékesítési szabályozásként való meghatározása azt eredményezi, hogy azok kikerülnek az EK 28. cikk hatálya alól, és így a közösségi jog alapján történő bírósági ellenőrzés lehetősége alól. Ezért az értékesítési szabályozásként való minősítést olyan rendelkezések számára kell fenntartani, amelyek a termékek forgalomba hozatalának általános feltételeit rendezik, és korlátozzák a gazdasági szereplők kereskedelmi szabadságát³⁹. Nem vonatkozik az olyan szabályozásra, amely a termékek tulajdonságait érinti, vagy korlátozza a bizonyos tulajdonságokkal rendelkező termékek forgalmazását.

73. A reklámozás szempontjából röviden különbséget kell tenni az általam a 70. pontban említett teljes tilalmat tartalmazó szabályozás és a reklámozási üzenetek szigorú értelemben vett feltételeiről rendelkező szabályozás között. Ez utóbbira példa a környezetet elcsúfító reklám tilalma, a középületekben történő reklámozás tilalma és bizonyos termékek meghatározott eseményeken való reklámozásának tilalma. Nyilvánvaló, hogy az ilyen szabályozás nem teljesen és általánosságban tiltja a reklámot

38 — Ebben az összefüggésben lásd Jacobs főtanácsnoknak a fenti 33. lábjegyzetben hivatkozott Leclerc-Siplec ügyre vonatkozó indítványa 20. és 21. pontját.

39 — A C-391/92. sz., Biztonság kontra Görögország ügyben 1995. június 29-én hozott ítélet (EBHT 1995., I-1621. o.) 15. pontja.

a termékek forgalmazása során, hanem csupán jól meghatározható okokból feltételekhez köti azt, továbbá nem akadályozza semmilyen más módon a piacra jutást vagy a kereskedelmi forgalmazást. Nem irányul a piacra jutás korlátozására és kevésbé szoros kapcsolatban áll önmagával a forgalmazással.

76. A kérdéses nemzeti rendelkezés az érintett termék származásától függetlenül alkalmazandó a reklámműzenetekre. Következésképpen a fogyasztók védelmének jelentősége éppúgy indokolhatja, mint a közegészség védelmének fontossága, amelyre a kérdést előterjesztő bíróság utalt.

74. Ezek a megfontolások arra a következtetésre vezetnek engem, hogy a reklámozás során a fogyasztó és az orvosi ajánlásokra és igazolásokra vonatkozó hivatkozások teljes tilalmát nem lehet a Keck és Mithouard egyesített ügyekben hozott ítélet értelmében értékesítési szabályozásnak tekinteni, és az EK 28., valamint az EK 30. cikkel való összeegyeztethetőséget részletesen meg kell vizsgálni.

77. Tekintettel a fogyasztó hatásúként kiszemelt termékekkel kapcsolatban esetlegesen felmerülő félreértésekre, és az ilyen termék nem megfelelő használata esetén esetlegesen felmerülő egészségügyi kockázatokra, kétségtelenül indokolható az ilyen termékek forgalmazására úgy, mint a reklámozásuk módjára vonatkozó szabályozás elfogadása.

75. Tekintettel az általam a fenti 64. pontban már megállapított tényre, hogy az ilyen tilalom tényleges hatással lehet a fogyasztó elősegíthető termékek behozatalára, meg kell vizsgálni, hogy a tilalom indokolható-e az EK 30. cikkben vagy az ítélezési gyakorlatban elismert közérdek alapján. A Bíróság állandó ítélezési gyakorlatával összhangban azt is szükséges igazolni, hogy ez az intézkedés szükséges az adott cél eléréséhez, arra alkalmas, és nem akadályozza a kereskedelmet a szükségesnél nagyobb mértékben.

78. Az ilyen szabályozásnak teljesítenie kell a szükségesség, megfelelés és arányosság követelményeit. Amint arra a fentiekben a címkézésre vonatkozó nemzeti rendelkezésekkel összefüggésben rámutattam, a fogyasztó gazdasági és egészségügyi értelemben egyaránt érdekelt abban, hogy az általa megvásárolni kívánt termékek tulajdonságairól megfelelően tájékoztassák. A címkén szereplő és a reklámműzenetekben megjelenő közlések a fogyasztó tájékoztatásában hasonló szerepet töltenek be. Különböznek abban, hogy a reklámozás a fogyasztó figyel-

mét olyan termékekre hívhatja fel, amelyekkel egyébként nem kerülne kapcsolatba. A reklámüzenetek általában elkülönülnek az érintett terméktől, a címkézés esetében az információ a terméken kerül elhelyezésre.

hivatkozásokat tiltó nemzeti rendelkezés összeegyeztethetetlen az EK 28. és az EK 30. cikkel.

79. Ez a különbség azonban nem vezet a címkézésre és a reklámozásra vonatkozó nemzeti rendelkezések eltérő értékeléséhez. A fogyasztó mindkét esetben érdekelt abban, hogy ne tévesszék meg. Ameddig az érintett információ helyes, feltételezni kell, hogy a megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő átlagfogyasztó⁴⁰ képes lesz arra, hogy gazdasági és egészségügyi érdekeinek sérelme nélkül véleményt formáljon a reklámozott termékekről. Az érintett információ megszerzésére vonatkozó teljes tilalom tehát meghaladja az ezen érdekek védelméhez szükséges mértéket. Sőt, ezeket az érdekeket sértheti az, ha a fogyasztást elősegítő termék tulajdonságairól nem nyújtanak tájékoztatást.

80. Így arra a következtetésre jutok, hogy a fogyasztásra és az orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra vagy véleményekre, illetve jóváhagyó nyilatkozatokra vonatkozó

81. Végezetül, a fenti álláspont következményeit kell megfontolni az érintett rendelkezés vonatkozásában. Amint azt a Bíróság számos alkalommal megállapította, az EK 28. és az EK 30. cikkel összeegyeztethetetlen szabályokat a behozott termékekre nem lehet alkalmazni⁴¹. Mindazonáltal a Bíróság a SARPP-ügyben hozott ítéletben megállapította, hogy amennyiben a reklámra vonatkozó szabályozás ellentétes a Szerződés 30. és 36. cikkével, annak alkalmazása kizárólag a behozott termékek vonatkozásában tilos, a nemzeti termékek tekintetében azonban nem⁴². Már utaltam a címkézés és a reklámozás közötti szoros kapcsolatra, és arra a tényre, hogy a 2000/13 irányelv úgy rendelkezik, hogy egyes szabályok a reklámozásra is vonatkoznak annak érdekében, hogy megakadályozzák a címkézésre vonatkozó szabályok megkerülését reklámüzenetek által. Mivel most arra a következtetésre jutottam, hogy az élelmiszerek címkézése során használt közlések tilalma nem összeegyeztethető a címkézési irányelvvel, a nemzeti bíróság feladata meghatározni, hogy a kérdéses szabályozást a továbbiakban milyen mértékben lehet alkalmazni azon ugyanilyen reklámüzenetek esetében, amelyeket a hazai termékek vonatkozásában használnak.

⁴⁰ — Lásd a fenti 19. lábjegyzetben hivatkozott ítélkezési gyakorlatot.

⁴¹ — A fenti 10. lábjegyzetben hivatkozott SARPP-ügyben hozott ítélet 16. pontja és a fenti 24. lábjegyzetben hivatkozott Guilmont-ügyben hozott ítélet 35. pontja.

⁴² — A fenti 10. lábjegyzetben hivatkozott SARPP-ügyben hozott ítélet 16. pontja.

VIII — Véggövetkeztetések

82. A fentiekre való tekintettel azt javaslom, hogy a Bíróság a Rechtbank van Koophandel te Hasselt elnöke által előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekre a következő választ adja:

- „1) A kávé- és cikóriakivonatokról szóló, 1999. február 22-i 1999/4/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 2. cikkét úgy kell értelmezni, hogy az ezen irányelv mellékletében említett árumegnevezéseket kizárólag az ebben a mellékletben említett termékek forgalomba hozatala során lehet használni, és következésképpen nem kizárt az árumegnevezés mellett más megnevezések (például kereskedelmi név és fantázianév) használata, feltéve, hogy azokat nem lehet összetéveszteni az előírt árumegnevezéssel.
- 2) Az élelmiszerek címkézésére, kiszerelésére és reklámozására vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2000. március 20-i 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 18. cikke kizárja az olyan nem harmonizált nemzeti rendelkezések alkalmazását, amelyek tiltanak bizonyos közléseket, mint például a »fogyásra« és az »orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra« vonatkozó hivatkozásokat az élelmiszerek címkézése és/vagy kiszerelése és/vagy reklámozása során.
- 3) Az EK 28. és az EK 30. cikk kizárja az olyan nem harmonizált nemzeti rendelkezések alkalmazását, amelyek a más tagállamokból behozott élelmiszerek

reklámozása során megtiltják a »fogyásra« és az »orvosi ajánlásokra, igazolásokra, nyilatkozatokra, véleményekre vagy jóváhagyó nyilatkozatokra« vonatkozó hivatkozásokat a más tagállamokból behozott élelmiszerek címkézése és/vagy kiszerelése és/vagy reklámozása során. Tekintettel a címkézésre és a reklámozásra vonatkozó szabályok közötti kapcsolatra, a nemzeti bíróság feladata meghatározni azt, hogy a reklámozásra irányadó szabályokat milyen mértékben lehet alkalmazni a belföldi termékekre vonatkozó ugyanilyen közlésekre.”