

KOHTUJURISTI ETTEPANEK

L. A. GEELHOED

esitatud 11. detsembril 2003¹

I — Sissejuhatus

II — Õiguslik raamistik

A — Ühenduse õigus

1. Käesolev kohtuasi puudutab ühenduse õigusnormide tõlgendamist toiduainete, eelkõige kohvi märgistamise ja reklaami valdkonnas. Esiteks on küsimus selles, kas ühenduse õigusnorm, mis kohustab teatud kohvitoodete puhul kasutama ettekirjutatud müüginimetusi, välistab nende kasutamisega ka väljamõeldud nimetuse kasutamise. Samas tõusetub küsimus, kas siseriiklik õigusnorm, millega keelatakse toiduainete märgistamisel ja reklaamimisel viited „sale-nemisele” ja „arstlikule soovitusel” on kooskõlas ühenduse esmase ja teisese õigusega.

2. EÜ artikli 28 kohaselt on liikmesriikidevahelised ekspordipiirangud ja kõik samaväärse toimega meetmed keelatud.

3. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. veebruari 1999. aasta direktiiv 1999/4/EÜ kohvi- ja siguriekstraktide kohta² (edaspidi „direktiiv 1999/4” või „kohvidirektiiv”) kehtestab nende toodete märgistamise ja nimetamise korra.

1 — Algkeel: hollandi.

2 — EÜT L 66, lk 26.

4. Direktiivi 1999/4 artikkel 2 sätestab:

„Direktiivi 79/112/EMÜ kohaldatakse lisas määratletud toodete suhtes järgmistel tingimustel:

- a) lisas loetletud tootenimetusi kohaldatakse ainult seal loetletud toodete suhtes ja neid tuleb kasutada kaubanduses nende toodete määratlemiseks. Neid nimetusi täiendatakse vajaduse korral sõnadega:

— „pasta” või „pastataoline” või

— „vedelik” või „vedelal kujul”.

— [...]”.

5. Direktiivi 1999/4 artikli 3 kohaselt ei võta liikmesriigid lisas määratletud toodete kohta vastu siseriiklikke sätteid, mida ei ole ette nähtud selle direktiiviga.

6. Direktiivi 1999/4 lisas määratletakse kohviekstrakt, lahustuv kohviekstrakt, lahustuv kohv või kiirkohv järgmiselt:

„[...] Ekstraheerimise teel röstitud kohviubadest saadud kontsentreeritud toode, mille puhul kasutatakse ekstraheerimisvahendina ainult vett ja välistatakse igasugune happe või aluse lisamist eeldav hüdrolüüs. Peale lahustumatute ainete, mida tehniliselt ei ole võimalik eemaldada, ja kohvist pärinevate lahustumatute õlide tohib kohviekstrakt sisaldada ainult kohvi lahustuvaid ja aromaatseid koostisosi.

[...]

Tahke või pastataoline kohviekstrakt ei tohi sisaldada aineid, mis ei pärine kohvi ekstraheerimisest.

[...]”

7. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. märtsi 2000. aasta direktiiv 2000/13/EÜ toidu märgistamist, esitlemist ja reklaami käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta³ (edaspidi „direktiiv 2000/13” või

3 — EÜT L 109, lk 29.

”märgistamisdirektiiv”) on mitmeid kordi muudetud samanimelise direktiivi 79/112/EMÜ, millele viidatakse ka direktiivi 1999/4 artiklis 2, kodifitseeritud versioon.

iii) andes mõista, et toit on eriomadustega, kui selliste omadustega on tegelikult kõik samalaadsed toidud;

8. Direktiivi 2000/13 artikli 2 lõige 1 sätestab toiduainete märgistuse osas:

b) omistada toidule inimeste haigusi ärahoidvaid, ravivaid või leevendavaid omadusi või sellistele omadustele viidata, kui loodusliku mineraalvee ja eritoidu suhtes kohaldatavates ühenduse sätetes ei nähta ette teisiti.”

„Märgistus ja selle meetodid ei tohi:

9. Direktiivi 2000/13 artikli 3 lõige 1 sätestab:

a) olla ostjat olulisel määral eksitavad, eelkõige:

„Toidu märgistamisel artiklite 4–17 kohaselt, kui nendes sisalduvate erandite alusel ei ole sätestatud teisiti, on kohustuslik esitada ainult järgmised üksikasjalikud andmed:

i) seoses toidu selliste iseloomulike tunnustega nagu toidu olemus, määratletus, omadused, koostis, kogus, säilivus, päritolu- ja lähteriik, valmistus- või tootmismeetod;

1. nimetus, mille all toodet müüakse,

ii) omistades toidule mõju või omadusi, mida toidul ei ole;

[...]”.

10. Direktiivi 2000/13 artikli 5 lõike 1 esimene lause ja lõige 2 sätestavad:

ettenähtud eeskirjade kohaselt, ühtlustamata siseriiklike normide kohaldamise teel, millega reguleeritakse märgistamist ja esitlemist teatavate toitude või toidu puhul üldiselt.

„1. Nimetus, mille all toitu müüakse, on kõnealuse toidu suhtes kohaldatavates ühenduse sätetes ettenähtud nimetus.

2. Lõiget 1 ei kohaldata ühtlustamata siseriiklike normide suhtes, mille kohaldamist õigustavad:

[...]

2. Nimetust, mille all toodet müüakse, ei tohi asendada kaubamärgi, margitoote nime või väljamõeldud nimetusega.

— rahvatervise kaitse,

[...]”

— pettuse ärahoidmine tingimusel, et kõnealused normid ei takista käesolevas direktiivis ettenähtud mõistete ja eeskirjade rakendamist,

11. Direktiivi 2000/13 artiklis 18 sätestatakse seoses toiduainete märgistamise ja esitlemisega ühtlustamata siseriiklike normide osas, et:

— tööstus- ja kaubandusomandi õiguste kaitse, päritolumärgistuse ja registreeritud päritolunimetuste kaitse ja ebaausa konkurentsi vältimine.”

„1. Liikmesriigid ei või takistada toiduga kauplemist, mis toimub käesolevas direktiivis

B — Siseriiklik õigus

„Toidu reklaamides on keelatud kasutada

12. Kohvi müüginimetused tulenevad Belgia õiguse järgi Koninklijk besluit betreffende koffie en koffiesurrogaten'ist (kuninga 5. märtsi 1987. aasta dekreet, milles käsitletakse kohvi ja kohviasendajaid, edaspidi „kohvidekreet“). [...]

3° viiteid salenemisele;

13. Kohvidekreedi artiklis 1 määratletakse toode „kohv“ kui:

[...]

„[...] nõuetekohaselt puhastatud ja röstitud kohvipõõsaste uba (*Coffea* perekonda kuuluv sort)“.

7° viiteid arstlikule soovitusel, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule, välja arvatud selgitust, et toitu ei või tarbida arsti ettekirjutuse vastaselt; [...]”.

14. Kohvidekreedi artikli 3 lõige 1 sätestab:

„Artiklis 1 ettenähtud toiduainete turuletoomisel võib ja peab kasutama ainult nimetusi, mis vastavad selles artiklis esitatud määratlusele.”

III — Asjaolud ja menetlus

15. 17. aprilli 1980. aasta Koninklijk Besluit betreffende de reclame voor voedingsmidde-len'i (kuninga dekreet toidu reklaami kohta) artiklis 2 sätestatakse:

16. Douwe Egberts NV (edaspidi „Douwe Egberts“) valmistab ja turustab Belgia turul kohvi kaubamärgi „Douwe Egberts“ all. Ta vaidlustab kohtus „DynaSvelte Koffie“-nimelise toote turuletoomise. Seda toodet valmistab Westrom Pharma NV (edaspidi „Westrom Pharma“). Kuni 31. detsembrini 2001

oli selle toote edasimüüja Christophe Souranis, kes tegutses ärinime „Établissements FICS” all. Seejärel läks edasimüük üle FICS-World BVBA-le (edaspidi „FICS-World”).

rikub toiduainete reklaami ja märgistamist reguleerivaid erinevaid siseriiklikke õigusnorme. Nii toimides on Westrom Pharma ja FICS-World rikkunud häid kaubandustavasid puudutavaid siseriiklikke õigusnorme. Douwe Egberts nõuab muu hulgas ka nimetatud andmete esitamise lõpetamist ja selliste toodete turult kõrvaldamist.

17. „DynaSvelte Koffie” on lahustuvast kohvist, puuviljasuhkrust ja kroomist koosnev toode. Selle turustamisel rõhutatakse seda, et see mõjub salendavalt. Nii on purkidel, pakenditel ja kasutusjuhenditel muu hulgas mainitud, et:

— „täielik läbimurre kaalujälgimises”,

— „salendav, parem kaalujälgimine, takistab üleliigse rasva ladestumist ” ja

— „Ameerika Ühendriikides patenteeritud meetod, mille on välja töötanud dr Ann de Wees Allen Glycémie Research Institute’ist”.

18. Douwe Egberts väidab Rechtbank van Koophandel’is toimivas ajutiste meetmete kohaldamise menetluses, et selline teave

19. Kuna siseriiklik kohus leidis, et kohtuvaidluse tulemus sõltub mitmele direktiivi 1999/4 kehtivust ning samuti direktiivi 2000/13 ja EÜ artikli 28 tõlgendamist puudutavale küsimusele vastamisest, otsustas ta menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„A.1) Kas direktiivi 1999/4/EÜ artiklit 2 tuleb tõlgendada nii, et selle direktiivi lisas toodud tootenimetuste puhul võib kasutada vaid selles ettenähtud müüginimetusi ilma, et lisaks nendele võiks kasutada ka muid nimetusi (nagu kaubanimi või väljamõeldud nimi), või kas artiklit 2 tuleb tõlgendada nii, et direktiivi lisas nimetatud müüginimi-

metusi võib kasutada üksnes selles lisas nimetatud toodete puhul, kuid nendele lisaks võib kasutada ka muid nimetusi (nagu kaubanimi või väljamõeldud nimi)?

— jäetakse nimetuse „kohv” kasutamine vaid üht liiki „kohvile” ehk kohvioale;

A.2) Kui Euroopa Kohus on arvamisel, et Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. veebruari 1999. aasta direktiivi 1999/4/EÜ kohvi- ja siguriekstraktide kohta artiklit 2 tuleb tõlgendada nii, et selle direktiivi lisas nimetatud toodete puhul võib kasutada üksnes selles ettenähtud müüginimetusi ilma, et nendele lisaks võiks kasutada ka muid nimetusi (nagu kaubanimi või väljamõeldud nimi), siis kas sellest tulenevalt on asjaomane direktiiv vastuolus EÜ asutamislepingu artikliga 28, millega keelatakse Euroopa Ühenduse liikmesriikidevahelised koguselised impordipiirangud ja kõik samaväärse toimega meetmed, sest tõlgendades seda direktiivi nende toodete puhul, mis vastavad direktiivi lisas kohviekstraktide määratlusele:

— välistatakse peale nimetuste „kohviekstrakt” või „kiirkohv” sellise nimetuse nagu „kohv” kasutamine;

— ja seetõttu eraldatakse kohviturgrakult teistest konkureerivatest toodetest, mis on peale kohvioa muud kohviliigid nagu kohviekstrakt ja kiirkohv?

B.1) Kas direktiivi 2000/13/EÜ artikli 18 lõikeid 1 ja 2 tuleb tõlgendada nii, et toiduainete märgistamist ja esitlemist ning reklaamimist reguleerivad siseriiklikud õigusnormid, millega keelatakse toiduainete märgistamisel ja/või esitlemisel ja/või nende reklaamimisel teatavate andmete nagu „viited salenemisele” ja „viited arstlikule soovitusesele, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule” esitamine, kuigi direktiivis ei keelata selliseid andmeid, on asjaomase direktiiviga vastuolus, kui arvestada asjaomase direktiivi kaheksandat põhjendust, milles kinnitatakse, et kõige asjakohasem on märgistamine, mis sisaldab kõige vähem vabakaubandust takistavaid asjaolusid, ja et asjaomaseid siseriiklikke õigusnorme ei või seetõttu kohaldada?

B.2) Kas direktiivi 2000/13/EÜ artikli 18 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et „rahvatervise kaitse” all tuleb mõista toidu määrgistamist, esitlemist ja reklaamimist reguleerivaid ühtlustamata siseriiklikke õigusnorme, millega keelatakse teatavate andmete nagu „viited salenemisele” ja „viited arstlikule soovitusel, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule” esitamine?

— ühelt poolt kehtestatakse asjaomaste siseriiklike õigusnormidega täiendav kohustus toidu impordile, imporditavate toiduainete vastavusse viimiseks siseriikliku õigusega, millega takistatakse liikmesriikidevahelist kaubandust, ja

— teiselt poolt ei kohaldata asjaomaseid siseriiklikke õigusnorme kõikide asjaomaste ettevõtjate suhtes, kes tegutsevad siseriiklikul territooriumil, sest on olemas täiesti võrreldavad tooted (nagu kosmeetikatooted), mille suhtes asjaomaseid õigusnorme ega mingisuguseid samaväärseid õigusnorme ei kohaldata, mistõttu siseriiklik kohus ei või asjaomaseid õigusnorme kohaldada?”

C) Kas EÜ asutamislepingu artiklit 28 tuleb tõlgendada nii, et toiduainete määrgistamist, esitlemist ja reklaamimist reguleerivaid siseriiklikke õigusnorme, mis on Euroopa tasandil ühtlustamata ja rikuvad seetõttu direktiivi 2000/13/EÜ selles osas, milles nendega keelatakse määrgistamisel ja/või esitlemisel ja/või reklaamimisel teatavate andmete nagu „viited salenemisele” ja „arstlikule soovitusel, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule” esitamine, tuleb pidada Euroopa Ühenduse liikmesriikidevahelisteks koguselisteks impordipiiranguteks ja samaväärse toimega meetmeteks, kui:

20. Põhimenetluse pooled, Belgia valitsus, Euroopa Komisjon, Euroopa Parlament ja Euroopa Liidu Nõukogu esitasid oma kirjalikud märkused. Need menetlusosalised täpsustasid oma seisukohti 6. novembril 2003 suulises menetluses.

IV — Esimene eelotsuse küsimus (küsimus A.1)

21. Rechtbank van Koophandel te Hasselt'i eesistuja esimene küsimus puudutab direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunkti a tõlgendamist kohvi- ja siguriekstrakti kohustuslike müüginimetuste osas.

22. Nii nagu mitmed menetlusosalised on märkinud, põhineb see küsimus oletusel, et asjaomane toode „DynaSvelte Koffie” kuulub direktiivi 1999/4 materiaalsesse kohaldamisalasse. Seda teemat siseriikliku kohtu eelotsusetaotluses eraldi ei käsitleta. Siiski ei ütle asjaomane asjaolu midagi selle kohta, kas siseriiklik kohus on tegelikult tuvastanud, et toodet „DynaSvelte Koffie” võib käsitleda direktiivi 1999/4 artiklis 1 nimetatud kohvi- või siguriekstraktina.

23. Eriti rõhutab komisjon oma kirjalikes märkustes seda, et asjaomast toodet tuleb vaadelda kui toiduainet, mis on mõeldud eritoiduks. Seetõttu ei saa välistada, et käesoleval juhul tuleb kohaldada ühenduse

eeskirju eritoidu⁴ ja eelkõige kehakaalu alandavate toiduainete⁵ kohta.

24. Samuti viitavad nii Belgia valitsus, nõukogu ja kaudsemalt ka Euroopa Parlament sellele, et arvestades asjaolu, et „DynaSvelte Koffie” koosneb mitmest koostisosast, ei vasta see (ilmselt) kohviekstrakti mõistele ja ei kuulu (oletatavasti) kohvidirektiivi mõjualasse. Sellest järeldusest tuleneb, et asjaomase toote puhul ei saa kasutada mingeid direktiivis 1999/4 sätestatud müüginimetusi.

25. Selles osas tuleb kindlaks teha, kas põhimenetluse raames kuulub siseriikliku kohtu ja Euroopa Kohtu vahelise pädevuse jaotuse kohaselt siseriikliku kohtu pädevusse põhimenetluses esitatud asjaolude hindamine ja kohaldatava õigusnormi määramine ning Euroopa Kohtule esitatavate küsimuste otstarbekohasuse hindamine. Euroopa Kohtu väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on Euroopa Kohus põhimõtteliselt kohustatud vastama siseriikliku kohtu esitatud eelotsuse küsimustele. Ta saab siseriikliku kohtu esitatud eelotsuse küsimusele vastamata jätta vaid siis, kui on ilmselge, et taotletud ühenduse õiguse tõlgendamisel puudub igasugune seos

4 — Nõukogu 3. mai 1989. aasta direktiiv 89/398/EMÜ eritoiduks ettenähtud toiduaineid käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühlustamise kohta (EÜT L 186, lk 27).

5 — Komisjoni 26. veebruari 1996. aasta direktiiv 96/8/EÜ kehakaalu alandamiseks ettenähtud vähendatud energiasisaldusega dieetides kasutatavate toiduainete kohta (EÜT L 55, lk 22).

põhikohtuasja asjaoludega või esemega või kui küsimus on hüpoteetiline või kui Euroopa Kohtul ei ole faktilisi ja õiguslikke asjaolusid käsitlevaid vajalikke materjale, et talle esitatud küsimustele kasulikul viisil vastata.⁶

26. Käesolevas asjas ei ole põhjust pidada esimest küsimust vastuvõetamatuks. Kuna siseriiklik kohus esitas direktiivi 1999/4 puudutava küsimuse, tähendab see vaata-mata menetlusosaliste väljendatud kahtlus-tele „DynaSvelte Koffie“-nimelise toote ole-muse kohta seda, et siseriiklik kohus pidas seda nimetatud direktiivi kohaldamisalasse kuuluvaks. Käesoleval juhul tuleb lähtuda oletusest, et esitatud küsimus on asjassepuu-tuv.⁷ Niisiis siseriikliku kohtu esimesele küsimusele tuleb vastata, nagu komisjongi väidab, et „DynaSvelte Koffie“ on tavaliseks tarbimiseks, mitte eritoiduks mõeldud toidu-aine, mis kuulub direktiivi 1999/4 materiaal-sesse kohaldamisalasse.

27. Esimeses eelotsuse küsimuses soovib siseriiklik kohus sisuliselt teada, kuidas

tõlgendada direktiivi 1999/4 artikli 2 ala-punkti a sõna „ainult“ (hollandikeelses ver-sioonis sõna „uitsluitend“). Kas see tähendab, et lisas mainitud müüginimetusi võib kasu-tada ainult seal nimetatud toodete puhul, ehk kas nende müüginimetuste kasutamine on lubatav vaid nende toodete puhul, mis vastavad direktiivis nimetatud omadustele? Või tähendab sõna „uitsluitend“, et neid tooteid võib tähistada ainult nende müügi-nimetustega? Kui esimene tõlgendus on õige, siis kas see tähendab, et lisaks kohustuslikele müüginimetustele võib kasutada ka teisi nimetusi nagu kaubanimi või väljamõeldud nimi. Juhul kui teine tõlgendus on õige, siis on selliste täiendavate nimetuste kasutamine välistatud.

28. Enamik kirjalikke märkusi esitanud menetlusosalisi⁸ leidis, et sellele küsimusele tuleb vastata vastavalt esimesele tõlgendu-sele. Nad leidsid üksmeelselt, et direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunktist a tuleneb, et nende müüginimetuse all võib turustada ainult tooteid, mis vastavad direktiivi lisas nimetatud omadustele, mis aga ei välista seda, et võib kasutada teisi nimetusi nagu kaubanimi või väljamõeldud nimi. Douwe Egberts'i väidetel kehtib see vaid juhul, kui teisi kasutatud nimetusi ei mõisteta asja-omases majandusringkonnas müüginimetus-

6 — Vt selle kohta 15. detsembri 1995. aasta otsus kohtuasjas C-415/93: Bosman (EKL 1995, lk I-4921, punktid 59-61); 13. juuli 2000. aasta otsus kohtuasjas C-36/99: Idéal Tourisme (EKL 2000, lk I-6049, punkt 20); 13. märtsi 2001. aasta otsus kohtuasjas C-379/98: PreussenElektra (EKL 2001, lk I-2099, punktid 38 ja 39) ja 9. septembri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-137/00: Milk Marque (EKL 2001, kohtulahendite kogumi-kus veel avaldamata, punkt 37).

7 — 7. septembri 1999. aasta otsus kohtuasjas C-355/97: Beck ja Bergdorf (EKL 1999, lk I-4977, punktid 22-24) ja 15. mai 2003. aasta otsus kohtuasjas C-300/01: Salzmann (kohtula-hendite kogumikus veel avaldamata, punkt 31).

8 — Belgia valitsus ja nõukogu ei käsitlenud seda küsimust, kuna nende arvates ei kuulu asjaomane toode selle direktiivi kohaldami-salasse.

tena, seega ei tohi nad olla eksitavad. Komisjon esitab oma vastuse liikmesriikide ühtlustamiskohustuse: direktiivi 1999/4 artikli 2 kohaselt ei tohi liikmesriigid keelata seda, et direktiivi kohaldamisalas oleva toote turuleviimisel esitataks lisaks kohustuslikule müüginimetusele ka muid andmeid.

29. See tõlgendus on ka minu arvates õige ja eelkõige alljärgnevatel põhjustel. Ennekõike tahan ma viidata sellele, et kuigi põhimenetlusosalised on selle eelotsuse küsimuse vastuse osas üksmeelsel arvamusel, eristab neid siiski selles küsimuses see, kas nimetust „DynaSvelte Koffie” tuleb vaadelda müüginimetuseks, mis tähendab, et selles võib kasutada sõna „koffie” (kohv). Nagu ma eespool olen väitnud, on siseriikliku kohtu asi otsustada sellise faktilise küsimuse üle.

30. Direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunkti a tuleb tõlgendada selle sätte sõnastuse tõttu, direktiivi koha tõttu toiduainete märgistamist puudutavas ühenduse õigussüsteemis ning toiduainete märgistamist puudutavate ettekirjutuste ülesandest tulenevalt nii, et see ei välista lisaks direktiiviga kehtestatud kohustuslikele müüginimetustele ka muude andmete esitamist.

31. Ainuüksi sõna „uitsluitend” („ainult”) asukoht direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunktis a näitab, et see sätte puudutab müüginimetuste kohaldamist ainult lisas loetletud toodete suhtes. Kui eesmärgiks oleks olnud lisas nimetatud toodete tähistamiseks muude nimetuste kui sätestatud müüginimetuste kasutamise keelamine, oleks pidanud valima teistsuguse lausehituse, kus sõna „uitsluitend” oleks otseselt seotud sõnaga „verkoopbenamingen” („müüginimetused”). Sellisel juhul oleks sätte pidanud kõlama umbes nii: „Uitsluitend de in de bijlage genoemde verkoopbenamingen mogen worden gebruikt voor de daar genoemde producten [...]” (ainult lisas loetletud toodete suhtes võib kasutada lisas loetletud müüginimetusi [...]). Selline erinevus lauseehituses annab minu arvates selgelt tunnistust sellest, et direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunkti a saab tõlgendada ainult mainitud viisil.

32. Selle poolt räägivad ka selle sätte teised keeleversioonid. Enamik neist kasutab teistsugust süntaksit kui hollandikeelne versioon ning on formuleeritud nii, et asjassepuutuvad müüginimetused on „reserveeritud” lisas nimetatud toodetele. Asja näitlikustamiseks kasutan ma prantsuskeelset (millele viitab ka FICS) ja saksakeelset versiooni, mille kohaselt „[L]es dénominations prévues à l'annexe sont réservées aux produits qui y figurent” või „[d]ie im Anhang vorgesehene Verkehrsbezeichnungen sind den dort aufgeführten Erzeugnissen vorbehalten”. Veelgi ühetähenduslikum on ingliskeelne versioon:

„[T]he product names listed in the Annex shall apply only to the products referred to therein [...]”. Need keeleversioonid näitavad ühetähenduslikult, et ei ole mõeldud seda, et lisas määratletud tooteid tohib turustada ainult selles lisas nimetatud müüginimetusi kasutades.

mine on liikmesriikidele kohustuslik, kuid see säte ei piira märgistamisel muude andmete esitamist. Sellele, et direktiivi 2000/13 artiklit 3 tuleb selliselt mõista, viitavad samuti komisjon ja Euroopa Parlament. See tähendab, et direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunkti a ei saa tõlgendada nii, et see keelab lisaks ettekirjutatud kohvi- ja siguriekstrakti müüginimetuse kasutamisele muude andmete esitamise.

33. Sellele järeldusele osutab ka direktiivi 1999/4 artikli 2 alapunkti a uurimine koosmõjus toiduainete märgistamist puudutavate eeskirjadega. Direktiiv 1999/4 on erinorm märgistamise direktiivi 2000/13 suhtes. See kehtestab, et märgistamisdirektiivi kohaldatakse kohvi- ja siguriekstrakti puhul ja selles täpsustatakse neid tooteid puudutavaid tingimusi. Kohvidirektiivi tuleb tõlgendada kui *lex specialis*’t märgistamisdirektiivi kontekstis.

35. Sellist müüginimetuste kohaldamist puudutavate üld- ja erisätete tõlgendust toetab ka direktiivi 2000/13 artikli 5 lõige 2, mille kohaselt nimetust, mille all toodet müüakse, ei tohi asendada kaubamärgi, margitoote nime või väljamõeldud nimetusega. Loomulikult on sellise sätte mõju see, et selliste andmete esitamine lisaks müüginimetustele on lubatav.

34. Direktiivi 2000/13 artikli 3 lõike 1 punktis 1 on sätestatud kohustus esitada toidu märgistamisel nimetus, mille all toodet müüakse. Selle artikli kohaselt on toidu märgistamisel kohustuslik esitada terve rida andmeid, mille hulgas on ka müüginimetus. Kuigi see säte on hollandikeelses versioonis formuleeritud pisut laiemalt („moeten [...] uitsluitend de volgende gegevens worden vermeld”), tuleneb teistest keeleversioonidest („the following particulars alone shall be compulsory”; „comporte [...] les seules mentions obligatoires suivantes”; „enthält [...] nur folgende zwingende Angaben”), et selle sätte eesmärk on näidata, milliste andmete esita-

36. Lõpuks võib kohustuslike müüginimetuste ülesandest tuletada, et toiduainete esitlemisel võib kasutada ka muid nimetusi. Kohustusliku müüginimetuse kasutamise eesmärk on tagada tarbija jaoks, et teatud müüginimetuse all turustataval tootel on teatud omadused, mis on seda liiki tootele iseloomulikud. Seeläbi on toode eristatav teistest toodetest, millel on teised omadused. Selline oletus, et asjaomaste müüginimetuste

kohustuslikkuse tõttu on muude andmete esitamine keelatud, kahjustaks seda eesmärki ja võtaks ettevõtjalt võimaluse muul moel ja viisil eristada oma turustatavaid tooteid teistest sama tüüpi toodetest.

37. Seega tuleb esimesele eelotsuse küsimusele vastata, et direktiivi 1999/4 kohvi- ja siguriekstrakti kohta artiklit 2 tuleb tõlgendada nii, et selle direktiivi lisas nimetatud müüginimetusi võib kasutada vaid direktiivi lisas nimetatud toodete puhul viisil, et toodete turustamisel pole välistatud muude nimetuste (kaubanimi ja väljamõeldud nimi) kasutamine lisaks müüginimetustele juhul, kui nad ei ole ettekirjutatud müüginimetustega segiaetavad.

V — Teine küsimus (küsimus A.2)

38. Eelotsusetaotluse esitanud kohus esitas küsimuse direktiivi 1999/4 kehtivusest üksnes juhuks, kui esimese küsimuse vastus oleks olnud selline, et asjaomase direktiivi lisas nimetatud toodete puhul võib kasutada ainult direktiivis sätestatud müüginimetusi. Kuna esimesele küsimusele nii ei vastatud, ei ole vajadust teist küsimust käsitleda.

VI — Muud eelotsuse küsimusi puudutavad esialgsed märkused

39. Siseriikliku kohtu eelotsusetaotlusest tuleneb, et pakendil olevaid andmeid (märgistamine) vaadeldakse toiduainete märgistamist puudutavate siseriiklike eeskirjade tõlgendamisel ka reklaamina. Sellest tulenevalt ei tehta esitatud eelotsuse küsimuses vahet, millisel määral siseriiklikud õigusnormid reguleerivad toiduainete märgistamist ja millisel määral toiduainete reklaami. Siinjuures tahan ma märkida, et direktiivis 2000/13 eristatakse selgelt märgistamist ja reklaami⁹ ja nende suhtes kohaldatavad ettekirjutused ei ole täiesti identsed.¹⁰

40. Toiduainete märgistamise osas näeb direktiiv 2000/13 ette täieliku ühtlustamise. See tähendab, et toiduainete märgistamist puudutavate siseriiklike tingimuste vastavust ühenduse õigusele tuleb hinnata ainult selle direktiivi alusel ? tuleb hinnata, kas vastavad sätted on direktiiviga nõuetekohaselt ühtlustatud või sätete puhul, mida ei ole ühtlustatud, tuleb hinnata, kas neid saab õigustada märgistamisdirektiivi artikli 18 lõikes 2

9 — Direktiivi 2000/13 artikli 1 lõike 3 alapunkt a määratleb mõiste „märgistus“ kui „kõik selliste toodetega kaasnevad või kõnealustele toodetele viitavad sõnad, andmed, kaubamärgid, margitoodete nimed, kujunduselemendid või sümbolid pakendil, dokumentidel, sedelitel, etikettidel või kaelasiltidel“. Reklaami mõistet see direktiiv ei määratle.

10 — Vt selle kohta 12. detsembri 1990. aasta otsus kohtuasjas C-241/89: SARPP (EKL 1990, lk I-4695, punktid 15 ja 16).

nimetatud põhjenduste alusel. Nii nagu Euroopa Kohus on kohtuasjas SARPP sedastanud, on liikmesriikide volituste piirid toiduainete märgistamise valdkonnas direktiivis endas paika pandud. See tähendab, et EÜ artiklitel 28 ja 30 ei ole direktiivi kohaldamisalas tähendust.¹¹

puuduta reklaami. See tähendab, et märgistamisdirektiivi kohaldatakse toiduainete reklaami puudutavate siseriiklike õigusnormide osas vaid piiratult ja neid õigusnorme hinnatakse EÜ artiklitega 28 ja 30 kehtestatud ühenduse esmase õiguse valguses osas, milles nendega ei rakendata direktiivi artiklit 2.

41. Seevastu reklaami osas nähakse direktiiviga 2000/13 ette vaid piiratud ühtlustamine. See tuleneb otseselt direktiivi kohaldamisala mõistest artikli 1 lõikes 1, mille järgi direktiivis käsitletakse toidu märgistamist ning nende esitlemise ja reklaamimise „teatavaid külgi”. Millised need küljed on, tuleneb selle direktiivi artikli 2 lõikest 3, mille kohaselt lõigetes 1 ja 2 nimetatud keelde kohaldatakse ka toidu esitlemise ja reklaamimise suhtes. Ülejäänud osas ei sisalda see direktiiv toiduainete esitlemise osas mingeid erilisi reegleid siseriiklike õigusnormide ühenduse õigusega vastavusse viimise kohta. Kohtuotsuses SARPP¹² väljendas Euroopa Kohus selgelt seda, et direktiivi 79/112 artikli 15 lõige 2 (praegu direktiivi 2000/13 artikli 18 lõige 2) ei

42. Mitte ükski kirjalikke märkusi esitanud menetlusosalistest ei viidanud sellele erinevusele. Vastupidi, komisjon rõhutas suulises menetluses, et direktiivile 2000/13 vastavuse osas tuleb hinnata nii märgistamise kui ka reklaami aspekte, kuna selles nähakse ette täielik ühtlustamine ja seda, et viiendale, EÜ artikli 28 kohta esitatud eelotsuse küsimusele ei ole tarvis vastata. Komisjon viitab selles osas kohtuotsusele Sterbenz ja Haug.¹³ Ma soovin siiski viidata sellele, et nimetatud kohtuasi käsitles vaid toiduainete märgistamist puudutavaid siseriiklike õigusnorme ja selle kandvad põhjendused¹⁴ puudutasid direktiivi 79/112 artikli 15 lõiget 2, mis, nagu märgitud, reklaami ei käsitle.

43. Arvestades erinevad eeskirju, mida käesolevas kohtuasjas toiduainete märgistamise ja reklaami suhtes eespool käsitleti, tuleb ülejäänutele neid asjaolusid puudutavatele

11 — Vt selle kohta minu ettepanekud 23. jaanuari 2003. aasta otsuste ettevalmistamisel kohtuasjas C-221/00: komisjon v. Austria; liidetud kohtuasjades C-421/00, C-426/00 ja C-16/01: Sterbenz ja Haug (EKL 2003, lk I-1007, punkt 39).

12 — Eespool 10. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus, punkt 15.

13 — Eespool 11. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus.

14 — Eespool 11. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus, punktid 24 ja 31.

küsimustele vastata eraldi, kuna EÜ artiklite 28 ja 30 tõlgendamise kohta esitatud viies eelotsuse küsimus ei ole seotud toiduainete märgistamisega.

VII — Kolmas, neljas ja viies küsimus (küsimused B.1, B.2 ja C)

Märgistamine

44. Kolmas ja neljas küsimus on omavahel tihedalt seotud ja neid tuleb märgistamise aspektide osas seetõttu koos käsitleda. Nende küsimustega tuleb välja selgitada, kas ühenduse õigusega ühtlustamata siseriiklikud sätted, mis keelavad toote märgistamisel viited salenemisele või arstlikele soovitudele, on kooskõlas direktiivi 2000/13 artikli 18 sätetega.

45. Eelotsusetaotluse esitanud kohus lähtub sellest, et vaatlusaluseid siseriiklikke sätteid ei pea tegelikult artikli 18 kohaselt ühenduse õigusega ühtlustama. Sellega pakub ta välja tõlgenduse, et keeld viidata salenemisele või arstlikele tunnistustele ja heakskiidule ei kuulu direktiivi 2000/13 artiklite 3–14 kohaldamisalas.

46. See järeldus on kooskõlas minu arvamusga. Seda kinnitavad ka kohtuotsused komisjon v. Austria ning Sterbenz ja Haug. Euroopa Kohus leidis nendes, et kuigi märgistamisdirektiiv keelab kõikide inimeste haigusi puudutavate andmete esitamise sellest hoolimata, kas see on tarbijaid eksitav või ei, ja keelab ka selliste andmete esitamise, millega ei viidata mitte haigustele, vaid pigem tervisele, kuid mis on eksitavad. Sel viisil peab toiduained, mille märgistus sisaldab mitteeksitavaid viiteid tervisele, lugema direktiivile 2000/13 vastavaks ja liikmesriigid ei või keelata nende turustamist võimaliku ebakorrekse märgistamise põhjendusel.¹⁵

47. Ühtlustamata märgistustingimusi, mis takistavad direktiivi 2000/13 nõuetele vastavate toodetega kauplemist, võib, nagu juba punktis 40 viidatud, kohaldada vaid siis, kui nad on õigustatud direktiivi artikli 18 lõikes 2 ammendavalt esitatud põhjustel.¹⁶ Kuna artikli 18 lõiget 2 võib pidada EÜ artiklist 30 tuleneva ja kohtupraktikas tunnustatud toiduainete märgistamist puudutava kaupade vaba liikumise osas tehtavate erandite osas täpsustuseks, tuleb seda uurida kaupade vaba

15 — Vt selle kohta kohtuotsus komisjon v. Austria, punktid 35 ja 37, ja kohtuotsus Sterbenz ja Haug, punktid 28 ja 30 (eespool 11. joonealuses märkuses viidatud). Haigusi ja tervist puudutavate viidete osas vt minu ettepanekud nendes kohtuasjades, punktid 53 ja 54.

16 — Eespool 14. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus SARPP, punkt 14, ja eespool 11. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus komisjon v. Austria, punkt 38.

liikumist käsitlevate aluslepingu tingimuste ja nendest tuleneva kohtupraktika valguses.¹⁷ Asjaomaseid ühtlustamata siseriiklikke sätteid tuleb põhjendada mitte ainult ühe või mitme artikli 18 lõikes 2 nimetatud alusega, vaid need peavad olema sobivad asjakohase huvi kaitsmiseks ning nad ei saa piirata asjaomaste toodetega kauplemist rohkem, kui see on vajalik eesmärgi saavutamiseks.¹⁸

duta, on käesoleval juhul käsitletavate õigusnormide iseloom ühelt poolt piiritletum ja spetsiifilisem ja teiselt poolt laiem, kuna nad ei võimalda erandeid või sellest keelust vabastamist.

49. Siseriiklik kohus on arvamusel, nagu tema esitatud neljandast küsimusest selgub, et vaidlusaluste siseriiklike sätete põhjenduseks saavad olla ainult rahvatervise kaitse huvid.

48. Vaidlustatud siseriiklikud sätted keelustavad käesolevas asjas täielikult toiduainete reklaamimisel andmete (sh pakendil olev teave) esitamise, mis sisaldavad viiteid salenemisele või arstlikule soovitusel, tunnistusele, avaldusele ja heakskiidule. Selles osas erinevad nad kahes punktis siseriiklikest normidest, mida käsitleti juba korduvalt viidatud kohtuotsustes komisjon v. Austria ning ka Sterbenz ja Haug. Kuna nendes kohtuasjades käsitleti üldist keeldu kasutada toiduainetel tervist puudutavaid viiteid ilma siseriiklike ametiasutuste eelneva heakskiid

50. Hinnates toiduainete märgistamisel või pakenditel vaidlusalaste andmete esitamise keeldu, tuleb esiteks mainida märgistamisdirektiivi aluseks olevat põhimõtet, et tarbijatele antakse õiget teavet ühe toiduaine erinevate omaduste kohta ja ei eksitata esitatud andmete läbi selle omaduste suhtes. See vastaks nii tarbija majanduslikele kui ka tervise huvidele.

17 — Vt selle kohta m.h 2. veebruari 1994. aasta otsus kohtuasjas C-315/92: Verband Sozialer Wettbewerb (EKL 1994, lk 315, punkt 12) nõukogu 27. juuli 1976. aasta direktiiv 76/768/EMÜ liikmesriikides kosmeetikatoodete kohta vastuvõetud õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT L 262, lk 169) kohaldamise osas.

18 — Vt selle kohta eespool 11. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus komisjon v. Austria, punkt 47. Vt ka 13. märtsi 2003. aasta otsus kohtuasjas C-229/01: Müller (EKL 2003, lk I-2587, punktid 31–34).

51. Sellest tulenevalt tõusetub siinjuures küsimus, kas salendavate viidete või arstlike soovitude ja tunnistuste kasutamise keeld on vajalik, kuna sellised viited on siseriikliku

seadusandja arvates alati eksitavad ja selliste andmetega varustatud kaupade tarbimine võib kujutada ohtu tervisele.

52. Minu arvates on selge, et nii jääka seisukohta ei saa aktsepteerida. Nimelt kui üks toode võib tegelikult ja teaduslikult tõestatud viisil mõjuda salendavalt, on raske väita, et viited sellistele omadustele toote märgistusel või pakendil on eksitavad. Veelgi enam, see on väga oluline teave tarbijale, kes saab selle alusel teha otsuse, kas toodet osta ja tarbida või mitte. Nii nagu FICS on rõhutanud, võib sellise teabe puudumine viia teavitamata tarbijate puhul salendavate vahendite ülemäärasele tarvitamisele, mis kujutab ohtu nende tervisele.

53. Sama kehtib ka arstlike soovitude ja tunnistuste osas. Ka sel puhul ei saa välistada, et sellised soovitusel on teaduslikult põhjendatud ja juhul, kui nad ei ole eksitavad, sisaldavad tarbijale ostuotsuse tegemisel vajalikku teavet. Tundub, et sellistel viidel on vaid toote omaduste kohta esitatud teabele lisanduv, täiendav ja kinnitav mõju. Isegi juhul, kui tegemist oleks eraldi viide-tega, on raske ette kujutada, kuidas need andmed iseenesest võiks kujutada ohtu inimese tervisele.

54. Sellega seoses tuleb märkida, et Euroopa Kohus on tooteinfo eksitavuse hindamisel lähtunud piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ning aruka keskmise tarbija eeldatavast ootusest.¹⁹ Selle kohaselt ammutab ta teatud toote (esmakordsel) ostmisel teavet toote märgistamisandmetest ja ta suudab hinnata selle teabe õigsust. Minu arvates kaitseb tarbijat piisavalt see, kui ta on kaitstud tootel esitatava teabe eest ning pole tarvis tarbijat kaitsta sellise teabe eest, mille kasulikkuse üle ta suudab ise toodet ostes ja kasutades otsustada.

55. Selliste andmete esitamise täielik keelustamine ei vasta ka oma eesmärgile, kuna käsitletava teabe hulgas on ka sellist, mis ei ole oma olemuselt eksitav. Seepärast ei ole selline tingimus püstitatud eesmärgi saavutamiseks ehk tervisele ohu vältimiseks vajalik.²⁰

56. Samuti on selline keeld ebaproportsionaalne, kuna asjaomase eesmärgi saavutamiseks on olemas kaubandust vähem piiravad meetmed. Eelkõige on selleks keeld esitada

19 — Vt selle kohta 16. juuli 1998. aasta otsus kohtuasjas C-210/96: Gut Springenheide ja Tusky (EKL 1998, lk I-4657, punkt 31) ja 13. jaanuari 2000. aasta otsus kohtuasjas C-220/98: Estée Lauder (EKL 2000, lk I-117, punkt 27).

20 — Vt selle kohta 28. jaanuari 1999. aasta otsus kohtuasjas C-77/97: Unilever (EKL 1999, lk I-431, punkt 33).

salendavate vahendite kohta eksitavat teavet ja eksitavatele arstlikele soovitudele ja tunnistustele viitamise keeld.²¹ Sellised meetmed võimaldavad liikmesriikide ametivõimudel tegutseda üksikute rikkumiste korral, kui esitatud andmed võivad endast kujutada tegelikku ohtu tervisele, kuid tootega kauplemist ei piirata juhul, kui sellist ohtu ei esine. Sellise käsitluse puhul ei ole välistatud, et salendavate mõjude suhtes eksitava teabega tooteid (ajutiselt) turustatakse. Ei ole aga tõenäoline, et selliste toodete kasutamine, millel ei ole salendavaid mõjusid, võiks endaga kaasa tuua ohu tervisele.

salendavate vahendite ülemäärase kasutamise vastu, tundub mulle otstarbekam selle ilminguga otseselt võidelda. Õiguspäraselt salendavate vahenditena esitletavate toodete eest hoiatamine ei sobi selle eesmärgi saavutamiseks ja piirab liigselt nende toodetega kauplemist. Juhul kui Douwe Egberts'i argumentide aluseks olevat loogikat edasi arendada, võiks väita, et rasvumise vastase võitluse raames võiks kehtestada toiduainete reklaamimisele üldkeelu.

58. Seetõttu tuleb kolmandale ja neljandale eelotsuse küsimusele vastata, et direktiivi 2000/13 artikli 18 lõikes 1 nimetatud toiduainete märgistamist puudutavate ühtlustamata siseriiklike õigusnormidega on vastuolus sellised siseriiklikud õigusnormid nagu käesoleval juhul, millega keelatakse selliste andmete nagu viited „salenemisele” ja „arstlikule soovitussele, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule” esitamine ning neid ei saa õigustada direktiivi 2000/13 artikli 18 lõike 2 alusel.

Reklaam

57. Douwe Egberts väidab veel, et salendavate viidete kasutamise keeld võib aidata kaasa liigse kõhnumise vältimisele. Arstlike soovitude kasutamise keeld tugineb mõttele, et sellistest soovitudest võidakse järeldada, et asjaomasel tootel on meditsiinilisi omadusi, mida tal tegelikult ei ole. Sellised oletused tarbija otsustusvõimetuse ja kriitikavõime puudumise kohta on otseselt vastupidised käesoleva kohtuotsuse punktis 54 toodud tarbija mõiste käsitlusele, millele tugineb Eroopa Kohus. Juhul, kui on vaja võidelda

59. Enne kolmandale, neljandale ja viiendale küsimusele vastamist tuleb selliste siseriik-

21 — Eespool 20. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Unilever, punkt 35.

like sätete lubatavuse osas, mis keelavad viited salenemisele ja ka arstlike soovitude ja tunnistuste osas, kõigepealt käsitleda rakendatavaid märgistamisdirektiivi sätteid.

netluses esitatud olulised asjaolud piirduvad Belgiaga, puudub EÜ artiklite 28 ja 30 kohaldamiseks vajalik kokkupuude teise riigi-ga. Teiste sõnadega on küsimus selles, kas käesoleval juhul on tegemist puhtalt liikmes-riigisiseste asjaoludega, mille puhul kõnealu-sed sätted ei ole kohaldatavad.

60. Punktis 41 viitasin ma juba sellele, et direktiiviga 2000/13 teostatud ühtlustamine on reklaami osas piiratud. Direktiivi 2000/13 preambuli²² kohaselt on asjaomastel sätetel täiendav iseloom, kuna nende kohaselt tuleks tõhususe huvides keelata märgistamisel eksita-tava teabe kasutamine.

63. Vastab tõele, et põhimenetluse vaidluse asjaolud on seotud ainult Belgiaga. Siiski ei tähenda see seda, et vaidlusaluste õigusnor-mide sarnaseid norme ei saaks hinnata asutamislepingu kaupade vaba liikumist käsitlevate sätete alusel. Euroopa Kohus on sarnastel juhtudel korduvalt asunud seisuko-hale, et EÜ artikli 28 kohaldamine ei oleks vaid seetõttu välistatud, et siseriikliku kohtu menetluses oleva juhtumi asjaolud on seotud vaid ühe liikmesriigiga. Euroopa Kohus on seda märkinud mitte ainult „puhtalt sise-riiklike“ vaidluste, mis puudutavad üheselt diskrimineerivaid meetmeid,²³ vaid ka koh-tuasjade puhul, mil vastavaid meetmeid kohaldati ühtmoodi nii kodumaiste kui ka imporditud toodete suhtes.²⁴

61. Vaidlustatud siseriiklikud sätted on suu-rema ulatusega kui märgistamisdirektiivi reklaami puudutavad keelusätted. Siseriiklike sätetega keelatakse nimelt teatud reklaamid, arvestamata seda, kas nad on eksitavad või mitte. Seetõttu tuleb neid sätteid direktiivi ülesehituse kohaselt hinnata EÜ artiklite 28 ja 30 kontekstis.

64. Põhimenetluses vaidlustatud siseriikli-kud õigusnormid sisaldavad absoluutset keeldu kasutada toiduainete reklaamimisel

62. Enne asjakohase hindamise juurde pöör-dumist tuleb käsitleda Douwe Egberts'i väidet, et arvestades seda, et kõik põhime-

23 — 7. mai 1997. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-321/94–C-324/94; Pistre jt (EKL 1997, lk I-2343, punktid 44 ja 45).

24 — 22. oktoobri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-184/96: komisjon v. Prantsusmaa (EKL 1998, lk I-6197, punkt 17) ja 5. detsembri 2000. aasta otsus kohtuasjas C-448/98: Guimont (EKL 2000, lk I-10663, punktid 19–22).

22 — Vt 14. põhjendus.

viiteid salenemisele ja arstlikele soovitudele ja tunnistustele. Vastaval keelul on oma iseloomu tõttu eriti tugev mõju selliste toodetega kauplemisele, mida turustatakse salendavate toodetena. Selle tagajärjel puudub nimelt tarbijatel, eelkõige selliseid tooteid vajavatel tarbijatel võimalus saada põhjalikku teavet vastava toote pakkumisest. Teisisõnu on iseenesest lubatavate toodete tootjate võimalused oma sihtgrupini jõudmiseks oluliselt piiratud. See kehtib veelgi enam juhul, kui tegemist on uute toodetega, mida tarbijad veel ei tunne. Kui asi puudutab üldisi erinevate ja eristavate omaduste reklaamimise piiranguid toodete osas, mida teistes liikmesriikides seaduslikult toodetakse ja turustatakse, siis raskendavad need oluliselt juurdepääsu Belgia turule. Selliste asjaolude alusel arvan ma, et vaidlustatud siseriiklikud õigusnormid piiravad otseselt ja tegelikult liikmesriikidevahelist kaubandust ja neid ei saa asutamislepingu vaba kaubandust puudutavate sätete kontekstis jätta kontrollimata ainult seetõttu, et küsimus nende sätete lubatavusest on kohtuvaidluse esemeks osutunud (juhuslikult) ainult siseriiklikust aspektist.

puuduta importi, puudutab imporditud toodete turustamist ja vähendab seeläbi impordi ulatust.²⁵ Nimetatud kohtuasi käsitles siseriiklikku õigusakti, mis keelas teatud alkohoolsete jookide reklaami. Sel korral leidis Euroopa Kohus kohtuotsuse resolutiivosas, et õigusakt oli vastuolus EMÜ asutamislepingu artikliga 30, kuna see mõjutas eelkõige imporditud jooke ja ei olnud õigustatav EMÜ asutamislepingu artikli 36 alusel. Teised siseriiklikud reklaami puudutavad eeskirjad, mida varasem kohtupraktika on hinnanud EMÜ asutamislepingu artiklile 30 vastavuse osas, käsitlesid teatud teavet sisaldavate reklaamlehtede jagamise keeldu²⁶ ja (taas) teatud alkohoolsete jookide reklaamimise keeldu teatud kohtades.²⁷ Ka nendel juhtudel sedastas Euroopa Kohus, et asjaspepuutuvad õigusnormid võivad kaubandust negatiivselt mõjutada, kuigi teatud juhtudel peeti seda õigustavaks.

65. Reklaami puudutatavate siseriiklike sätete lubatavus kaupade vaba liikumist käsitlevate asutamislepingute sätete taustal on olnud paljude Euroopa Kohtu kohtuasjade esemeks. Juba 1980. aastal sedastas Euroopa Kohus, et teatud toodete reklaamivõimaluse piiramine, isegi kui see otseselt ei

66. Reklaami puudutatavate siseriiklike õigusnormide lubatavust EÜ artikli 28 alusel on

25 — 10. juuli 1980. aasta otsus kohtuasjas 152/78: komisjon v. Prantsusmaa (EKL 1980, lk 2299, punkt 11). Seda väidet on korratud 15. detsembril 1982. aasta otsuses kohtuasjas 286/81: Oosthoek (EKL 1982, lk 4575, punkt 15); 7. märtsil 1990. aasta otsuses kohtuasjas C-362/88: GB-INNO-BM (EKL 1990, lk I-667, punkt 7) ja 25. juulil 1991. aasta otsuses liidetud kohtuasjades C-1/90 ja C-176/90: Aragonesa de Publicidad Exterior (EKL 1991, lk I-4151, punkt 10).

26 — Eespool 25. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus GB-INNO-BM.

27 — Eespool 25. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Aragonesa de Publicidad Exterior.

edasi arendatud kohtuotsuses Keck ja Mithouard.²⁸ See kohtuasi oli reaktsioon sellele, et turuosalisel tuginesid üha enam EÜ artiklile 28 selleks, et vaidlustada igat liiki sätteid, mis nende turukäitumise teatud aspekte reguleerisid. Sellise suuna tõkestamiseks muutis Euroopa Kohus väljakujunenud praktikat, mille kohaselt peeti EÜ artikli 28 kohasteks impordipiiranguteks iga meetet, mis on suunatud otseselt või kaudselt, tegelikkuses või potentsiaalselt liikmesriikidevahelise kaubanduse takistamisele.²⁹ Sellisest käsitlusest jäeti välja teatud müügikorraldust piiravate või keelavate selliste siseriiklike sätete kohaldamine teistest liikmesriikidest pärit toodetele, niivõrd, kuivõrd need sätted kehtivad kõigi asjassepuutuvate majandussubjektide suhtes, kes liikmesriigis tegutsevad ja niivõrd, kuivõrd neil on õiguslikult ja praktiliselt sama mõju nii kodumaisetele kui teistest liikmesriikidest pärit toodetele.³⁰ Siseriiklikud sätted, mis täidavad need eeldused, ei kuulu oma loomu poolest EÜ artikli 28 kohaldamisalasse, kuna nad on liikmesriikidevahelise kaubanduse suhtes neutraalsed. Euroopa Kohus tsiteerides: „kui need eeldused on täidetud, siis ei ole sarnaste õigusnormide kohaldamisele teisest liikmesriigist pärit toodetele, mis vastavad selle riigi poolt kehtestatud nõudmistele, omane too-

det turulepääsu tõkestamine või selle tõkestamine kodumaistest toodetest suuremal määral.”³¹

67. Samuti peetakse siseriiklike reklaamieskirju iseenesest Keck ja Mithouard'i kohtuotsuse mõttes müügikorralduseks. Näiteks võib mainida kohtuotsust Hünermund³², mis puudutas keeldu apteekritel reklaamida väljaspool apteeki muud kui apteegikaupa ja kohtuotsust Leclerc-Siplec³³, mis puudutas telereklaami keeldu turustussektoris. Seetõttu ei olnud neid õigusnorme vaja EÜ artikli 28 alusel hinnata. Seevastu ei ole Euroopa Kohus kahe teise kohtuasja, De Agostini ja TV-Shop³⁴ ning samuti kohtuasja Gourmet³⁵ puhul pidanud siseriiklike õigusakte, mis puudutasid alla 12-aastastele lastele suunatud telereklaami absoluutset keeldu ja alkohoolsete jookide reklaami keeldu ajalehtedes, iseenesestmõistetavalt müügikorraldust reguleerivaks, vaid on uurinud, kas kohtuotsuse Keck ja Mithouard teine eeldus on täidetud. Nimetatud kohtuotsustes on Euroopa Kohus tuvasta-

31 — Viidatud kohtuotsuse punkt 17.

32 — 15. detsembri 1993. aasta otsus kohtuasjas C-292/92 (EKL 1993, lk I-6787, punkt 19).

33 — 9. veebruari 1995. aasta otsus kohtuasjas C-412/93 (EKL 1995, lk I-179, punkt 22).

34 — 9. juuli 1997. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-34/95–C-36/95 (EKL 1997, lk I-3843).

35 — 8. märtsi 2001. aasta otsus kohtuasjas C-405/98 (EKL 2001, lk I-1795).

28 — 24. novembri 1993. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-267/91 ja C-268/91 (EKL 1993, lk I-6097).

29 — 11. juuli 1974. aasta otsus kohtuasjas 8/74: Dassonville (EKL 1974, lk 837, punkt 5).

30 — Eespool 28. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Keck en Mithouard, punkt 16.

nud, et ühes liikmesriigis seaduslikult turustatava toote reklaamimise täielikul keelul võib olla tugev mõju teistest liikmesriikidest pärit toodetele.³⁶

miseks ei olnud muid võimalusi.³⁷ See oli oluline kaalukas argument, kuigi Euroopa Kohus jättis siseriikliku kohtu hinnata, kas olukord oli ka tegelikult selline. Kohtuasjas Gourmet esinesid sarnased asjaolud. Selles otsuses sedastas Euroopa Kohus, et iga alkohoolsete jookide reklaami keeluga piiratakse teistest liikmesriikidest pärit toodete juurdepääsu turule rohkem kui kodumaiste toodete oma, kuna tarbijad tunnevad tahtmatult viimati nimetatuid paremini.

68. Kohtuasjades Hünermund ja Leclerc-Siplec käsitleti piiratud ulatusega reklaamikeelde. Esimesel juhul piirduti väljaspool apteeki muu kui apteegikauba reklaamimise keeluga. Teises kohtuasjas puudutas keeld telereklaami kasutamist teatud osas, nimelt turustussektori puhul. Euroopa Kohus võttis nende õigusnormide hindamisel arvesse, et nendes kohtuasjades käsitletud õigusnormid ei mõjutanud teiste turuosaliste võimalust reklaamida asjaomaseid kaupu muul viisil. Teiste sõnadega, keelud ei mõjutanud reklaamitavate toodete turulepääsu.

69. Olukord oli erinev De Agostini ja Gourmet kohtuasjade puhul. Kohtuasjas De Agostini rõhutas Euroopa Kohus, et telereklaam oli ainus tõhus müügi edendamise võimalus Rootsi turule pääsemiseks, kuna laste ja nende vanemate sihtrühmani jõud-

70. Euroopa Kohus käsitleb nendes kahes eelnevalt nimetatud kohtuasjas seda, milline roll on reklaamil majandustegevuses üldiselt, turgude integreerumise seisukohalt. Kodumaiste turgude seisukohalt ei ole sellel mitte ainult tarbijate teavitamise ja klientide leidmise roll. Reklaam on ka liikmesriikide tootjate vahend teistele turgudele tungimiseks tarbijatele neile seni võib-olla tundmatute toodete esitlemiseks või ka tarbijatele neile seni tuntud toodetele alternatiivi pakumiseks. Reklaam võib aidata kaasa turu läbipaistvusele ja turukäitumise edendamisele ning takistab ka turgude jäikust. Reklaami täielik keeld, keeld reklaamida teatud tooteid ja keeld reklaamida toote

36 — Eespool 34. Joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus De Agostini ja TV-Shop, punkt 42, ja eespool 35. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Gourmet, punkt 19.

37 — Vt selle kohta eespool 34. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus, punkt 43.

eristavaid omadusi, mõjutavad kõik oluliselt nendest mõjutatud toodete kaubandust. Seetõttu ei saa öelda, et sellised õigusnormid oleksid eriti liikmesriikidevahelise kaubanduse osas neutraalsed.³⁸

tud ja turustatavate uute toodete turulepääsu. Otsustav on, kas teisest liikmesriigist pärit toote turulepääs on takistatud. Selliseid juhtumeid peab ilmselgelt hindama EÜ artiklite 28 ja 30 alusel.

71. Mõlema grupi kohtuotsuste vahelised erinevused illustreerivad seda, kuidas mõista kohtuotsuses Keck ja Mithouard esile toodud mõiste „sarnase mõjuga meetmed nagu koguseline impordipiirang” piiritlemist võrreldes mõistega „müügikorraldus”. Kui teatud reklaamimeetod on ainus tegelikult võimalik vahend pääseda teatud turule või kui siseriiklikul turul on väljakujunenud turustruktuur, raskendab reklaami keeld teistest liikmesriikidest pärit toodete turulepääsu väga oluliselt. See kehtib minu arvates ka teises liikmesriigis õiguspäraselt toodetud ja turule toodud uute toodete reklaamimise keelu osas. Selliste toodete turupositsiooni saavutamine tuleneb otseselt toote tuntuusest. Siinjuures ei ole oluline, kas selline keeld raskendab ka võrreldavate kodumaal toode-

72. Lisaks peab märkima, et juhul kui siseriiklikku õigusnormi määratletakse kui müügikorraldust, jääb see väljapoole EÜ artikli 28 kohaldamisala ning see tähendab seda, et selle normi õiguslik kontroll ei kuulu Euroopa Kohtu pädevusse. Seetõttu tuleb reserveerida müügikorraldusena kvalifitseerimine nendele õigusnormidele, mis puudutavad toodete turustamise üldtingimusi ja millega piiratakse turuosaliste ettevõtlusvabadust.³⁹ See ei kehti õigusnormide suhtes, mis puudutavad toodete omadusi või eriomadustega toodete turustamise puhul.

73. Lühidalt on reklaami valdkonnas vaja eristada, nagu eelnevalt punktis 70 mainitud, absoluutset keeldu sisaldavaid õigusnorme ja õigusnorme, mis puudutavad üksnes reklaamimeetodeid. Viimaste all tuleb mõista näiteks ümbrust reostava reklaami keeldu, reklaamimise keeldu avalikel ehitistel või teatud toodete teatud omaduste reklaame. On selge, et sellised sätted, mis toote turustamise seisukohast ei keela reklaami

38 — Vt selle kohta kohtujurist Jacobi ettepanek eespool 33. joonealuses märkuses viidatud 9. veebruari 1995. aasta kohtuasjas C-412/93: Leclerc-Siplec, punktid 20 ja 21.

39 — 29. juuni 1995. aasta otsus kohtuasjas C-391/92: komisjon v. Kreeka (EKL 1995, lk I-1621, punkt 15).

täielikult ja üldiselt, vaid seavad teatud põhjustel erinevaid tingimusi, ei takista turulepääsu ja teiste müügikanalite kasutamist. Nende eesmärk ei ole piirata turulepääsu ja nad on turustamisega kaudsemalt seotud.

76. Vaidlustatud siseriiklikku õigusnormi kohaldatakse reklaami suhtes käsitletavate toodete päritolu arvestamata. Seetõttu võib lisaks siseriikliku kohtu nimetatud rahvatervise huvidele tulla õigustusena kõne alla ka tarbijakaitse huvid.

74. Neil põhjustel leian, et reklaamides salenemisele, arstlikele soovitudele ja tunnistustele viitamise täielikku keelustamist ei saa pidada kohtuasja Keck ja Mithouard mõttes müügikorralduseks, vaid seda tuleb tervikuna hinnata EÜ artiklite 28 ja 30 kontekstis.

77. Arvestades arusaamatusi, mis võivad tekkida salendavatena esitletavate toodete puhul ja arvestades selliste toodete ebateadlikul kasutamisel tekkida võivaid ohte tervisele, tuleb ilmselgelt pidada õigustatuks seisukohta, et liikmesriikidel on õigus kehtestada eeskirju nende toodete turuletoomise laadi ja viiside, sh reklaami osas.

75. Nagu ma juba punktis 64 väitsin, on selline keeld lubatav vaid siis, kui see tõeliselt puudutab salendavate toodete importi ning sel juhul tuleb hinnata, kas selline keeld on õigustatav EÜ artikli 30 või kohtupraktikas tunnustatud üldise huvi alusel. Lisaks tuleb kooskõlas Euroopa Kohtu väljakujunenud kohtupraktikaga näidata, et sellised meetmed on püstitatud eesmärgi saavutamiseks vajalikud ja selleks sobivad ja ei takista kaubandust rohkem, kui see on vältimatult vajalik.

78. Sellised õigusnormid peavad aga täitma vajalikkuse, vastavuse ja proportsionaalsuse kriteeriumid. Nagu juba eespool on mainitud, on tarbijal siseriiklikke märgistamist puudutavate õigusnormide osas igal juhul nii majanduslik kui ka tervist puudutav huvi saada õiget teavet ostetava kauba omaduste kohta. Tarbijatele jagatava teabe raames on etiketil esitatud andmetel ja reklaamil võrreldav roll. Need erinevad siiski selles osas, et

reklaami eesmärk on juhtida tarbija tähelepanu teatud tootele, millega ta muidu kokku ei puutuks. Kuna reklaamiga puututakse reeglina kokku konkreetsest tootest eraldi, on märgistamisel esitatud teave kas tootel või toote juures.

like soovitudele, tunnistustele, avaldustele, arvamustele või heakskiidule on vastuolus EÜ artiklitega 28 ja 30.

79. See erinevus ei vii siiski siseriiklike õigusnormide erineva hindamiseni juhul, kui need käsitlevad vastavalt märgistamist ja reklaami. Mõlemal juhul on tarbija huvitatud sellest, et teda ei eksitataks. Juhul kui esitatud teave on õige, tuleb lähtuda piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ning aruka keskmise tarbija⁴⁰ võimest otsustada ostetava toote üle ilma, et seeläbi saaksid kahjustatud tema majanduslikud või tervise huvid. Sellise teabe täielik keelustamine ületab nende huvide kaitsmiseks vajaliku. Veelgi enam, salendavate toodete omaduste kohta käiva teabe puudumine võib neid huve hoopis kahjustada.

80. Sellest tulenevalt järeldan ma, et siseriiklike sätetega kehtestatud keeld viidata reklaamis salendavatele omadustele ja arst-

81. Lõpuks tuleb käsitleda selle järelduse tagajärgi asjaomasele õigusnormile. Nii nagu Euroopa Kohus on korduvalt tuvastanud, ei saa EÜ artiklitega 28 ja 30 vastuolus olevat õigusakti kohaldada imporditavate toodete suhtes.⁴¹ Euroopa Kohus rõhutas kohtuotsuses SARPP, et eelkõige reklaami valdkonnas on siseriiklike EÜ artiklitega 28 ja 30 vastuolus olevate reklaamieeskirjade kohaldamine keelatud ainult imporditud toodete, kuid mitte siseriiklike toodete suhtes.⁴² Ma olen juba eelnevalt viidanud märgistamise ja reklaami vahelisele tihedale seosele ja ka sellele, et direktiiv 2000/13 täiendab mõningaid reklaami puudutavaid eeskirju, selleks et takistada märgistamiseeskirjadest kõrvelekalandumist reklaami abil. Pärast järeldust, et märgistamisel nimetatud andmete kasutamise keeld ei ole kooskõlas märgistamisdirektiiviga, on siseriikliku kohtu ülesanne tuvastada, kas vaidlustatud õigusnormi saab kohaldada reklaami puhul, milles kodumaiste kaupade kohta esitatakse samu andmeid.

41 — Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus SARPP, punkt 16, ja eespool 24. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Guilmont, punkt 35.

42 — Eespool 10. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus, punkt 16.

40 — Eespool 19. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus.

VIII — Järeldus

82. Eelnevalt esitatud põhjendustest lähtuvalt teen Euroopa Kohtule ettepaneku vastata Rechtbank van Koophandel te Hasselt'i esitatud eelotsuse küsimustele järgnevalt:

1. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. veebruari 1999. aasta direktiivi 1999/4/EÜ kohvi- ja siguriekstraktide kohta artiklit 2 tuleb tõlgendada nii, et direktiivi lisas loetletud müüginimetusi võib kasutada ainult selles lisas nimetatud toodete puhul, kuid nende toodete turustamisel ei ole keelatud kasutada tootenimetusel lisaks muid nimetusi (nagu kaubanime või väljamõeldud nime) juhul, kui nad ei ole kohustuslike müüginimetustega segiaetavad.
2. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. märtsi 2000. aasta direktiivi 2000/13/EÜ toidu märgistamist, esitlemist ja reklaami käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artiklit 18 tuleb tõlgendada nii, et sellega on vastuolus siseriiklikud ühtlustamata õigusnormid, mis keelavad toiduainete märgistamisel ja/või esitlemisel ja/või reklaamimisel viidata „salenemisele” ja „arstlikule soovitusel, tunnistusel, avaldusel, arvamusel või heakskiidule”.
3. EÜ asutamislepingu artikleid 28 ja 30 tuleb tõlgendada nii, et nendega on vastuolus siseriiklikud ühtlustamata toiduainete reklaami puudutavad õigus-

normid, mis keelavad teistest liikmesriikidest imporditud toiduainete märgistamisel ja/või esitlemisel ja/või reklaamimisel viidata „salenemisele” ja „arstlikule soovitusel, tunnistusele, avaldusele, arvamusele või heakskiidule”. Siseriikliku kohtu ülesanne on arvestades märgistamist ja reklaami puudutavate õigusnormide omavahelisi seoseid tuvastada, millisel määral võib reklaami puudutavaid õigusnorme kohaldada kodumaiste kaupade puhul samade andmete esitamisel.