

Indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari

Corte di giustizia UE, Sez. III 14 luglio 2016, in causa C-19/15 - Bay Larsen, pres.; Safjan, est.; Saugmandsgaard Øe, avv. gen. - Verband Sozialer Wettbewerb eV c. Innova Vital GmbH.

Produzione, commercio e consumo - Tutela dei consumatori - Regolamento (CE) n. 1924/2006 - Indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari - Art. 1, par. 2 - Ambito di applicazione - Prodotti alimentari destinati ad essere forniti in quanto tali al consumatore finale - Indicazioni figuranti in una comunicazione commerciale rivolta esclusivamente a professionisti della salute.

(Omissis)

Sentenza

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari (GU 2006, L 404, pag. 9, e rettifica in GU 2007, L 12, pag. 3), come modificato dal regolamento (UE) n. 1047/2012 della Commissione, dell'8 novembre 2012 (GU 2012, L 310, pag. 36) (in prosieguo: il «regolamento n. 1924/2006»).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra il Verband Sozialer Wettbewerb eV, associazione tedesca per la difesa della concorrenza, e l'Innova Vital GmbH in merito all'applicabilità del regolamento n. 1924/2006 a indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una lettera rivolta esclusivamente a professionisti della salute.

Contesto normativo

Diritto dell'Unione

Le direttive 2000/31/CE e 2006/123/CE

3 L'articolo 2, lettera f), della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («direttiva sul commercio elettronico») (GU 2000, L 178, pag. 1), prevede che, ai fini della stessa, va inteso per:

«“comunicazioni commerciali”: tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere beni, servizi o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di una persona che esercita un'attività commerciale, industriale, artigianale o una libera professione. Non sono di per sé comunicazioni commerciali:

– le indicazioni necessarie per accedere direttamente all'attività di tale impresa, organizzazione o persona, come un nome di dominio (“domain name”) o un indirizzo di posta elettronica,

– le comunicazioni relative a beni, servizi o all'immagine di tale impresa, organizzazione o persona elaborate in modo da essa indipendente, in particolare se a titolo gratuito».

4 L'articolo 4, punto 12, della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno (GU 2006, L 376, pag. 36), accoglie una definizione simile della nozione di «comunicazione commerciale».

Il regolamento n. 1924/2006

5 Ai sensi dei considerando 1, 2, 4, 9, 14, da 16 a 18 e 23 del regolamento n. 1924/2006:

«(1) Vi è un numero crescente di alimenti etichettati e pubblicizzati nella Comunità recanti indicazioni nutrizionali e sulla salute. Per garantire un elevato livello di tutela dei consumatori e facilitare le loro scelte, i prodotti, compresi quelli importati, immessi sul mercato dovrebbero essere sicuri e adeguatamente etichettati. Una dieta variata e bilanciata costituisce un requisito fondamentale per una buona salute e i singoli prodotti hanno una relativa importanza nel contesto della dieta nel suo complesso.

(2) Le differenze tra le disposizioni nazionali relative a tali indicazioni possono impedire la libera circolazione degli alimenti e instaurare condizioni di concorrenza diseguali. In tal modo, esse hanno dirette ripercussioni sul funzionamento del mercato interno. È pertanto necessario adottare norme comunitarie sull'utilizzo delle indicazioni nutrizionali e sulla salute relative ai prodotti alimentari.

(...)

(4) Il presente regolamento si dovrebbe applicare a tutte le indicazioni nutrizionali e sulla salute figuranti in comunicazioni commerciali, compresa tra l'altro la pubblicità generica di prodotti alimentari e le campagne promozionali quali quelle appoggiate in toto o in parte da autorità pubbliche. Esso non si dovrebbe applicare alle indicazioni che figurano in comunicazioni non commerciali, quali gli orientamenti o i consigli dietetici espressi da autorità e organi della

sanità pubblica, né a comunicazioni e informazioni non commerciali riportate nella stampa e in pubblicazioni scientifiche.

(...)

(...)

(9) Vi è un'ampia gamma di sostanze nutritive e di altre sostanze a effetto nutrizionale e fisiologico, compresi, ma non solo, vitamine, minerali, oligoelementi, amminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre, varie piante ed estratti di erbe, con un effetto nutrizionale o fisiologico, che potrebbero essere presenti in un prodotto alimentare ed essere oggetto di un'indicazione. Pertanto, è opportuno stabilire principi generali applicabili a tutte le indicazioni fornite sui prodotti alimentari per garantire un elevato livello di tutela dei consumatori, per dare ai consumatori le informazioni necessarie affinché compiano scelte nella piena consapevolezza dei fatti e per creare condizioni paritarie di concorrenza per l'industria alimentare.

(...)

(14) Vi è una vasta gamma di indicazioni attualmente utilizzate nell'etichettatura e nella pubblicità degli alimenti in alcuni Stati membri che fanno riferimento a sostanze il cui effetto benefico non è ancora stato dimostrato, o in merito al quale non esiste allo stato un consenso scientifico sufficiente. È necessario garantire che le sostanze per le quali è fornita un'indicazione abbiano dimostrato di avere un effetto nutrizionale o fisiologico benefico.

(...)

(16) È importante che le indicazioni relative agli alimenti siano comprese dal consumatore ed è opportuno tutelare tutti i consumatori dalle indicazioni fuorvianti. Tuttavia, la Corte di giustizia delle Comunità europee ha ritenuto necessario, nel deliberare in cause relative alla pubblicità dopo l'entrata in vigore della direttiva 84/450/CEE del Consiglio, del 10 settembre 1984 [relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri in materia di pubblicità ingannevole (GU 1984, L 250, pag. 17)], esaminare l'effetto su un consumatore tipico virtuale. Conformemente al principio di proporzionalità, e per consentire l'effettiva applicazione delle misure di tutela in esso previste, il presente regolamento prende come parametro il consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, e tenuti presenti i fattori sociali, culturali e linguistici, secondo l'interpretazione della Corte di giustizia, ma prevede misure volte ad evitare lo sfruttamento dei consumatori che per le loro caratteristiche risultano particolarmente vulnerabili alle indicazioni fuorvianti. Ove un'indicazione sia specificatamente diretta a un determinato gruppo di consumatori, come ad esempio i bambini, è auspicabile che il suo impatto venga valutato nell'ottica del membro medio di quel gruppo. Il criterio del consumatore medio non è un criterio statistico. Gli organi giurisdizionali e le autorità nazionali dovranno esercitare la loro facoltà di giudizio tenendo conto della giurisprudenza della Corte di giustizia, per determinare la reazione tipica del consumatore medio nel caso specifico.

(17) La fondatezza scientifica dovrebbe essere l'aspetto principale di cui tenere conto nell'utilizzo di indicazioni nutrizionali e sulla salute, e gli operatori del settore alimentare che fanno uso di indicazioni dovrebbero giustificarle. Un'indicazione dovrebbe essere scientificamente corroborata, tenendo conto del complesso dei dati scientifici disponibili e valutando gli elementi di prova.

18) Indicazioni nutrizionali o sulla salute non dovrebbero figurare se incompatibili con i principi nutrizionali o sanitari generalmente riconosciuti o se incoraggiano o tollerano un consumo eccessivo di qualsiasi alimento o screditano una buona pratica dietetica.

(...)

23) Le indicazioni sulla salute dovrebbero essere autorizzate nella Comunità soltanto dopo una valutazione scientifica del più alto livello possibile. Per garantire una valutazione scientifica armonizzata delle indicazioni, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare dovrebbe effettuare tali valutazioni (...).

6 L'articolo 1 del medesimo regolamento, rubricato «Oggetto e ambito di applicazione», così recita ai paragrafi 1 e 2:

«1. Il presente regolamento armonizza le disposizioni legislative, regolamentari o amministrative degli Stati membri concernenti le indicazioni nutrizionali e sulla salute, al fine di garantire l'efficace funzionamento del mercato interno e al tempo stesso un elevato livello di tutela dei consumatori.

2. Il presente regolamento si applica alle indicazioni nutrizionali e sulla salute figuranti in comunicazioni commerciali, sia nell'etichettatura sia nella presentazione o nella pubblicità dei prodotti alimentari forniti al consumatore finale.

(...)).

7 L'articolo 2 dello stesso regolamento, rubricato «Definizioni», dispone quanto segue:

«1. Ai fini del presente regolamento si applicano le seguenti definizioni:

a) le definizioni di “alimento” (o “prodotto alimentare”), “operatore del settore alimentare”, “immissione sul mercato” e “consumatore finale” di cui all'articolo 2 e all'articolo 3, punti 3, 8 e 18 del regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare [(GU 2002, L 31, pag. 1)];

(...)

2. Si applicano inoltre le seguenti definizioni:

1) “indicazione”: qualunque messaggio o rappresentazione non obbligatorio in base alla legislazione comunitaria o nazionale, comprese le rappresentazioni figurative, grafiche o simboliche in qualsiasi forma, che affermi, suggerisca o sottintenda che un alimento abbia particolari caratteristiche;

(...)

4) “indicazione nutrizionale”: qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda che un alimento abbia particolari proprietà nutrizionali benefiche dovute:

a) all’energia (valore calorico) che

i) apporta,

ii) apporta a tasso ridotto o accresciuto, o

iii) non apporta, e/o

b) alle sostanze nutritive o di altro tipo che

i) contiene,

ii) contiene in proporzioni ridotte o accresciute, o

iii) non contiene;

5) “indicazioni sulla salute”: qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda l’esistenza di un rapporto tra un[a] categoria di alimenti, un alimento o uno dei suoi componenti e la salute;

(...)).

8 Il capo II del medesimo regolamento, relativo ai principi generali, comprende gli articoli da 3 a 7 dello stesso. Con la rubrica «Principi generali per tutte le indicazioni», l’articolo 3 del regolamento n. 1924/2006 prevede quanto segue:

«Le indicazioni nutrizionali e sulla salute possono essere impiegate nell’etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità dei prodotti alimentari immessi sul mercato comunitario solo se conformi alle disposizioni del presente regolamento.

Fatte salve le direttive 2000/13/CE e 84/450/CEE, l’impiego delle indicazioni nutrizionali e sulla salute non può:

a) essere falso, ambiguo o fuorviante;

(...)).

9 L’articolo 5 del regolamento in parola, intitolato «Condizioni generali», ai paragrafi 1 e 2 così recita:

«1. L’impiego di indicazioni nutrizionali e sulla salute è permesso soltanto se sono rispettate le seguenti condizioni:

a) si è dimostrato che la presenza, l’assenza o il contenuto ridotto in un alimento o categoria di alimenti di una sostanza nutritiva o di altro tipo rispetto alla quale è fornita l’indicazione ha un effetto nutrizionale o fisiologico benefico, sulla base di prove scientifiche generalmente accettate».

(...)

2. L’impiego di indicazioni nutrizionali e sulla salute è consentito solo se ci si può aspettare che il consumatore medio comprenda gli effetti benefici secondo la formulazione dell’indicazione».

10 Gli articoli da 10 a 19 di detto regolamento vertono sulle indicazioni sulla salute.

11 L’articolo 10 del suddetto regolamento, rubricato «Condizioni specifiche», stabilisce, al paragrafo 1, quanto segue: «Le indicazioni sulla salute sono vietate, a meno che non siano conformi ai requisiti generali del capo II e ai requisiti specifici del presente capo e non siano autorizzate a norma del presente regolamento e incluse nell’elenco delle indicazioni autorizzate di cui agli articoli 13 e 14».

Diritto tedesco

12 L’articolo 8, paragrafo 1, prima frase, della Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (legge relativa alla concorrenza sleale), nella sua versione applicabile al procedimento principale (BGBl. 2010 I, pag. 254), prevede quanto segue:

«Chiunque compia un’operazione commerciale illecita ai sensi degli articoli 3 o 7 può essere perseguito ai fini della rimozione dello stato di fatto contra ius o, nel caso di pericolo di reiterazione, può essere soggetto ad azione inibitoria».

Procedimento principale e questione pregiudiziale

13 L’Innova Vital, il cui amministratore è un medico, ha commercializzato in Germania un integratore alimentare denominato «Innova Multin® Vitamin D₃», contenente vitamina D₃, per una somministrazione sotto forma di gocce.

14 Nel novembre 2013 l’amministratore dell’Innova Vital ha inviato esclusivamente a taluni medici, individuati nominativamente, una lettera del seguente tenore (in prosieguo: la «lettera di cui trattasi»):

«(...)

Lei conosce la situazione: l’87% dei bambini in Germania ha un livello di vitamina D nel sangue inferiore a 30 ng/ml. Secondo la DGE [(Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Società tedesca di nutrizione)], tale valore dovrebbe collocarsi piuttosto tra 50 e 75 ng/ml.

Come già dimostrato da numerosi studi, la vitamina D svolge un ruolo notevole nella prevenzione di diverse patologie quali ad esempio la dermatite atopica, l’osteoporosi, il diabete mellito e la SM [sclerosi multipla]. Secondo tali studi, un livello di vitamina D troppo basso già in età infantile concorre a causare la successiva comparsa delle suddette patologie.

Per tale ragione, io stesso ho somministrato a mio figlio i preparati a base di vitamina D raccomandati e ho constatato che la forma tradizionale in compresse è poco apprezzata dai lattanti, dai bambini in tenera età e persino dai bambini in età scolare. Molto spesso, mio figlio rifiutava le compresse.

Essendo un medico specializzato in immunologia, ho riflettuto su tale questione e ho elaborato un'emulsione di vitamina D₃ (Innova Mulsin® D₃) che può essere somministrata in gocce.

(...)

Vantaggi delle emulsioni Mulsin®:

(...)

Rapida prevenzione o eliminazione delle carenze (carenza di vitamina D₃ riscontrata nell'80% della popolazione in inverno)

(...)

Potrà ottenere le condizioni di ordine diretto nonché materiale informativo gratuito per il Suo studio al numero (...).

15 La lettera di cui trattasi conteneva una presentazione per immagini dell'integratore alimentare Innova Mulsin® Vitamin D₃, informazioni sulla sua composizione, il suo prezzo di vendita nonché il costo giornaliero di un trattamento secondo il dosaggio raccomandato di una goccia al giorno.

16 Il Verband Sozialer Wettbewerb ha adito il Landgericht München I (Tribunale regionale di Monaco di Baviera I, Germania) con un'azione inibitoria diretta contro l'Innova Vital, fondandosi sull'articolo 8 della legge relativa alla concorrenza sleale, nella versione applicabile alla controversia principale.

17 Tale associazione ha sostenuto dinanzi al giudice del rinvio che la lettera di cui trattasi contiene talune indicazioni sulla salute vietate dall'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento n. 1924/2006, ossia le due affermazioni seguenti:

«Come già dimostrato da numerosi studi, la vitamina D svolge un ruolo notevole nella prevenzione di diverse patologie quali ad esempio la dermatite atopica, l'osteoporosi, il diabete mellito e la SM [(sclerosi multipla)]. Secondo tali studi, un livello di vitamina D troppo basso già in età infantile concorre a causare la successiva comparsa delle suddette patologie»

e

«Rapida prevenzione o eliminazione delle carenze (carenza di vitamina D₃ riscontrata nell'80% della popolazione in inverno)».

18 A tale riguardo, il Verband Sozialer Wettbewerb ha in particolare sostenuto che le disposizioni del regolamento n. 1924/2006 si applicano alla pubblicità destinata sia a professionisti sia a non professionisti.

19 Per contro, secondo l'Innova Vital, il regolamento n. 1924/2006 non riguarda la pubblicità destinata ai professionisti. Di conseguenza, poiché la lettera di cui trattasi era rivolta unicamente a medici, le disposizioni di tale regolamento non sarebbero applicabili alle indicazioni sulla salute vietate dall'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento n. 1924/2006 contenute in tale lettera.

20 Secondo il giudice del rinvio, la soluzione della controversia principale dipende dall'interpretazione dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006, che riguarda l'oggetto e l'ambito di applicazione dello stesso.

21 In tali circostanze, il Landgericht München I (Tribunale regionale di Monaco di Baviera I) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte la seguente questione pregiudiziale:

«Se l'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 debba essere interpretato nel senso che le disposizioni di detto regolamento valgono anche per le indicazioni nutrizionali e sulla salute figuranti in comunicazioni commerciali nella pubblicità dei prodotti alimentari forniti, in quanto tali, al consumatore finale qualora la comunicazione commerciale o la pubblicità si rivolga esclusivamente a professionisti».

Sulla questione pregiudiziale

22 Con la sua questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 debba essere interpretato nel senso che rientrano nell'ambito di applicazione del medesimo regolamento le indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale relativa a un prodotto alimentare destinato ad essere fornito in quanto tale al consumatore finale, qualora tale comunicazione sia rivolta non già a quest'ultimo, bensì esclusivamente a professionisti della salute.

23 Secondo costante giurisprudenza, ai fini dell'interpretazione di una disposizione del diritto dell'Unione si deve tener conto non soltanto della lettera della stessa, ma anche del suo contesto e degli obiettivi perseguiti dalla normativa di cui essa fa parte (v., in particolare, sentenze del 17 novembre 1983, Merck, 292/82, EU:C:1983:335, punto 12; del 4 maggio 2010, TNT Express Nederland, C-533/08, EU:C:2010:243, punto 44, e del 17 marzo 2016, Liffers, C-99/15, EU:C:2016:173, punto 14).

24 Per quanto riguarda, in primo luogo, la lettera dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006, occorre constatare che, ai termini di tale disposizione, detto regolamento si applica alle indicazioni nutrizionali e sulla salute qualora, da un lato, tali indicazioni siano formulate in comunicazioni commerciali, figurino sotto forma di etichettatura

dei prodotti alimentari, della loro presentazione o della loro pubblicità, e, dall'altro, i prodotti alimentari di cui trattasi siano destinati ad essere forniti in quanto tali al consumatore finale.

25 Tale regolamento non contiene alcuna definizione della nozione di «comunicazione commerciale». Tuttavia, detta nozione è definita, in altri ambiti del diritto dell'Unione, da disposizioni di diritto derivato, alle quali occorre ispirarsi nel caso di specie al fine di garantire la coerenza del diritto dell'Unione.

26 Così, secondo l'articolo 2, lettera f), della direttiva 2000/31, va inteso per «comunicazioni commerciali» tutte le forme di comunicazione destinate, in modo diretto o indiretto, a promuovere beni, servizi o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di una persona che esercita un'attività commerciale, industriale, artigianale o una libera professione.

27 L'articolo 4, punto 12, della direttiva 2006/123 contiene una definizione analoga della nozione di «comunicazione commerciale». A tale riguardo, la Corte ha rilevato che, ai sensi di tale disposizione, una comunicazione commerciale comprende non soltanto la pubblicità classica, ma anche altre forme di pubblicità e di comunicazione di informazioni destinate all'acquisizione di nuovi clienti (v. sentenza del 5 aprile 2011, *Société fiduciaire nationale d'expertise comptable*, C-119/09, EU:C:2011:208, punto 33).

28 Dal considerando 4 del regolamento n. 1924/2006 risulta, inoltre, che la nozione di «comunicazione commerciale» si riferisce parimenti ad una comunicazione che persegue fini «promozionali».

29 In tali circostanze, la nozione di «comunicazione commerciale», ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2, di detto regolamento, deve essere intesa nel senso che essa si riferisce, in particolare, ad una comunicazione effettuata sotto forma di pubblicità di prodotti alimentari, destinata, in modo diretto o indiretto, a promuovere tali prodotti.

30 Orbene, una siffatta comunicazione può anche avere la forma di una lettera pubblicitaria che operatori del settore alimentare rivolgono a professionisti della salute, contenente indicazioni nutrizionali o sulla salute ai sensi di tale regolamento, affinché gli stessi professionisti raccomandino, eventualmente, ai loro pazienti l'acquisto e/o il consumo di detto prodotto.

31 Occorre, inoltre, rilevare che l'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 non contiene alcuna precisazione circa il destinatario della comunicazione commerciale e non distingue a seconda che si tratti di un consumatore finale o di un professionista della salute. Ne consegue che, come rilevato dall'avvocato generale al paragrafo 39 delle sue conclusioni, è il prodotto stesso che deve essere destinato al consumatore finale, e non la comunicazione di cui esso è oggetto.

32 In tali circostanze, si deve constatare che dal tenore letterale di detta disposizione, letta alla luce dell'articolo 2, lettera f), della direttiva 2000/31 e dell'articolo 4, punto 12, della direttiva 2006/123, risulta che il regolamento n. 1924/2006 si applica alle indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale rivolta esclusivamente a professionisti della salute.

33 Occorre sottolineare, in secondo luogo, che una siffatta interpretazione non è inficiata dall'analisi del contesto nel quale si inserisce l'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006.

34 Certamente, come fatto valere dall'*Innova Vital*, taluni considerando e disposizioni del regolamento n. 1924/2006, in particolare i considerando 1, 9, 16, 29 e 36, nonché l'articolo 5, paragrafo 2, dello stesso regolamento, riguardano espressamente i «consumatori», senza menzionare i «professionisti».

35 Tuttavia, la mancata menzione dei «professionisti» in tali considerando e disposizioni non può significare che detto regolamento non si applica nella situazione in cui una comunicazione commerciale sia rivolta esclusivamente a professionisti della salute. Infatti, in una situazione del genere, tale comunicazione tra gli operatori del settore alimentare e i professionisti della salute è diretta principalmente al consumatore finale, affinché lo stesso acquisti il prodotto alimentare costituente l'oggetto di detta comunicazione, a seguito delle raccomandazioni fornite da tali professionisti.

36 Va aggiunto che da nessuna disposizione del regolamento n. 1924/2006 risulta che esso non si applica alle comunicazioni commerciali rivolte ai professionisti della salute.

37 Per quanto riguarda, infine, gli obiettivi perseguiti da detto regolamento, essi avvalorano l'interpretazione secondo la quale lo stesso regolamento si applica alle comunicazioni commerciali rivolte esclusivamente ai professionisti della salute.

38 Infatti, in forza dell'articolo 1, paragrafo 1, del regolamento n. 1924/2006, quest'ultimo è volto a garantire l'efficace funzionamento del mercato interno e al tempo stesso un elevato livello di tutela del consumatore.

39 A tale riguardo, come emerge dai considerando 1 e 18 di tale regolamento, la tutela della salute si annovera tra le principali finalità dello stesso (sentenza del 6 settembre 2012, *Deutsches Weintor*, C-544/10, EU:C:2012:526, punto 45). A tal fine, occorre, in particolare, fornire al consumatore le informazioni necessarie affinché compia scelte con piena cognizione di causa (sentenze del 10 aprile 2014, *Ehrmann*, C-609/12, EU:C:2014:252, punto 40, e del 17 dicembre 2015, *Neptune Distribution*, C-157/14, EU:C:2015:823, punto 49).

40 In tal senso, l'articolo 5, paragrafo 1, lettera a), del regolamento n. 1924/2006 prevede che l'impiego di indicazioni nutrizionali e sulla salute sia permesso soltanto se si è dimostrato che la presenza, l'assenza o il contenuto ridotto in un alimento o categoria di alimenti di una sostanza nutritiva o di altro tipo rispetto alla quale è fornita l'indicazione ha un effetto nutrizionale o fisiologico benefico, sulla base di prove scientifiche generalmente accettate. Il considerando 14 di tale regolamento contiene parimenti un'affermazione in tal senso.

41 Come precisato nel considerando 17 di detto regolamento, la fondatezza scientifica dovrebbe essere l'aspetto principale di cui tenere conto nell'utilizzo di indicazioni nutrizionali e sulla salute. Peraltro, il considerando 23 del medesimo regolamento enuncia che le indicazioni sulla salute dovrebbero essere autorizzate nell'Unione soltanto a seguito di una valutazione scientifica del più alto livello possibile e che, per garantire una valutazione scientifica armonizzata di tali indicazioni, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare dovrebbe effettuare dette valutazioni.

42 Il regolamento n. 1924/2006 prevede così un procedimento che consente di verificare se un'indicazione, ai sensi dello stesso, sia scientificamente fondata.

43 Certamente, si può ritenere che i professionisti della salute dispongano di conoscenze scientifiche superiori a quelle di un consumatore finale, inteso come un consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, come enunciato dal considerando 16 del regolamento in parola. Tuttavia, detti professionisti non possono essere considerati in grado di disporre in permanenza di tutte le conoscenze scientifiche specialistiche e aggiornate necessarie per valutare ciascuno dei prodotti alimentari e le indicazioni nutrizionali o sulla salute utilizzate nell'etichettatura, nella presentazione di tali prodotti o nella loro pubblicità.

44 Come rilevato dall'avvocato generale al paragrafo 49 delle sue conclusioni, non può escludersi che i professionisti della salute siano essi stessi indotti in errore da indicazioni nutrizionali o sulla salute inesatte, ambigue o fuorvianti.

45 Pertanto, tali professionisti della salute rischiano di trasmettere, completamente in buona fede, informazioni erronee relative ai prodotti alimentari oggetto della comunicazione commerciale ai consumatori finali con i quali essi sono in relazione. Tale rischio è tanto più rilevante in quanto detti professionisti, a causa del rapporto di fiducia che sussiste generalmente tra loro e i propri pazienti, possono esercitare un'influenza determinante su questi ultimi.

46 Inoltre, se le indicazioni nutrizionali o sulla salute rivolte a professionisti della salute non rientrassero nell'ambito di applicazione del regolamento n. 1924/2006, con la conseguenza che siffatte indicazioni potrebbero essere utilizzate senza necessariamente basarsi su prove scientifiche, esisterebbe un rischio che gli operatori del settore alimentare eludano gli obblighi previsti da tale regolamento rivolgendosi al consumatore finale con il tramite dei professionisti della salute, affinché questi raccomandino i loro prodotti a tale consumatore.

47 Di conseguenza, l'applicazione di tale regolamento alle indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale destinata a professionisti contribuisce, nell'ambito del mercato interno, di cui il regolamento n. 1924/2006 mira ad assicurare il funzionamento efficace, a un elevato livello di tutela del consumatore.

48 Gli argomenti addotti dall'Innova Vital non sono idonei a confutare l'interpretazione secondo la quale detto regolamento si applica alle indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale, incluso quando quest'ultima si rivolge esclusivamente a professionisti della salute.

49 È pur vero che, dall'articolo 5, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 deriva che l'utilizzo di indicazioni nutrizionali e sulla salute è consentito solo se il consumatore medio può comprendere gli effetti benefici secondo la formulazione dell'indicazione.

50 Tuttavia, non se ne può dedurre che qualsiasi informazione oggettiva da parte degli operatori del settore alimentare destinata a professionisti della salute sui nuovi sviluppi della scienza che implichi l'utilizzo di una terminologia tecnica o scientifica, come, nel caso di specie, l'utilizzo dei termini «dermatite atopica», sia vietata.

51 Infatti, l'articolo 5, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 deve essere inteso nel senso che tale disposizione si applica qualora le indicazioni nutrizionali e sulla salute siano comunicate direttamente al consumatore finale, per consentirgli di effettuare scelte con cognizione di causa. Orbene, come rilevato dall'avvocato generale al paragrafo 54 delle sue conclusioni, in una causa come quella di cui al procedimento principale, la lettera contenente dette indicazioni non è presentata come tale al consumatore finale, ma è rivolta a professionisti della salute che sono implicitamente invitati a raccomandare il prodotto alimentare contemplato da tali indicazioni.

52 Peraltro, il considerando 4 del regolamento n. 1924/2006 enuncia che lo stesso non si dovrebbe applicare alle indicazioni che figurano in comunicazioni non commerciali, quali gli orientamenti o i consigli dietetici espressi da autorità e organi della sanità pubblica, né a comunicazioni e informazioni non commerciali riportate nella stampa e in pubblicazioni scientifiche.

53 Di conseguenza, tale regolamento non osta all'informazione oggettiva ai professionisti della salute sui nuovi sviluppi scientifici che implicano l'utilizzo di una terminologia tecnica o scientifica, nella situazione in cui la comunicazione presenta un carattere non commerciale.

54 Tenuto conto delle considerazioni che precedono, occorre rispondere alla questione sollevata dichiarando che l'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento n. 1924/2006 deve essere interpretato nel senso che rientrano nell'ambito di applicazione di tale regolamento le indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale relativa a un prodotto alimentare destinato ad essere fornito in quanto tale al consumatore finale, qualora tale comunicazione sia rivolta non già a quest'ultimo, bensì esclusivamente a professionisti della salute.

Sulle spese

55 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

Per questi motivi, la Corte (Terza Sezione) dichiara:

L'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, come modificato dal regolamento (UE) n. 1047/2012 della Commissione, dell'8 novembre 2012, deve essere interpretato nel senso che rientrano nell'ambito di applicazione di tale regolamento le indicazioni nutrizionali o sulla salute figuranti in una comunicazione commerciale relativa a un prodotto alimentare destinato ad essere fornito in quanto tale al consumatore finale, qualora tale comunicazione sia rivolta non già a quest'ultimo, bensì esclusivamente a professionisti della salute.

(Omissis)