Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (troisième chambre)

14 juillet 2016*

«Renvoi préjudiciel — Protection des consommateurs — Règlement (CE) nº 1924/2006 — Allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires — Article 1er, paragraphe 2 — Champ d'application — Denrées alimentaires destinées à être fournies en tant que telles au consommateur final — Allégations formulées dans une communication à caractère commercial adressée exclusivement à des professionnels de santé»

Dans l'affaire C-19/15,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l'article 267 TFUE, introduite par le Landgericht München I (tribunal régional de Munich I, Allemagne), par décision du 16 décembre 2014, parvenue à la Cour le 19 janvier 2015, dans la procédure

Verband Sozialer Wettbewerb eV

contre

Innova Vital GmbH,

LA COUR (troisième chambre),

composée de M. L. Bay Larsen, président de chambre, MM. D. Šváby, J. Malenovský, M. Safjan (rapporteur) et M. Vilaras, juges,

avocat général : M. H. Saugmandsgaard Øe,

greffier : M. A. Calot Escobar,

vu la procédure écrite,

considérant les observations présentées :

— pour Innova Vital GmbH, par Me T. Büttner, Rechtsanwalt,

— pour le gouvernement grec, par Mmes A. Dimitrakopoulou et K. Karavasili, en qualité d'agents,

— pour le gouvernement français, par M. D. Colas et Mme S. Ghiandoni, en qualité d'agents,

— pour la Commission européenne, par Mmes S. Grünheid et K. Herbout-Borczak, en qualité d'agents,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 18 février 2016,

* Langue de procédure : l'allemand.

rend le présent

Arrêt

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 1er, paragraphe 2, du règlement (CE) nº 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 2006, concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires (JO 2006, L 404, p. 9 et rectificatif JO 2007, L 12, p. 3), tel que modifié par le règlement (UE) nº 1047/2012 de la Commission, du 8 novembre 2012 (JO 2012, L 310, p. 36) (ci-après le « règlement nº 1924/2006 »).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant le Verband Sozialer Wettbewerb eV, association allemande de défense de la concurrence, à Innova Vital GmbH au sujet de l'applicabilité du règlement nº 1924/2006 à des allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans un courrier adressé exclusivement à des professionnels de santé.

Le cadre juridique

Le droit de l'Union

Les directives 2000/31/CE et 2006/123/CE

3 L'article 2, sous f), de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique ») (JO 2000, L 178, p. 1), prévoit que, aux fins de celle-ci, il y a lieu d'entendre par :

« "communication commerciale", toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou exerçant une profession réglementée. Ne constituent pas en tant que telles des communications commerciales :

— les informations permettant l'accès direct à l'activité de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne, notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique,

— les communications relatives aux biens, aux services ou à l'image de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne élaborées d'une manière indépendante, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière ».

4 L'article 4, point 12, de la directive 2006/123/CE du Parlement européen et du Conseil, du 12 décembre 2006, relative aux services dans le marché intérieur (JO 2006, L 376, p. 36), retient une définition similaire de la notion de « communication commerciale ».

Le règlement nº 1924/2006

5 Aux termes des considérants 1, 2, 4, 9, 14, 16 à 18 et 23 du règlement nº 1924/2006 :

« (1) Dans la Communauté, des allégations nutritionnelles et de santé sont utilisées dans l'étiquetage et la publicité concernant un nombre croissant de denrées alimentaires. Afin d'assurer aux consommateurs un niveau élevé de protection et de faciliter leur choix, il conviendrait que les

produits mis sur le marché, y compris après importation, soient sûrs et adéquatement étiquetés. Une alimentation variée et équilibrée est une condition préalable d'une bonne santé, et les produits pris séparément ont une importance relative par rapport au régime alimentaire global.

(2) Les divergences entre les dispositions nationales concernant de telles allégations peuvent entraver la libre circulation des denrées alimentaires et créer des conditions de concurrence inégales. Elles ont donc une incidence directe sur le fonctionnement du marché intérieur. Il est donc nécessaire d'adopter des dispositions communautaires sur l'emploi d'allégations nutritionnelles et de santé concernant les denrées alimentaires.

[…]

(4) Le présent règlement devrait s'appliquer à toute allégation nutritionnelle et de santé formulée dans les communications à caractère commercial, y compris, notamment, aux campagnes publicitaires collectives faites pour les denrées alimentaires et aux campagnes de promotion, telles que celles qui sont soutenues en tout ou partie par les pouvoirs publics. Il ne devrait pas s'appliquer aux allégations qui sont formulées dans les communications à caractère non commercial, telles que les orientations ou les conseils diététiques émanant d'autorités ou d'organismes publics compétents en matière de santé, ou aux communications et informations à caractère non commercial figurant dans la presse et dans les publications scientifiques. […]

[…]

(9) Une grande variété de nutriments et d'autres substances, notamment, mais non exclusivement, des vitamines, des minéraux, y compris les oligo-éléments, des acides aminés, des acides gras essentiels, des fibres, divers plantes et extraits végétaux, ayant un effet nutritionnel ou physiologique peut être présente dans une denrée alimentaire et faire l'objet d'une allégation. Il convient, par conséquent, d'établir des principes généraux applicables à toutes les allégations portant sur des denrées alimentaires, afin d'assurer au consommateur un niveau élevé de protection, de lui fournir les informations nécessaires pour faire des choix en connaissance de cause, et de créer des conditions de concurrence égales pour l'industrie alimentaire.

[…]

(14) Une grande variété d'allégations actuellement utilisées dans certains États membres pour l'étiquetage des denrées alimentaires et la publicité en faveur de celles-ci se rapporte à des substances dont les avantages n'ont pas été prouvés ou qui ne bénéficient pas d'un consensus scientifique suffisant. Il est nécessaire de s'assurer qu'il est avéré que les substances faisant l'objet d'une allégation ont un effet nutritionnel ou physiologique bénéfique.

[…]

(16) Il est important que les allégations relatives aux denrées alimentaires puissent être comprises par le consommateur et il convient de protéger tous les consommateurs contre des allégations trompeuses. Toutefois, depuis l'adoption de la directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 [relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité trompeuse (JO 1984, L 250, p. 17)], la Cour de justice des Communautés européennes a estimé nécessaire, lorsqu'elle a statué sur des affaires de publicité, d'examiner les effets sur un consommateur représentatif théorique. Conformément au principe de proportionnalité, et en vue de permettre l'application effective des mesures de protection qui y sont prévues, le présent règlement prend comme critère d'évaluation le consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques, selon l'interprétation de la Cour de justice, mais prévoit des dispositions visant à empêcher l'exploitation de consommateurs dont les

caractéristiques les rendent particulièrement vulnérables aux allégations trompeuses. Lorsqu'une allégation s'adresse spécifiquement à un groupe particulier de consommateurs, comme les enfants, il est souhaitable que son incidence soit évaluée du point de vue d'un individu moyen représentatif de ce groupe. La notion de consommateur moyen n'est pas d'ordre statistique. Les juridictions et les autorités nationales devront s'en remettre à leur propre faculté de jugement, en tenant compte de la jurisprudence de la Cour de justice, pour déterminer la réaction typique du consommateur moyen dans un cas donné.

(17) Il convient que la justification scientifique soit le principal aspect à prendre en compte lors du recours à des allégations nutritionnelles et de santé et que les exploitants du secteur alimentaire faisant des allégations les justifient. Une allégation devrait être scientifiquement justifiée en prenant en compte l'ensemble des données scientifiques disponibles et en mettant en balance les éléments de preuve.

(18) Une allégation nutritionnelle ou de santé ne devrait pas être formulée si elle est incompatible avec des principes nutritionnels et de santé généralement admis ou si l'allégation tolère ou justifie la consommation excessive d'une denrée alimentaire ou discrédite les bonnes pratiques alimentaires.

[…]

(23) Le recours, dans la Communauté, à des allégations de santé ne devrait être autorisé qu'après une évaluation scientifique répondant aux exigences les plus élevées. Pour garantir une évaluation scientifique harmonisée de ces allégations, il conviendrait que ladite évaluation soit effectuée par l'Autorité européenne de sécurité des aliments. […] »

6 L'article 1er de ce règlement, intitulé « Objet et champ d'application », énonce, à ses paragraphes 1 et 2 :

« 1. Le présent règlement harmonise les dispositions législatives, réglementaires ou administratives des États membres qui concernent les allégations nutritionnelles et de santé, afin de garantir le fonctionnement efficace du marché intérieur tout en assurant un niveau élevé de protection des consommateurs.

2. Le présent règlement s'applique aux allégations nutritionnelles et de santé formulées dans les communications à caractère commercial, qu'elles apparaissent dans l'étiquetage ou la présentation des denrées alimentaires ou la publicité faite à leur égard, dès lors que les denrées alimentaires en question sont destinées à être fournies en tant que telles au consommateur final.

[…] »

7 L'article 2 dudit règlement, intitulé « Définitions », dispose :

« 1. Aux fins du présent règlement :

a) les définitions des termes "denrée alimentaire", "exploitant du secteur alimentaire", "mise sur le marché" et "consommateur final" figurant à l'article 2 et à l'article 3, points 3), 8) et 18), du règlement (CE) nº 178/2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires [(JO 2002, L 31, p. 1)] sont applicables ;

[…]

2. Les définitions suivantes sont également applicables :

1) “allégation” : tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d’images, d’éléments graphiques ou de symboles, quelle qu’en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu’une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières ;

[…]

4) “allégation nutritionnelle” : toute allégation qui affirme, suggère ou implique qu’une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques particulières de par :
   a) l’énergie (valeur calorique) qu’elle :
      i) fournit,
      ii) fournit à un degré moindre ou plus élevé, ou
      iii) ne fournit pas, et/ou
   b) les nutriments ou autres substances qu’elle :
      i) contient,
      ii) contient en proportion moindre ou plus élevée, ou
      iii) ne contient pas ;

5) “allégation de santé” : toute allégation qui affirme, suggère ou implique l’existence d’une relation entre, d’une part, une catégorie de denrées alimentaires, une denrée alimentaire ou l’un de ses composants et, d’autre part, la santé ;

[…] »

8 Le chapitre II du même règlement, relatif aux principes généraux, comprend les articles 3 à 7 de celui-ci. Sous l’intitulé « Principes généraux applicables à toutes les allégations », l’article 3 du règlement nº 1924/2006 prévoit :

« Des allégations nutritionnelles et de santé ne peuvent être employées dans l’étiquetage et la présentation des denrées alimentaires mises sur le marché communautaire ainsi que dans la publicité faite à l’égard de celles-ci que si elles sont conformes aux dispositions du présent règlement.

Sans préjudice des directives 2000/13/CE et 84/450/CEE, les allégations nutritionnelles et de santé ne doivent pas :

a) être inexactes, ambiguës ou trompeuses ;

[…] »

9 L’article 5 de ce règlement, intitulé « Conditions générales », énonce, à ses paragraphes 1 et 2 :

« 1. L’emploi d’allégations nutritionnelles et de santé n’est autorisé que si les conditions suivantes sont remplies :

a) la présence, l’absence ou la teneur réduite dans une denrée alimentaire ou une catégorie de denrées alimentaires d’un nutriment ou d’une autre substance faisant l’objet de l’allégation s’est avérée avoir un effet nutritionnel ou physiologique bénéfique, tel qu’établi par des preuves scientifiques généralement admises ;

[…]

2. L'emploi d'allégations nutritionnelles et de santé n'est autorisé que si l'on peut s'attendre à ce que le consommateur moyen comprenne les effets bénéfiques exposés dans l'allégation. »

10 Les articles 10 à 19 dudit règlement portent sur les allégations de santé.

11 L'article 10 du même règlement, intitulé « Conditions spécifiques », dispose, à son paragraphe 1 :

« Les allégations de santé sont interdites sauf si elles sont conformes aux prescriptions générales du chapitre II et aux exigences spécifiques du présent chapitre et si elles sont autorisées conformément au présent règlement et figurent sur les listes d'allégations autorisées visées aux articles 13 et 14. »

Le droit allemand

12 L'article 8, paragraphe 1, première phrase, du Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (loi relative à la concurrence déloyale), dans sa version applicable au litige au principal (BGBl. 2010 I, p. 254), prévoit :

« Il est possible d'intenter une action en suppression de l'état de fait illicite ou, en cas de risque de récidive, en cessation contre quiconque commet un acte commercial illicite au sens des articles 3 et 7. »

Le litige au principal et la question préjudicielle

13 Innova Vital, dont le gérant est un médecin, a commercialisé en Allemagne un complément alimentaire dénommé « Innova Mulsin® Vitamin D_3 », contenant de la vitamine D_3, pour une administration sous la forme de gouttes.

14 Au mois de novembre 2013, le gérant d'Innova Vital a adressé exclusivement à des médecins, nommément désignés, un courrier libellé comme suit (ci-après le « courrier en cause ») :

« […]

Vous connaissez la situation : 87 % des enfants en Allemagne ont une teneur en vitamine D dans le sang inférieure à 30 ng/ml. Selon la DGE [(Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Société allemande de nutrition)], cette valeur devrait plutôt se situer entre 50 et 75 ng/ml.

Comme l'ont déjà montré de nombreuses études, la vitamine D joue un rôle significatif dans la prévention de plusieurs maladies comme la dermatite atopique, l'ostéoporose, le diabète sucré et la SEP [sclérose en plaques]. Selon ces études, un taux trop faible de vitamine D dès l'enfance est pour partie responsable de l'apparition ultérieure de ces pathologies.

Pour cette raison, j'ai moi-même administré à mon fils les préparations à base de vitamine D recommandées et j'ai constaté que la forme traditionnelle en comprimés n'est guère appréciée par les nourrissons, les enfants en bas âge ou même les enfants en âge scolaire. Bien souvent, mon fils recrachait les comprimés.

En tant que médecin spécialisé en immunologie, j'ai réfléchi à la question et ai mis au point une émulsion de vitamine D_3 (Innova Mulsin® D_3), qui peut être administrée sous la forme de gouttes.

[…]

Avantages des émulsions Mulsin® :

[…]

Prévention ou élimination rapides des états carentiels (80 % de la population est décrite comme carencée en vitamine D_3 en hiver)

[…]

Vous obtiendrez les conditions de commande directe ainsi que du matériel d'information gratuit pour votre cabinet au numéro […] ».

15 Le courrier en cause contenait une présentation en image du complément alimentaire Innova Mulsin® Vitamin D_3, des informations sur la composition de celui-ci, son prix de vente et le coût journalier d'un traitement selon la posologie recommandée d'une goutte par jour.

16 Le Verband Sozialer Wettbewerb a saisi le Landgericht München I (tribunal régional de Munich I, Allemagne) d'une action en cessation dirigée contre Innova Vital, en se fondant sur l'article 8 de la loi relative à la concurrence déloyale, dans sa version applicable au litige au principal.

17 Cette association a soutenu devant la juridiction de renvoi que le courrier en cause comporte des allégations de santé interdites par l'article 10, paragraphe 1, du règlement nº 1924/2006, à savoir les deux affirmations suivantes :

« Comme l'ont déjà montré de nombreuses études, la vitamine D joue un rôle significatif dans la prévention de plusieurs maladies comme la dermatite atopique, l'ostéoporose, le diabète sucré et la SEP [(sclérose en plaques)]. Selon ces études, un taux trop faible de vitamine D dès l'enfance est pour partie responsable de l'apparition ultérieure de ces pathologies »

et

« Prévention ou élimination rapides des états carentiels (80 % de la population est décrite comme carencée en vitamine D_3 en hiver) ».

18 À cet égard, le Verband Sozialer Wettbewerb a notamment fait valoir que les dispositions du règlement nº 1924/2006 s'appliquent à la publicité destinée à des professionnels comme à des non-professionnels.

19 En revanche, selon Innova Vital, le règlement nº 1924/2006 ne concerne pas la publicité destinée aux professionnels. Par conséquent, dès lors que le courrier en cause s'adressait uniquement à des médecins, les dispositions de ce règlement ne seraient pas applicables aux allégations de santé interdites par l'article 10, paragraphe 1, du règlement nº 1924/2006 contenues dans ce courrier.

20 Selon la juridiction de renvoi, la solution du litige au principal dépend de l'interprétation de l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006, qui concerne l'objet et le champ d'application de ce règlement.

21 Dans ces conditions, le Landgericht München I (tribunal régional de Munich I) a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour la question préjudicielle suivante :

« L'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006 doit-il être interprété en ce sens que les dispositions de ce règlement s'appliquent également aux allégations nutritionnelles et de santé formulées dans les communications à caractère commercial apparaissant dans la publicité de denrées alimentaires destinées à être fournies en tant que telles au consommateur final lorsque cette communication commerciale ou publicité s'adresse exclusivement à des professionnels ? »

Sur la question préjudicielle

22 Par sa question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006 doit être interprété en ce sens que relèvent du champ d'application de ce règlement les allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial portant sur une denrée alimentaire destinée à être fournie en tant que telle au consommateur final, lorsque cette communication est adressée non pas au consommateur final, mais exclusivement à des professionnels de santé.

23 Conformément à une jurisprudence constante de la Cour, en vue de l'interprétation d'une disposition du droit de l'Union, il y a lieu de tenir compte non seulement des termes de celle-ci, mais également de son contexte et des objectifs poursuivis par la réglementation dont elle fait partie (voir, notamment, arrêts du 17 novembre 1983, Merck, 292/82, EU:C:1983:335, point 12 ; du 4 mai 2010, TNT Express Nederland, C-533/08, EU:C:2010:243, point 44, et du 17 mars 2016, Liffers, C-99/15, EU:C:2016:173, point 14).

24 S'agissant, en premier lieu, du libellé de l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006, il convient de constater que, aux termes de cette disposition, ledit règlement s'applique aux allégations nutritionnelles et de santé lorsque, d'une part, ces allégations sont formulées dans des communications à caractère commercial, qu'elles apparaissent sous la forme de l'étiquetage des denrées alimentaires, de la présentation de celles-ci ou de la publicité faite à leur égard, et que, d'autre part, les denrées alimentaires en question sont destinées à être fournies en tant que telles au consommateur final.

25 Ce règlement ne contient pas de définition de la notion de « communication à caractère commercial ». Cependant, cette notion est définie, dans d'autres domaines du droit de l'Union, par des dispositions de droit dérivé, dont il convient, en l'occurrence, de s'inspirer en vue d'assurer la cohérence du droit de l'Union.

26 Ainsi, selon l'article 2, sous f), de la directive 2000/31, il y a lieu d'entendre par « communication commerciale » toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou exerçant une profession réglementée.

27 L'article 4, point 12, de la directive 2006/123 contient une définition similaire de la notion de « communication commerciale ». À cet égard, la Cour a relevé que, au sens de cette disposition, une communication commerciale comprend non seulement la publicité classique, mais également d'autres formes de publicité et de communications d'informations destinées à engager de nouveaux clients (voir arrêt du 5 avril 2011, Société fiduciaire nationale d'expertise comptable, C-119/09, EU:C:2011:208, point 33).

28 Il ressort d'ailleurs du considérant 4 du règlement nº 1924/2006 que la notion de « communication à caractère commercial » vise également une communication qui poursuit des fins de « promotion ».

29 Dans ces conditions, la notion de « communication à caractère commercial », au sens de l'article 1er, paragraphe 2, de ce règlement, doit être comprise comme visant, notamment, une communication effectuée sous la forme de la publicité faite à l'égard des denrées alimentaires, destinée à promouvoir, directement ou indirectement, ces denrées.

30 Or, une telle communication peut prendre également la forme d'un courrier publicitaire que des exploitants du secteur alimentaire adressent à des professionnels de santé, contenant des allégations nutritionnelles ou de santé au sens de ce règlement, afin que ces professionnels recommandent, le cas échéant, à leurs patients d'acheter et/ou de consommer ladite denrée.

31 En outre, il convient de relever que l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2004 ne comporte pas de précision sur le destinataire de la communication à caractère commercial et ne distingue pas selon qu'il s'agit d'un consommateur final ou d'un professionnel de santé. Il s'ensuit que, ainsi que M. l'avocat général l'a relevé au point 39 de ses conclusions, c'est le produit lui-même qui doit être destiné au consommateur final et non la communication dont il fait l'objet.

32 Dans ces conditions, il y a lieu de constater qu'il résulte du libellé de cette disposition, lue à la lumière de l'article 2, sous f), de la directive 2000/31 et de l'article 4, point 12, de la directive 2006/123, que le règlement nº 1924/2006 s'applique aux allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial adressée exclusivement à des professionnels de santé.

33 Il importe de souligner, en deuxième lieu, qu'une telle interprétation n'est pas infirmée par l'analyse du contexte dans lequel s'insère l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006.

34 Certes, ainsi que le fait valoir Innova Vital, certains considérants et des dispositions du règlement nº 1924/2006, notamment les considérants 1, 9, 16, 29 et 36, ainsi que l'article 5, paragraphe 2, de ce règlement, visent expressément les « consommateurs », sans mentionner les « professionnels ».

35 Cependant, l'absence de mention des « professionnels » dans ces considérants et ces dispositions ne saurait signifier que ledit règlement ne s'applique pas dans la situation où une communication à caractère commercial est adressée exclusivement à des professionnels de santé. En effet, dans une telle situation, cette communication entre les exploitants du secteur alimentaire et les professionnels de santé vise principalement le consommateur final, afin que celui-ci acquière la denrée alimentaire faisant l'objet de ladite communication, à la suite des recommandations données par ces professionnels.

36 Il convient d'ajouter qu'il ne ressort d'aucune disposition du règlement nº 1924/2006 que celui-ci ne s'applique pas aux communications commerciales adressées aux professionnels de santé.

37 S'agissant, en dernier lieu, des objectifs poursuivis par ledit règlement, ceux-ci confortent l'interprétation selon laquelle ce même règlement s'applique aux communications à caractère commercial adressées exclusivement aux professionnels de santé.

38 En effet, en vertu de l'article 1er, paragraphe 1, du règlement nº 1924/2006, ce dernier vise à garantir le fonctionnement efficace du marché intérieur tout en assurant un niveau élevé de protection du consommateur.

39 À cet égard, ainsi que cela ressort des considérants 1 et 18 de ce règlement, la protection de la santé figure parmi les principales finalités de ce règlement (arrêt du 6 septembre 2012, Deutsches Weintor, C-544/10, EU:C:2012:526, point 45). À cette fin, il convient, notamment, de fournir au consommateur les informations nécessaires pour lui permettre d'effectuer des choix en connaissance de cause (arrêts du 10 avril 2014, Ehrmann, C-609/12, EU:C:2014:252, point 40, et du 17 décembre 2015, Neptune Distribution, C-157/14, EU:C:2015:823, point 49).

40 En ce sens, l'article 5, paragraphe 1, sous a), du règlement nº 1924/2006 prévoit que l'emploi d'allégations nutritionnelles et de santé n'est autorisé que si la présence, l'absence ou la teneur réduite dans une denrée alimentaire ou une catégorie de denrées alimentaires d'un nutriment ou d'une autre substance faisant l'objet de l'allégation s'est avérée avoir un effet nutritionnel ou physiologique bénéfique, tel qu'établi par des preuves scientifiques généralement admises. Le considérant 14 de ce règlement contient également une énonciation en ce sens.

41 Comme le précise le considérant 17 dudit règlement, la justification scientifique doit être le principal aspect à prendre en compte lors du recours à des allégations nutritionnelles et de santé. Par ailleurs, le considérant 23 du même règlement énonce que le recours, dans l'Union, à des allégations de santé ne

devrait être autorisé qu'après une évaluation scientifique répondant aux exigences les plus élevées et que, pour garantir une évaluation scientifique harmonisée de ces allégations, il conviendrait que ladite évaluation soit effectuée par l'Autorité européenne de sécurité des aliments.

42 Le règlement nº 1924/2006 prévoit ainsi une procédure permettant de vérifier si une allégation, au sens de celui-ci, est scientifiquement justifiée.

43 Certes, les professionnels de santé peuvent être considérés comme disposant de connaissances scientifiques supérieures à celles d'un consommateur final, entendu comme un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, ainsi que l'énonce le considérant 16 de ce règlement. Cependant, ces professionnels ne sauraient être regardés comme étant en mesure de disposer en permanence de l'ensemble des connaissances scientifiques spécialisées et actualisées nécessaires pour évaluer chacune des denrées alimentaires et les allégations nutritionnelles ou de santé employées dans l'étiquetage, la présentation de ces denrées ou la publicité faite à leur égard.

44 Comme l'a relevé M. l'avocat général au point 49 de ses conclusions, il ne saurait être exclu que les professionnels de santé soient eux-mêmes induits en erreur par des allégations nutritionnelles ou de santé inexactes, ambiguës ou trompeuses.

45 Dès lors, ces professionnels de santé risquent de transmettre, en toute bonne foi, des informations erronées relatives aux denrées alimentaires faisant l'objet de la communication commerciale aux consommateurs finals avec lesquels ils sont en relation. Ce risque est d'autant plus notable que lesdits professionnels sont susceptibles, en raison du rapport de confiance qui existe généralement entre eux et leurs patients, d'exercer une influence marquante sur ces derniers.

46 En outre, si les allégations nutritionnelles ou de santé adressées à des professionnels de santé n'entraient pas dans le champ d'application du règlement nº 1924/2006, avec la conséquence que de telles allégations pourraient être utilisées sans nécessairement reposer sur des preuves scientifiques, il existerait un risque que les exploitants du secteur alimentaire contournent les obligations prévues par ce règlement en s'adressant au consommateur final par l'intermédiaire des professionnels de santé, afin que ceux-ci recommandent leurs denrées auprès de ce consommateur.

47 Par conséquent, l'application de ce règlement aux allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial destinée à des professionnels contribue, dans le cadre du marché intérieur, dont le règlement nº 1924/2006 vise à assurer le fonctionnement efficace, à un niveau élevé de protection du consommateur.

48 Les arguments avancés par Innova Vital ne sont pas de nature à infirmer l'interprétation selon laquelle ledit règlement s'applique aux allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial, y compris lorsque cette dernière s'adresse exclusivement à des professionnels de santé.

49 Certes, il résulte de l'article 5, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006 que l'emploi d'allégations nutritionnelles et de santé n'est autorisé que si le consommateur moyen peut comprendre les effets bénéfiques exposés dans l'allégation.

50 Toutefois, il ne peut en être déduit que toute information objective de la part des exploitants du secteur alimentaire à destination des professionnels de santé sur les nouveaux développements de la science impliquant l'utilisation d'une terminologie technique ou scientifique, comme, en l'occurrence, l'emploi des termes « dermatite atopique », serait interdite.

51 En effet, l'article 5, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006 doit être compris en ce sens que cette disposition s'applique lorsque les allégations nutritionnelles et de santé sont communiquées directement au consommateur final, pour lui permettre d'effectuer des choix en connaissance de

cause. Or, ainsi que l'a relevé M. l'avocat général au point 54 de ses conclusions, dans une affaire telle que celle au principal, le courrier contenant ces allégations n'est pas soumis en tant que tel au consommateur final, mais est adressé à des professionnels de santé qui sont implicitement invités à lui recommander la denrée alimentaire visée par ces allégations.

52 Par ailleurs, le considérant 4 du règlement nº 1924/2006 énonce que celui-ci ne devrait pas s'appliquer aux allégations qui sont formulées dans les communications à caractère non commercial, telles que les orientations ou les conseils diététiques émanant d'autorités ou d'organismes publics compétents en matière de santé, ou aux communications et aux informations à caractère non commercial figurant dans la presse et dans les publications scientifiques.

53 Par conséquent, ce règlement ne s'oppose pas à l'information objective des professionnels de santé sur les nouveaux développements scientifiques, impliquant l'utilisation d'une terminologie technique ou scientifique, dans la situation où la communication présente un caractère non commercial.

54 Eu égard aux considérations qui précèdent, il convient de répondre à la question posée que l'article 1er, paragraphe 2, du règlement nº 1924/2006 doit être interprété en ce sens que relèvent du champ d'application de ce règlement les allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial portant sur une denrée alimentaire destinée à être fournie en tant que telle au consommateur final, lorsque cette communication est adressée non pas au consommateur final, mais exclusivement à des professionnels de santé.

Sur les dépens

55 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (troisième chambre) dit pour droit :

L'article 1er, paragraphe 2, du règlement (CE) nº 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 2006, concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires, tel que modifié par le règlement (UE) nº 1047/2012 de la Commission, du 8 novembre 2012, doit être interprété en ce sens que relèvent du champ d'application de ce règlement les allégations nutritionnelles ou de santé formulées dans une communication à caractère commercial portant sur une denrée alimentaire destinée à être fournie en tant que telle au consommateur final, lorsque cette communication est adressée non pas au consommateur final, mais exclusivement à des professionnels de santé.

Signatures