JULKISASIAMIEHEN RATKAISUEHDOTUS
JEAN MISCHO
12 päivänä maaliskuuta 1998 *

1. Muna-alan yhteisestä markkinajärjestelystä 29 päivänä lokakuuta 1975 annetussa neuvoston asetuksessa (ETY) N:o 2771/75 [1] säädetään kaupan pitämisen vaatimuksista erityisesti munien laatu- ja painoluokittelun, pakkaamisen, varastoinnin, kuljetuksen, esillepanon ja merkinnän osalta.

2. Tähän asetukseen perustuu tietyistä munien kaupan pitämisen vaatimuksista 26 päivänä kesäkuuta 1990 annettu neuvoston asetus (ETY) N:o 1907/90. [2] Sen 10 artiklassa vahvistetaan säännökset munien myyntipakkauksiin tehtävistä merkinnöistä. Tämän säännöksen sanamuoto on seuraava:

"1. Suurpakkausten ja pienpakkausten ulkopinnassa on oltava myös silloin, kun ne ovat suurpakkausten sisällä, selvästi näkyvissä ja täysin luettavissa:

a) sen laitoksen nimi tai toiminimi ja osoite, joka on pakannut tai pakkauttanut munat; kyseisen yrityksen käyttämä nimi, toiminimi tai tavaramerkki, joka voi olla useamman laitoksen yhteisesti käyttämä tavaramerkki, voi olla näkyvissä, jos siihen ei sisälly tämän asetuksen kanssa ristiriitaisia munien laatuun, tuoreuteen, tuotantotapaan tai alkuperään liittyviä mainintoja;

— —

2. Sekä suur- että pienpakkausten sisä- tai ulkopintaan voidaan kuitenkin merkitä seuraavat lisämaininnat:

a) — —

* Alkuperäinen kieli: ranska.

1 — EYVL L 282, s. 49.

2 — EYVL L 173, s. 5.

c) myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot, jos nämä tiedonannot tai niiden esitystapa eivät johda kuluttajaa harhaan.

3. Muita päivämääriä sekä munien tuotantotapaan ja alkuperään liittyviä mainintoja saadaan merkitä ainoastaan asetuksen (ETY) N:o 2771/75 17 artiklassa säädettyä menettelyä noudattaen annettavien sääntöjen mukaisesti. Nämä säännöt koskevat erityisesti munien tuotantotapaa koskevissa maininnoissa käytettäviä ilmaisuja sekä munien alkuperään liittyviä arviointiperusteita."

3. Asetuksen N:o 1907/90 14 artiklassa todetaan, että pakkauksissa ei saa olla muita kuin tässä asetuksessa säädettyjä merkintöjä.

4. Komissio on 15.5.1991 antanut asetuksen (ETY) N:o 1274/91 edellä mainitun asetuksen soveltamista koskevista yksityiskohtaisista säännöistä. [3] Sen 18 artiklassa luetellaan edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 3 kohdassa tarkoitetun tuotantotavan ilmaisemiseen käytettävät merkinnät.

3 — EYVL L 121, s. 11.

5. Pääasiassa kantajana oleva Gut Springenheide GmbH -niminen yritys (jäljempänä Gut Springenheide) pitää kaupan nimikkeellä "6-Korn — 10 frische Eier" (kuusi viljalajia — 10 tuoretta munaa) valmiiksi pakattuja munia, joiden jokaiseen myyntipakkaukseen on piilotettu mainosilmoitus.

Mainosilmoituksen sisältö on seuraava:

"Kuuden viljalajin munat ovat sellaisten kanojen munimia, joita on ruokittu kuuden eri lajin luonnonviljalla. Tähän ravintoon kuuluu luonnollisena osana myös munan kasvisvalkuainen — se on täysin terveen munan maku. Jokainen kuudesta viljalajista — — sisältää erityisesti tärkeitä vitamiineja, kivennäisaineita ja hivenaineita. Kanojen ruokinta on suunniteltu täyden hyödyn saamiseksi siitä. Kuuden viljalajin munat erottuvat muista herkullisella maullaan ja luonnollisella laadullaan."

6. Huomautettuaan Gut Springenheidelle useampaan kertaan maininnasta "kuuden viljalajin munat" ja mainosilmoituksesta elintarvikevalvontavirasto vaati 24.7.1989 päivätyllä kirjeellään yritystä sen johtajan Tuskyn välityksellä luopumaan kyseisestä maininnasta ja ilmoituksesta. Tuskylle määrättiin lisäksi sakkorangaistus 5.9.1990.

7. Gut Springenheide ja sen johtaja ovat Verwaltungsgerichtissä vireille panemassaan kanteessa vaatineet sen toteamista, etteivät maininta ja mainosilmoitus ole voimassa olevien säännösten vastaisia. Hävittyään asian sekä ensimmäisessä oikeusasteessa että muutoksenhakuasteessa ne ovat tehneet Bundesverwaltungsgerichtille revisio-valituksen muutoksenhakuasteen antamasta päätöksestä.

8. Bundesverwaltungsgericht on katsonut, että oikeusriidan ratkaisu riippuu edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdan e alakohdan tulkinnasta. Se on sen vuoksi päättänyt lykätä asian ratkaisemisen ja esittää yhteisöjen tuomioistuimelle seuraavat ennakkoratkaisukysymykset:

"1) Onko asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdan e alakohdassa säädetyllä tavalla sen arvioimiseksi, voivatko myynnin edistämiseksi tarkoitetut maininnat johtaa kuluttajaa harhaan, tutkittava kulloistenkin kuluttajien todellisia odotuksia, vai tarkoitetaanko kyseisessä säännöksessä objektiivista, vain oikeudellisin perustein tulkittavaa kuluttajan käsitettä?

2) Jos katsotaan, että arvioinnin on perustuttava kuluttajien todellisiin odotuksiin, esitetään seuraavat kysymykset:

a) Onko arvioinnin perustuttava valistuneeseen keskivertokuluttajaan vaiko vähemmän tiedostavaan kuluttajaan?

b) Voidaanko vahvistaa sellainen prosentuaalinen osuus kuluttajista, jonka perusteella voidaan määrittää kuluttajien odotukset?

3) Jos arvioinnin perustaksi on otettava objektiivinen, vain oikeudellisin termein tulkittava kuluttajan käsite, miten tämä käsite on määriteltävä?"

Alustava tarkastelu

9. Ranskan hallituksen mielestä yhteisöjen tuomioistuimen on kahdesta syystä jätettävä vastaamatta esitettyihin kysymyksiin.

10. Ranskan hallitus kehottaa yhteisöjen tuomioistuinta ensiksi tutkimaan toimivaltansa asiassa. Hallitus toteaa perustellusti, että kaikki asiaan liittyvät tosiseikat ovat tapahtuneet ennen 1.10.1990, jolloin asetus N:o 1907/90 on sen 24 artiklan mukaisesti tullut voimaan.

11. Oikeudenkäyntiasiakirjoista ilmenee kuitenkin, ettei ennakkoratkaisua pyytäneessä tuomioistuimessa vireillä olevan valituksen välittömänä tavoitteena ole kansallisten viranomaisten toimenpiteiden kumoaminen, vaan sen toteaminen, että pääasian kantajan toiminta on voimassa olevien säännösten mukaista. Kansallisen tuomioistuimen esittämät kysymykset kohdistuvat kiistattomasti muutoksenhakumenettelyn aikana voimassa oleviin säännöksiin. Katson siten, ettei tästä aiheudu ennakkoratkaisupyynnön tutkittavaksi ottamiseen liittyviä ongelmia.

12. On kuitenkin huomautettava, että asetusta N:o 1907/90 on muutettu vuosina 1993 [4] ja 1994. [5] Vain ensimmäinen muutos vaikuttaa tähän asiaan, sillä jälkimmäinen ei koskenut 10 artiklaa. Muutoksen jälkeen 10 artiklan 1 kohdan a alakohta kuuluu seuraavasti:

"a) sen laitoksen nimi tai toiminimi ja osoite, joka on pakannut tai pakkauttanut munat, kyseisen yrityksen nimi, toiminimi tai sen käyttämä tavaramerkki, joka voi olla useamman laitoksen yhteisesti käyttämä tavaramerkki, joka voi olla näkyvissä, jos tähän tiedonantoon tai symboliin ei sisälly tämän asetuksen kanssa ristiriitaisia munien laatuun, tuoreuteen, tuotantotapaan tai alkuperään liittyviä mainintoja."

Asetuksen 10 artiklan 2 kohdan e alakohta kuuluu nykyään seuraavasti:

"e) munien tai muiden tuotteiden myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot tai symbolit siinä määrin kuin tällaiset tiedonannot, symbolit tai niiden toteutustapa eivät johda kuluttajaa harhaan."

4 — Neuvoston asetus N:o 2617/93, annettu 21.9.1993 (EYVL L 240, s. 1).

5 — Neuvoston asetus N:o 3117/94, annettu 12.12.1994 (EYVL L 330, s. 4).

Nämä muutokset eivät kuitenkaan vaikuta Bundesverwaltungsgerichtin esittämien kysymysten sanamuotoon.

13. Ranskan hallitus on esittänyt toisenkin syyn, jonka vuoksi yhteisöjen tuomioistuimen ei sen mielestä pidä vastata esitettyihin kysymyksiin.

14. Hallitus vetoaa siihen, että ilmaisu "kuuden viljalajin munat" on asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 1 kohdan a alakohdan ja 3 kohdan sekä 14 artiklan nojalla joka tapauksessa kielletty. Tämän vuoksi on tarpeetonta esittää kysymystä asetuksen 10 artiklan 2 kohdan e alakohdan ilmaisun "johda kuluttajaa harhaan" tulkinnasta.

15. Ranskan hallitus perustelee näkemystään seuraavasti: riidanalainen ilmaisu koskee tuotantotapaa, koska sillä pyritään kiinnittämään kuluttajan huomio munivien kanojen ravintoon, joka on eräs eläinten tuotantotavan ominaispiirteistä. Ranskan hallitus myöntää, ettei asetuksessa N:o 1907/90 itsessään määritellä tuotantotavan käsitettä, mutta katsoo voivansa viitata tietyistä siipikarjan kaupan pitämisen vaatimuksista annetun neuvoston asetuksen (ETY) N:o 1906/90 soveltamista koskevista yksityiskohtaisista säännöistä 5 päivänä kesäkuuta 1991 annettuun komission asetukseen (ETY) N:o 1538/91, [6] jonka mukaan siipikarjan tuotantotapaa koskevia ilmaisuja ovat muun muassa ravintoa koskevat maininnat.

16. Edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 3 kohdassa säädetään, että munien tuotantotapaan liittyviä mainintoja saadaan merkitä ainoastaan asetuksen N:o 2771/75 17 artiklassa säädettyä menettelyä noudattaen annettavien sääntöjen mukaisesti. Komissio on tässä yhteydessä antanut edellä mainitun asetuksen N:o 1274/91.

17. Asetuksen 18 artiklassa luetellaan tyhjentävästi munien myyntipakkauksissa käytettävät tuotantotapaa koskevat ilmaisut. Kun ilmaisu "kuuden viljalajin" ei sisälly asetuksella hyväksyttyihin ilmaisuihin, sen käyttäminen on Ranskan hallituksen mielestä siten luvatonta. Sen mielestä ei siksi ole tarpeen vastata Bundesverwaltungsgerichtin esittämiin kysymyksiin.

18. Ranskan hallitus huomauttaa, että jos kysymyksessä oleva ilmaisu on tavaramerkki, sitä koskee 10 artiklan 1 kohdan a alakohta, jossa säädetään, että "kyseisen yrityksen käyttämä nimi, toiminimi tai tavaramerkki — — voi olla näkyvissä, jos

6 — EYVL L 143, s. 11.

siihen ei sisälly tämän asetuksen kanssa ristiriitaisia munien laatuun, tuoreuteen, tuotantotapaan tai alkuperään liittyviä mainintoja", ja aikaisemmin esitetyt näkökohdat pätevät tällöinkin.

19. Tässä tapauksessa oikeudenkäyntiasiakirjojen perusteella näyttää siltä, että kysymyksessä oleva ilmaisu on myös tavaramerkki. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen kysymys ei kuitenkaan koske 10 artiklan 1 kohdan a alakohtaa, joka on tavaramerkkejä koskeva asetuksen säännös. Tämä voi kuitenkin johtua siitä, että kuten Ranskan hallitus täysin paikkansa pitävästi huomauttaa, kysymys siitä, käytetäänkö ilmaisua "kuuden viljalajin" tavaramerkkinä vai ei, on tähän asiaan sovellettavien oikeussääntöjen kannalta asiaan vaikuttamatonta: ilmaisun on joka tapauksessa oltava asetuksen ja etenkin sen 10 artiklan muiden säännösten mukainen.

20. On kiistatonta, ettei ilmaisua "kuuden viljalajin" mainita asetuksella sallittujen tuotantotapaa koskevien merkintöjen joukossa. Seuraako tästä välttämättä, että sen käyttäminen on luvatonta?

21. Asetuksella N:o 1907/90 toteutettu järjestelmä perustuu munien myyntipakkauksiin tehtävien mainintojen jakamiseen kolmeen ryhmään.

22. Asetuksen 10 artiklan 1 kohdassa luetellaan pakolliset maininnat. Saman artiklan 3 kohdassa säädetään eräistä maininnoista, joiden käyttö on vapaaehtoista. Niitä ovat muut päivämäärät sekä munien tuotantotapaan ja alkuperään liittyvät maininnat. Artiklan 3 kohdassa tarkoitettuja mainintoja saadaan merkitä ainoastaan noudattaen edellä mainitussa komission asetuksessa N:o 1274/91 säädettyjä tiukkoja edellytyksiä. Asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdassa luetellaan vielä eräitä mainintoja, joiden merkitseminen on sallittua, kuten "myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot, jos nämä tiedonannot tai niiden esitystapa eivät johda kuluttajaa harhaan"; nämä tiedonannot ovat tämän oikeudenkäynnin kohteena.

23. Sääntelyä täydentää asetuksen N:o 1907/90 14 artikla, jossa säädetään, että "Pakkauksissa ei saa olla muita kuin tässä asetuksessa säädettyjä merkintöjä".

24. Ranskan hallituksen esittämistä perusteluista ilmenevä kysymys koskee sitä, voidaanko mainintojen, jotka eivät vastaa 10 artiklan 3 kohdasta ja sen edellä mainituista soveltamismääräyksistä ilmeneviä tiukkoja vaatimuksia, kuitenkin katsoa olevan

"tässä asetuksessa säädettyjä" 14 artiklassa tarkoitetussa mielessä, katsomalla niiden kuuluvan 10 artiklan 2 kohdan e alakohdassa tarkoitettuun ryhmään "myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot".

25. Käsitykseni mukaan tähän kysymykseen on vastattava myöntävästi. Tarkasteltavan sääntelyn eräänä tarkoituksena on nimittäin taata, että kuluttaja saa mahdollisimman täydelliset tiedot, jotta hänelle annettaisiin mahdollisuus tehdä valintansa parhain mahdollisin edellytyksin. Sallimalla myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot, tällä sääntelyllä annetaan tuottajille nimenomainen mahdollisuus saada omat tuotteensa erottumaan kilpailijoiden tuotteista kuluttajien silmissä. Siten tuottajia kannustetaan monipuolisemman tarjonnan antamiseen kuluttajille.

26. Myös asetuksen N:o 1907/90 johdantoosan kolmastoista perustelukappale tukee tätä käsitystä, sillä siinä todetaan seuraavaa:

"kaikilla, jotka pitävät kaupan 'tuoreita munia', olisi oltava lupa merkitä tällaisiin muniin muunlaisia merkintöjä niiden mainostamiseksi".

27. Tämä toteamus tosin koskee munia eikä pakkauksia, mutta on vaikea nähdä syytä, jonka vuoksi sama näkökohta ei soveltuisi myös pakkauksiin.

28. Näin ollen "myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot" täytyy voida laatia tavalla, joka on omiaan yksilöimään kyseisiä tiedonantoja käyttävän tuottajan tuottamat munat. Tällaisia tiedonantoja on myös pidettävä lähtökohtaisesti sallittuina, jolleivät ne ole säännöksissä nimenomaisesti kiellettyjä taikka johda kuluttajaa harhaan.

29. Edellä mainitussa asetuksessa N:o 1274/91, jossa säädetään tuotantotapaan liittyvistä maininnoista, ei millään tavoin mainita ravintoa. Itse asiassa siinä viitataan tuotantotapaan vain yhden kerran, sen 18 artiklassa. Siinä luetellaan sallitut tavat kuvata munivien kanojen elinolosuhteita, mutteivät lainkaan käsitellä siipikarjan ravintoa.

30. Onko tästä pääteltävä, että yhteisön lainsäätäjä on halunnut implisiittisesti kieltää kaikki viittaukset ravintoon? Edellä esitetyt periaatteet huomioon ottaen minusta tuntuu päinvastoin siltä, että yhteisön lainsäädännön näissä säännöksissä on haluttu säätää ainoastaan siipikarjan kasvuympäristöä koskevista maininnoista. Siitä, ettei lainsäädännössä ole mainittu ravintoa, seuraa sitä vastoin, että tuottajilla on oikeus antaa kuluttajille sitä

koskevia tietoja noudattaen 10 artiklan 2 kohdan e alakohdan säännöksiä.

31. Tärkein tätä käsitystä vastaan esitetyistä perusteista on se, jonka Ranskan hallitus on johtanut edellä mainitusta asetuksesta N:o 1538/91. On totta, että tämän asetuksen tuotantotapoja koskevaan 10 artiklaan sisältyy ravintoa koskevat maininnat. Tämä ei kuitenkaan ole mielestäni ratkaisevaa.

32. Tässä asetuksessa esiintyvien määritelmien perusteena on tarve määritellä siipikarjan kaupan pitämisen vaatimukset, jolloin kyseessä on eri elinkeino kuin munien kaupan pitäminen. Sen lisäksi asetuksessa N:o 1538/91 käytetään siipikarjan elinolosuhteista erilaisia mainintoja kuin mitä niistä käytetään edellä mainitun asetuksen N:o 1274/91 18 artiklassa. Siten on selvää, ettei asetuksen N:o 1538/91 säännöksiä voida varauksitta käyttää asetuksen N:o 1274/91 tulkitsemiseen.

33. Tämä koskee aivan erityisesti eläinten ravintoa. Sillä on suuri merkitys siipikarjan lihan ostajille, ja kuten komissio on suullisessa käsittelyssä huomauttanut, eläinten ravinnon vaikutuksista lihan ominaisuuksiin on olemassa riittävän selvät ja kiistattomat näytöt. Tässä yhteydessä lainsäädännössä oli välttämättä annettava säännökset eläinten ravintoa koskevien mainintojen käyttämisestä kuluttajien informoimiseksi ja suojelemiseksi parhaalla mahdollisella tavalla heille tärkeällä alueella.

34. Tämä ilmenee myös edellä mainitun asetuksen N:o 1538/91 johdanto-osan seitsemännestä perustelukappaleesta, jonka sanamuodon mukaan:

”merkinnöissä sallittuja vapaaehtoisia mainintoja ovat jäähdytysmenetelmää tai siipikarjan tuotantotapaa koskevat maininnat; kuluttajan suojaamiseksi tuotantotavan merkitsemisen edellytyksenä on oltava täsmällisten hoito-olosuhteita ja teurasiän tai ruokintakauden ja tiettyjen rehun aineosien määrän ilmoittamisen määrällisiä raja-arvoja koskevien vaatimusten noudattaminen”.

35. Munien kaupan pitäminen oli sitä vastoin yhteisön lainsäätäjän kannalta toisenlainen asiakysymys. Se katsoi, että tuotantotapaan liittyvät näkökohdat ovat keskeisimmät, koska kuluttajat ovat kaikkein kiinnostuneimpia niistä ja säädösten ensisijaisena tavoitteena on kuluttajien suojelu. Sen vuoksi lainsäätäjä keskittyi sääntelemään tuotantotapaan liittyviä mainintoja, joihin kuluttajien voitiin oikeutetusti olettaa kiinnittävän erityistä huomiota.

36. Edellä mainitun komission asetuksen N:o 1274/91 johdanto-osan ainoa tuotantotapoja koskeva seitsemästoista perustelukappale on tässä suhteessa erittäin selvä:

"vallitsevan kauppatavan huomioon ottaen ei ilmeisesti ole tarpeen säätää häkkikanaloiden kanojen munien erityisistä merkinnöistä; sitä vastoin olisi säädettävä rajoitettu määrä muiden kuin häkkikanaloiden kanojen munien merkintöjä, jotta kuluttajat välttyisivät sekoittamasta toisiinsa pääasiallisia muun kuin häkkikanaloiden tuotannon järjestelmiä".

37. Siten vaikuttaa siltä, ettei asetuksen N:o 1274/91 tuotantotapoja koskevassa säännöksessä lainkaan katsottu tarpeelliseksi säännellä ravintoa koskevia mainintoja, toisin kuin asia oli lihan osalta.

38. Tällaisessa tapauksessa lainsäätäjän vaikenemisesta ei voida päätellä tarkoituksena olleen kieltää kaikki ravintoon viittaavat maininnat, ottaen huomioon että lihan osalta, jossa yhteydessä kuluttajan harhaanjohtamisen vaaran oletettiin olevan suurempi, tällainen maininta oli mahdollinen, vaikkakin tarkoin määritellyin edellytyksin.

39. Päätelmäni tästä on, että vaikka ilmaisu "kuuden viljalajin" tosiaan synnyttää mielikuvan siipikarjan ravinnosta, ilmaisu ei välttämättä ole asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 3 kohdan perusteella laiton, vaan että sen käyttäminen voi olla sallittua saman artiklan 2 kohdan e alakohdan säännösten perusteella.

40. Näin ollen Bundesverwaltungsgerichtin esittämät kysymykset on tutkittava.

41. Esitetyt kolme kysymystä voidaan tiivistää seuraavasti. Kansallinen tuomioistuin kysyy, tarkoittaako edellä mainitussa asetuksessa N:o 1907/90 esiintyvä kuluttajan harhaan johtamisen käsite kuluttajien todellisia ja siten konkreettisesti tarkasteltuja odotuksia, vai onko kyseessä päinvastoin vain oikeudellisin perustein tulkittava objektiivinen ja abstrakti kuluttajan käsite.

42. Ensimmäisen vaihtoehdon varalta kansallinen tuomioistuin kysyy, onko todellisten odotusten sisällön arvioinnin perustuttava valistuneeseen keskivertokuluttajaan vai vähemmän tiedostavaan kuluttajaan, ja voidaanko vahvistaa prosentuaalinen osuus kuluttajista, jonka perusteella voidaan määrittää kuluttajien todelliset odotukset.

43. Jälkimmäistä tapausta varten kansallinen tuomioistuin kysyy, miten oikeudellisin termein tulkittava kuluttajan objektiivinen käsite on määriteltävä.

Ensimmäinen kysymys

44. Ennakkoratkaisua pyytäneelle tuomioistuimelle on ensiksi esitettävä täsmennyksiä asetuksessa N:o 1907/90 tarkoitettuun kuluttajien harhaan johtamisen käsitteeseen.

45. Edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdan e alakohdan (ranskankielisessä) tekstissä käytetään tosin sanaa "acheteur" (ostaja) eikä "consommateur" (kuluttaja), jota kuitenkin käytetään asetuksen johdanto-osan perustelukappaleissa. Tämän vuoksi katson, että näitä sanoja voidaan käyttää toistensa tilalla, ja viittaan yhteisöjen tuomioistuimen kuluttajan (consommateur) käsitettä koskevaan oikeuskäytäntöön. [7]

46. Pääasian kantajat huomauttavat, että EY:n perustamissopimuksen 129 a artiklan sanamuodon mukaan kuluttajille on turvattava riittävä valistus. Kuluttajan käsite ei siten ole yksinomaan oikeudellinen. Se perustuu myös kuluttajien todellisiin odotuksiin, olettaen että kysymys on valistuneista keskivertokuluttajista.

47. Ranskan hallitus katsoo, että on kansallisen tuomioistuimen asia arvioida, ovatko jotkin maininnat omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan, ja määritellä tätä varten sopiviksi katsomillaan menetelmillä (esimerkiksi, muttei välttämättä, mielipidemittaus) keskivertokuluttaja. Ranskassa kansallinen tuomioistuin arvioi juuri tällä tavoin tiedonannon harhaanjohtavuutta "keskivertokuluttajan" kannalta.

48. Itävallan hallitus katsoo, että 10 artiklan 2 kohdan e alakohdassa tarkoitetaan objektiivista, vain oikeudellisin perustein tulkittavaa kuluttajan käsitettä. Hallituksen mukaan tässä säännöksessä esiintyvä ilmaisu "joh[taa] kuluttajaa harhaan" on oikeuskysymys eikä tosiasiakysymys.

49. Ruotsin hallituksen mukaan tässä asiassa riidanalaiset ilmaisut koskevat päivittäiskulutustavaraa, ja ilmaisujen kohderyhmänä ovat siten kuluttajat kokonaisuutena. Ruotsissa näiden ilmaisujen harhaanjohtavuutta arvioitaisiin ottamalla huomioon, millä tavoin kuluttajat yleisesti ottaen saattaisivat ne ymmärtää, ilman että heidän keskuudessaan olisi tarpeen järjestää tutkimusta heidän todellisten odotustensa selvittämiseksi. Ruotsin hallituksen mielestä säännöstä ei ole tässä *oikeusriidassa syytä soveltaa millään muulla* tavalla.

7 — Asetuksen suomenkielisessä versiossa sekä "acheteur" että "consommateur" on käännetty "kuluttaja".

50. Sen selvittämisessä, johtavatko munien myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot kuluttajaa harhaan, on komission mielestä nojauduttava asetukseen sisältyviin kriteereihin ottaen samalla huomioon yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytäntö harhaanjohtavan mainonnan kieltämisestä annettujen muiden säännösten osalta. Tässä tilanteessa ei ole välttämätöntä selvittää mielipidemittauksen tai asiantuntijalausunnon avulla, miten kuluttajat todella ymmärtävät mainostamiseen käytetyn riidanalaisen ilmaisun. Jos kansallinen tuomioistuin kuitenkin pitää kyseisen ilmaisun mahdollista harhaanjohtavuutta edelleen epävarmana, se voi hankkia asiantuntijalausunnon tai määrätä mielipidemittauksen teettämisestä.

51. Saksan hallitus on suullisessa käsittelyssä esittänyt, että on tärkeää tietää, koskeeko nyt kysymyksessä oleva oikeussäännös vain tarkoin määriteltyä henkilöryhmää vai onko sen tarkoituksena suojella koko yhteisöä harhaan johtamisen vaaralta.

52. Oikeuskysymys menee tosiasiakysymyksen edelle vain siinä tapauksessa, että oikeussäännös koskee kaikkia kuluttajia ja sen tarkoituksena on suojella heitä harjaan johtamisen vaaralta, ja että myös arvioitavana oleva ilmaisu on kohdistettu kaikille kuluttajille. Tuomioistuinten jäsenten on mahdollista tietää, voiko ilmaisu johtaa harhaan, sillä he itsekin kuuluvat sen kohderyhmään. Mutta heidän ei pidä poiketa kaikkien kuluttajien yleisestä käsityksestä eikä nojautua objektiiviseen kriteeriin. Heidän on suoritettava tosiasioiden oikeudellinen arviointi ja tällöin nähtävä kysymyksessä olevan säännöksen tarkoitus ja sen asema yhteisön oikeusjärjestyksessä.

53. Saksan hallituksen mukaan asian selvittämistoimiin on tarpeen ryhtyä vain, jos arvioitavana oleva ilmaisu on osoitettu tarkoin määritellylle henkilöjoukolle, kuten asiantuntijoille, taikka helposti harhaan johdettavissa oleville henkilöille, kuten esimerkiksi lapsille. Nyt käsiteltävän kaltaisessa tapauksessa pakottavat säännökset koskevat kaikkia munien kuluttajia. Myös tuomioistuimen arvioitavana oleva ilmaisu on osoitettu kaikille kuluttajille. Asian selvittämistoimet eivät siten ole välttämättömiä.

54. Omasta puolestani ehdotan, että yhteisöjen tuomioistuin vahvistaisi hiukan lähempänä Ranskan hallituksen ja komission esittämää vaihtoehtoa olevan ratkaisun, joka voidaan jaotella kahteen osaan:

— kun kysymyksessä on kaikille kuluttajille myynnin edistämiseksi suunnattu ilmaisu (niin kuin tässä oikeusriidassa), kansallinen tuomioistuin voi nojautua objektiiviseen kuluttajan käsitteeseen;

— yhteisön oikeus ei kuitenkaan kiellä sitä ryhtymästä selvittämään kuluttajien todellisia odotuksia, jos se pitää epävarmana riidanalaisen ilmaisun harhaanjohtavuuden astetta.

55. Yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännöstä ilmenee ensiksikin varsin selvästi, että tuomioistuin on aina pitänyt kuluttajan käsitettä abstraktina ja oikeudellisena. Yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Mars antaman tuomion [8] 24 kohdassa on käytetty "kohtuullisesti valistuneen" keskivertokuluttajan käsitettä.

56. Käsitykseni mukaan tämä määritelmä on asiallisesti ottaen samansisältöinen kuin Bundesverwaltungsgerichtin ennakkoratkaisun pyytämistä koskevan päätöksen sivulla 2 esitetty määritelmä "valistunut keskivertokuluttaja, joka tutkii huolellisesti myynnissä olevaan tuotteeseen merkityt tiedot ja kaikki tuotteita koskevat tiedot", vastakohtana kuluttajalle, "joka tutustuu myynnissä olevaan tuotteeseen merkittyihin tietoihin ja mainoslauseisiin ainoastaan pinnallisesti ja epäkriittisesti, tarkastelematta lähemmin niihin sisältyvää informaatiota".

57. Esimerkkinä samansuuntaisesta oikeuskäytännöstä voidaan vielä mainita asiassa Langguth annettu tuomio, [9] joka koski käytöltään säänneltyjen mainintojen käyttämistä tavaramerkissä.

58. Kuluttajan käsitteen määritteleminen yhteisön oikeudessa yleisellä ja abstraktilla tavalla ei johdu pelkästään edellä mainitusta perustamissopimuksen 30 artiklaa koskevasta oikeuskäytännöstä, vaan myös päätöksistä, jotka koskevat nimenomaisemmin munien kaupan pitämisestä aikaisemmin voimassa olleita säännöksiä, [10] jotka ovat nyt käsiteltävänä olevassa asiassa sovellettavien säännösten kanssa samankaltaisia.

59. Tarkoittaessaan kuluttajilla yleensä kaikkia "kohtuullisesti valistuneita keskivertokuluttajia", yhteisöjen tuomioistuimen on täytynyt turvautua tämän käsitteen abstraktiin määrittelyyn.

60. Yhteisöjen tuomioistuin on kuitenkin asiassa X (tai Nissan) antamassaan tuomiossa [11] liittänyt omaan abstraktiin kuluttajan määritelmäänsä kansalliselle tuomioistuimelle annetun ohjeen, jonka mukaan kansallisella tuomioistuimella on kuitenkin oikeus ratkaista riita myös ottamalla huomioon huomattavan kuluttajajoukon konkreettiset reaktiot tiettyyn mainokseen.

8 — Asia C-470/93, Mars, tuomio 6.7.1995 (Kok. 1995, s. I-1923).

9 — Asia C-456/93, Langguth, tuomio 29.6.1995 (Kok. 1995, s. I-1737).

10 — Asia C-372/89, Gold-Ei Erzeugerverbund, tuomio 15.1.1991 (Kok. 1991, s. I-43); asia C-203/90, Gutshof-Ei, tuomio 25.2.1992 (Kok. 1992, s. I-1003) ja asia C-204/88, Paris, tuomio 13.12.1989 (Kok. 1989, s. 4361, 11 kohta).

11 — Asia C-373/90, X, tuomio 16.1.1992 (Kok. 1992, s. I-131).

61. Mainitun tuomion tuomiolauselmassa yhteisöjen tuomioistuin on nimittäin todennut, että harhaanjohtavasta mainonnasta annettu neuvoston direktiivi 84/450/ETY [12] ei estänyt sitä, että toisessa jäsenvaltiossa myytyjen ajoneuvojen esitettiin mainoksessa olevan:

— uusia, vaikka ne oli jo rekisteröity maahantuontia varten, kun niillä ei kuitenkaan ollut ajettu liikenteessä;

— halvempia, vaikka mainoksessa ei ilmaistu sitä, että niissä oli vähemmän lisävarusteita kuin tuontijäsenvaltiossa varustelluissa ajoneuvoissa.

62. Näin menetellessään yhteisöjen tuomioistuin katsoi siis, ettei tällainen mainos periaatteessa ollut omiaan johtamaan harhaan eikä vaikuttamaan abstraktisti määritellyn kuluttajan käyttäytymiseen.

63. Mutta yhteisöjen tuomioistuin totesi saman tuomion perusteluissa, [13] että kansallisen tuomioistuimen oli silti *tutkittava* [14] asiassa ilmenneiden seikkojen perusteella, oliko tämä mainos sen kohderyhmänä olleet kuluttajat huomioon ottaen harhaanjohtava, mikäli mainoksessa oli pyritty salaamaan se, että uusina mainostetut ajoneuvot oli rekisteröity ennen maahantuontia, ja mikäli tämä seikka olisi saanut huomattavan määrän kuluttajia luopumaan ostopäätöksestään.

64. Mitä tulee autojen halvemman hinnan mainostamiseen, yhteisöjen tuomioistuin totesi tuomion 16 kohdassa, että "tätä mainosta voidaan pitää harhaanjohtavana vain, mikäli *osoitetaan*, [15] että kyseisen mainoksen kohderyhmään kuuluvista kuluttajista huomattava osa on tehnyt ostopäätöksensä tietämättä sitä, että ajoneuvojen halvempi hinta liittyy rinnakkaistuojan myymien autojen vähäisempiin lisävarusteisiin".

65. Yhteisöjen tuomioistuin ei ilmaissut tarkemmin, millä tavoin kansallisen tuomioistuimen tuli "tutkia" tai "osoittaa", että nämä mainokset olivat vaikuttaneet tai saattaneet vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin.

12 — Harhaanjohtavaa mainontaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä 10 päivänä syyskuuta 1984 annettu neuvoston direktiivi 84/450/ETY (EYVL L 250, s. 17).

13 — Tuomion 15 ja 16 kohta.

14 — Kursivointi tässä.

15 — Kursivointi tässä.

66. Edellä lainatun tekstin perusteella on mahdollista yhtä hyvin se, että tuomioistuin päätyy tällaiseen toteamukseen kuultuaan vain asianosaisia ja mahdollisesti asiantuntijaa, kuin se, että tuomioistuin tulee samaan johtopäätökseen kuluttajien keskuudessa järjestetyn tutkimuksen perusteella.

67. Tämä tuomio osoittaa, ettei yhteisön oikeus velvoita tuomioistuinta selvittämään kuluttajien todellisia odotuksia, jos se päätyy lopputulokseen, jonka mukaan tietty mainos sen sanamuoto ja "kohtuullisesti valistuneen" keskivertokuluttajan odotettavissa oleva reaktio huomioon ottaen joko on tai ei ole omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan.

68. Sitä vastoin yhteisön oikeus ei estä tuomioistuinta turvautumasta mielipidemittauksiin, jos se katsoo, ettei mainos ole ilmeisesti paikkaansa pitämätön ja että sen vaikutuksesta "kohtuullisesti valistuneeseen" kuluttajaan voi olla epätietoisuutta.

69. Päädyttyäni täten johtopäätökseen, jonka mukaan yhteisön oikeus ei edellytä kulloistenkin kuluttajien todellisten odotusten tutkimista, ehdotan, että yhteisöjen tuomioistuin vastaa ensimmäiseen kysymykseen, että sen seikan arvioimiseksi, voivatko myynnin edistämiseksi tarkoitetut tiedonannot johtaa kuluttajaa harhaan, arvioinnin perustana on käytettävä objektiivista, oikeudellisin perustein tulkittavaa kuluttajan käsitettä. Kansallisella tuomioistuimella on kuitenkin oikeus teettää kuluttajien odotuksia koskevia kyselyjä tai mielipidemittauksia, mikäli se pitää sitä tarpeellisena.

70. Bundesverwaltungsgericht kysyy kolmannessa kysymyksessään, miten objektiivinen kuluttajan käsite on määriteltävä.

71. Siirrynkin heti tarkastelemaan tätä kysymystä.

Kolmas kysymys

72. Bundesverwaltungsgericht katsoo, että jos on valittava objektiivinen kuluttajan käsite, se tulisi selvittää tulkitsemalla yhteisön oikeussäännöksen soveltamisen edellytyksiä uuden sanamuodon mukaisesti ja teleologisesti sekä punnitsemalla vastakkain kyseisellä säännöksellä suojeltavia arvoja.

73. Edellä esitetyn perusteella tuntuu mahdolliselta muotoilla kolmas kysymys uudelleen seuraavasti.

74. Jos katsotaan, että suojeltavalla kuluttajalla tarkoitetaan "kohtuullisesti valistunutta" keskivertokuluttajaa, mihin kriteereihin tuomioistuin voi tukeutua ratkaistakseen, onko tietty mainoslause omiaan johtamaan tällaista kuluttajaa harhaan?

75. Se, onko myös kohtuullisesti valistuneella keskivertokuluttajalla riski tulla harhaanjohdetuksi, riippuu tietysti ennen kaikkea kyseisen mainoslauseen täsmällisestä sisällöstä. Katson kuten komissiokin, että tuomioistuimen on ennen muuta selvitettävä kysymyksessä olevan ilmaisun kielitieteellisten normien mukainen merkitys sekä se, onko ilmaisu tässä merkityksessään tosiasioiden mukainen.

76. Sen jälkeen tuomioistuimen on kyettävä arvioimaan, millaisen vaikutuksen mainoslause tekee kohtuullisesti valistuneeseen kuluttajaan.

77. Pääasian kantajan mielestä ilmaisu "10 munaa — kuuden viljalajin" kuten myös munien pakkauksiin sijoitetun ilmoituksen sisältämät tiedonannot pitävät paikkansa, eivätkä ne sen vuoksi voi edes määritelmän mukaisesti johtaa kuluttajaa harhaan, tekipä tämä niistä millaisia johtopäätöksiä tahansa.

78. Asia ei kuitenkaan ole näin yksinkertainen. Mielestäni on erotettava toisistaan

— objektiivisesti arvioiden paikkansa pitävät tiedot;

— objektiivisesti arvioiden väärät tiedot;

— objektiivisesti arvioiden paikkansa pitävät tiedot, jotka kuitenkin voivat johtaa kuluttajaa harhaan sen vuoksi, ettei niissä kerrota koko totuutta.

79. Objektiivisesti arvioiden paikkansa pitävien tietojen osalta yhteisöjen tuomioistuin katsoo, kuten komissio on huomauttanut, että totuudenmukaiset ilmaisut eivät lähtökohtaisesti ole omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan. [16]

80. On kuitenkin syytä huomauttaa, että jopa paikkansa pitävät myynnin edistämi-

16 — Asia C-362/88, GB INNO/BM, tuomio 7.3.1990 (Kok. 1990, s. I-667, 17 kohta); em. asia X (tai Nissan), tuomion 17 kohta; ks. myös julkisasiamies Léger'n esittämä ratkaisuehdotus em. asiassa Mars, ratkaisuehdotuksen 51 kohta, jossa viitataan yhteisöjen tuomioistuimen antamiin tuomioihin asiassa X (tai Nissan) sekä asiassa C-126/91, Yves Rocher, tuomio 18.5.1993 (Kok. 1993, s. I-2361).

seksi tarkoitetut tiedonannot voivat olla omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan. Näin voi olla erityisesti silloin, jos nämä tiedonannot voivat olla sekoitettavissa asetuksessa N:o 1907/90 säädettyihin mainintoihin. [17]

81. Toinen ratkaiseva kriteeri on se, onko kysymyksessä olevien tiedonantojen paikkansapitävyys tarkistettavissa vai ei. Tämän seikan tärkeys ilmenee etenkin munimispäivän merkitsemistä muniin koskevasta yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännöstä. Yhteisöjen tuomioistuin on edellä mainitussa asiassa Paris antamassaan tuomiossa korostanut kuluttajalle annettavien tietojen täsmällisyyden merkitystä. Nyt käsiteltävässä tapauksessa olisi siten voitava varmistaa, että viranomaisilla on tarvittaessa mahdollisuus valvoa erilaisten väittämien, kuten tässä tapauksessa munat munineiden kanojen ravintoa koskevien väittämien, paikkansapitävyyttä.

82. Paikkansa pitäviksi voidaan sitä paitsi katsoa luokiteltavan myös huomiota herättävät ja asiaan vaikuttamattomat, vaikkakin sisällöltään kiistattomat tiedonannot. Jos tuottaja merkitsisi pakkaukseensa esimerkiksi maininnan "kanat kasvatettu raikkaassa vuoristoilmassa" tai "kanat kasvatettu Etelä-Ranskan auringossa", tämä ilmaisu pitäisi luultavasti paikkansa, mutta sillä ei olisi merkitystä munien laadun kannalta. Se voisi tehdä vaikutuksen vähemmän tiedostavaan kuluttajaan, mutta valistuneen kuluttajan se saisi ainoastaan hymyilemään.

83. Objektiivisesti arvioiden väärät tiedot puolestaan ovat lähtökohtaisesti harhaanjohtavia ja kiellettyjä, elleivät erityiset seikat poista niiden harhaanjohtavaa vaikutusta, kuten komissio huomauttaa.

84. Toimivaltaisen kansallisen tuomioistuimen on tosiseikkojen arvioinnin yhteydessä ratkaistava, onko Gut Springenheiden munien kuvailu niiden myyntipakkaukseen sisällytetyssä ilmoituksessa objektiivisesti arvioiden väärä sen vuoksi, etteivät nämä munat eroa tavallisista munista.

85. Mainittakoon tässä yhteydessä kuluttajalle myytäväksi tarkoitettujen elintarvikkeiden merkintöjä, esillepanoa ja mainontaa koskevan jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentämisestä 18 päivänä joulukuuta 1978 annetun neuvoston direktiivin 79/112/ETY [18] 2 artiklan 1 kohdan a alakohta, joka kuuluu seuraavasti:

"1. Merkinnät ja tavat, joilla ne on tehty, eivät saa:

a) olla omiaan johtamaan ostajaa harhaan, erityisesti:

i) — —

17 — Ks. em. asia Gutshof-Ei, tuomion 17— 19 kohta.

18 — EYVL 1979, L 33, s. 1.

ii) liittämällä elintarvikkeeseen vaikutuksia tai ominaisuuksia, joita sillä ei ole;

iii) esittämällä elintarvikkeella olevan erityisiä ominaisuuksia, kun tosiasiassa kaikilla samanlaisilla elintarvikkeilla on sellaisia ominaisuuksia."

86. Jäljellä ovat vielä sellaiset tiedonannot, jotka ovat objektiivisesti arvioiden paikkansa pitäviä mutta joissa ei kerrota koko totuutta. Kaikkein vaikeimmat ongelmat liittyvät juuri niihin.

87. Jos ilmaisematta jätetyt seikat olisivat saaneet annetut tiedot näkymään hyvin toisenlaisessa valossa, kuluttajan on katsottava tulleen johdetuksi harhaan.

88. Maininta "kuuden viljalajin" saattaisi kuulua tähän ryhmään, mikäli osoitettaisiin sitovasti, että nämä kuusi viljalajia sisältyvät Gut Springenheiden kanojen ruokavalioon vain 60-prosenttisesti, mutta että ilmaisu antaa vaikutelman, jonka mukaan kanat ruokittaisiin pelkästään näillä kuudella viljalajilla.

89. Bundesverwaltungsgerichtin siteeraama muutoksenhakutuomioistuin katsoo, että tämä maininta kuuluu samaan luokkaan kuin "muotiviljat" ja synnyttää mielikuvan siitä, että näissä munissa olisi jotakin erityistä, kun kyseinen tuomioistuin puolestaan on päätynyt siihen, etteivät ne poikkea edukseen muista munista (ennakkoratkaisupyynnön sivu 5).

90. Ilmaisun "muotiviljat" vaikutus saksalaisiin kuluttajiin huomioon ottaen on vielä ratkaistava, voisiko tämä ilmaisu johtaa harhaan myös kohtuullisesti valistuneen kuluttajan saaden hänet siten ostamaan kyseisiä munia.

91. Bundesverwaltungsgericht voi itse ratkaista tämän kysymyksen, jos se on vakuuttunut tästä seikasta. Päinvastaisessa tapauksessa yhteisön oikeus ei estä turvautumasta edustavan kokoiseen kuluttajaryhmään kohdistuvaan mielipidemittaukseen tai asiantuntijalausuntoon.

92. Näin ollen ehdotan kolmanteen kysymykseen vastattavaksi siten, että objektiivinen kuluttajan käsite on arvioitava kohtuullisen valistuneen keskivertokuluttajan perusteella. Sen seikan arvioimiseksi, voiko edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdan e alakohdassa tarkoitetussa mielessä myynnin edistämiseksi tarkoitettu tiedonanto johtaa tällaista kuluttajaa harhaan, on otettava huomioon asetuksen

sanamuoto ja tarkoitus, tiedonannon tosiasiallinen paikkansapitävyys, sen yksiselitteisyys sekä viranomaisten mahdollisuudet tarkistaa siihen sisältyvät tiedot.

96. Ehdotan yhteisöjen tuomioistuimen katsovan myös toisessa kysymyksessä tarkoitetussa tapauksessa, että ratkaisevana on pidettävä valistuneen keskivertokuluttajan käsitystä.

Toinen kysymys

93. Tämä kysymys on esitetty yhteisöjen tuomioistuimelle sitä tapausta varten, että ensimmäiseen kysymykseen annettavan vastauksen mukaan olisi tarpeen selvittää konkreettisella tavalla kuluttajien todelliset odotukset.

97. Vähemmän tiedostava kuluttaja ei nimittäin kiinnitä riittävästi huomiota tuotteessa oleviin merkintöihin, vaan häneen vaikuttavat pikemminkin pakkauksen väri, siinä oleva piirros taikka niin suuresti liioitellut iskulauseet, ettei niitä ole tarpeen edes kieltää, kuten esimerkiksi "muna, joka takaa hyvinvointinne koko päiväksi".

94. Todettuani edellä, ettei kansallisella tuomioistuimella ole velvollisuutta ryhtyä tällaiseen selvitykseen mutta ettei yhteisön oikeus myöskään kiellä sitä niin menettelemästä, jos se pitää sitä tarpeellisena, katson olevan aiheellista vastata myös toiseen kysymykseen.

98. Edellä on myös havaittu, että yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännössä on aina katsottu kuluttajan käsitteen tarkoittavan kohtalaisesti valistunutta henkilöä, joka kykenee tietynasteisella tarkkaavaisuudella havaitsemaan myynnissä olevissa tuotteissa annettavat tiedot.

Toisen kysymyksen a kohta

95. Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin kysyy ensiksi, onko arvioinnin perustuttava valistuneeseen keskivertokuluttajaan vaiko vähemmän tiedostavaan kuluttajaan.

99. Julkisasiamies Tesauro on edellä mainitussa asiassa X (tai Nissan) antamassaan ratkaisuehdotuksessa siten aivan perustellusti huomauttanut, että "vigilantibus, non dormientibus iura succurrunt". [19]

19 — Kok. 1992, s. I-145.

100. Sitä paitsi on selvää, että myös useissa edellä mainituissa säädöksissä oletetaan kuluttajan olevan kohtalaisen tarkkaavainen, koska hänen oletetaan kykenevän huomaamaan erilaisten ilmaisujen toisinaan hienojakoisetkin eroavuudet, kuten "laidunkanalan munia" ja "laajaperäisesti tuotettuja munia". [20]

Toisen kysymyksen b kohta

101. Tämä alakysymys kuuluu seuraavasti:

"Voidaanko vahvistaa sellainen prosentuaalinen osuus kuluttajista, jonka perusteella voidaan määrittää kuluttajien odotukset?"

102. Yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytäntöön sisältyy vain yksi tähän kysymykseen liittyvä maininta. Edellä mainitussa asiassa X (tai Nissan) antamassaan tuomiossa yhteisöjen tuomioistuin on käyttänyt ilmaisua "merkittävä osa kuluttajista". Se ei kuitenkaan ole tässä eikä muissakaan tuomioissa täsmentänyt, mistä raja-arvosta lähtien erehtyneiden kuluttajien osuus on merkittävä.

103. Sen vuoksi olen komission tavoin sitä mieltä, että kansallisen tuomioistuimen on kussakin yksittäistapauksessa ilmenevien seikkojen perusteella harkittava, onko jokin erehtyneiden kuluttajien prosentuaalinen osuus merkittävä.

104. Ottaen edellä todetun mukaisesti huomioon, että kuluttajaa on lähtökohtaisesti pidettävä arvostelukykyisenä, määriteltävänä oleva prosentuaalinen osuus on asetettava riittävän suureksi.

105. Tämä pätee vielä suuremmalla syyllä tilanteissa, joissa liian kielteinen käsitys kuluttajan ominaisuuksista johtaisi prosentuaalisen osuuden asettamiseen hyvin pieneksi ja saattaisi vaarantaa tasapainon, joka yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännössä vallitsee kuluttajansuojasta ja tavaroiden vapaasta liikkuvuudesta johtuvien vaatimusten kesken. Asia voi vaikuttaa myös tavaroiden vapaaseen liikkuvuuteen, jos siinä on kysymys tuontitavaroista.

106. Komissio toteaa, että "Saksan tuomioistuimet ovat useiden vuosikymmenten aikaisessa varsinkin kilpailuoikeutta koskevassa oikeuskäytännössään kehittäneet periaatteen, jonka mukaan — asianhaaroista riippuen — erehtyneiden kuluttajien 10—15 prosentin suuruista osuutta voidaan vielä pitää muuna kuin merkittävänä. Elintarvikkeita ja terveysalan tuotteita koskeviin mainoslauseisiin on

20 — Em. asetuksen N:o 1274/91 liite II.

tosin sovellettava ankarampia kriteerejä, jolloin jo alle 10 prosentin suuruista erehtyneiden kuluttajien osuutta on pidettävä merkittävänä".

107. Saksan oikeuskäytännössä tällä tavoin muodostuneet suuntaviivat ovat mielestäni asianmukaiset. Ottaen huomioon, että tässä oikeusriidassa kysymyksessä olevat maininnat eivät ole omiaan yllyttämään kuluttajaa ostamaan terveyttään vaarantavaa tuotetta, kriteeriksi voitaneen suositella 15 prosentin suuruista osuutta, mikäli Bundesverwaltungsgericht katsoo tarpeelliseksi selvittää kuluttajien todelliset odotukset.

108. Olen toisen kysymyksen a ja b kohdassa täysin samaa mieltä komission esittämistä näkökohdista ja ehdotan sen vuoksi, että yhteisöjen tuomioistuin myös vastaisi kysymyksiin komission ehdottamalla tavalla.

109. Lopuksi totean kansallisen tuomioistuimen roolista seuraavaa. Komissio on pohtinut melko perusteellisesti sitä, onko tässä asiassa yhteisöjen tuomioistuimen vai kansallisen tuomioistuimen ratkaistava se, onko riidanalainen ilmaisu omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan vai ei. Komissio toteaa, että eräissä tapauksissa yhteisöjen tuomioistuin on ratkaissut tämän kysymyksen. [21] On kuitenkin korostettava, että nämä tapaukset olivat jossain määrin erilaisia kuin nyt käsiteltävä tapaus.

110. Noissa tapauksissa arvioitiin sitä, ovatko yhteisön oikeuden mukaan sallittuja sellaiset tavaroiden vapaata liikkuvuutta rajoittavat kansalliset toimenpiteet, joiden väitettiin johtuvan pakottavista syistä tavaroiden vapaata liikkuvuutta koskevassa yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännössä tarkoitetussa mielessä. Nyt käsiteltävään tapaukseen liittyvä ongelma on erilainen: yhteisöjen tuomioistuinta on pyydetty antamaan kansalliselle tuomioistuimelle perusteet, joita tämä tarvitsee voidakseen soveltaa yhteisön johdannaiseen oikeuteen kuuluvaa säädöstä sen tutkittavaksi saatettuun tosiseikastoon.

111. En siten näe syytä poiketa lähestymistavasta, jota yhteisöjen tuomioistuin on aina noudattanut edellä mainittua asetusta N:o 1907/90 koskevassa oikeuskäytännössään, eli edellä mainituissa asioissa Gutshof-Ei ja Gold-Ei Erzeugerverbund, kuten myös edellä mainitussa asiassa Paris, joka on koskenut aikaisemmin voimassa olleita samanlaisia säännöksiä. Kaikissa näissä tapauksissa yhteisöjen tuomioistuin on pelkästään määritellyt kriteerit, joiden mukaan kansallisen tuomioistuimen on ollut mahdollista arvioida, ovatko riidanalaiset ilmaisut olleet omiaan johtamaan harhaan vai eivät.

21 — Ks. asia C-238/89, Pall, tuomio 13.12.1990 (Kok. 1990, s. I-4827); em. asiat Yves Rocher ja X (Nissan) sekä asia C-315/92, Verband Sozialer Wettbewerb, tuomio 2.2.1994 (Kok. 1994, s. I-317).

Ratkaisuehdotus

112. Näillä perusteilla ehdotan, että yhteisöjen tuomioistuin vastaa Bundesverwaltungsgerichtin esittämiin kysymyksiin seuraavasti:

Ensimmäinen kysymys

Tietyistä munien kaupan pitämisen vaatimuksista 26 päivänä kesäkuuta 1990 annettua neuvoston asetusta (ETY) N:o 1907/90 ja erityisesti sen 10 artiklan 2 kohdan e alakohtaa on tulkittava niin, että sen seikan arvioimiseksi, voiko myynnin edistämiseksi tarkoitettu tiedonanto johtaa kuluttajaa harhaan, on vertailukohtana käytettävä objektiivista, vain oikeudellisin perustein tulkittavaa kuluttajan käsitettä. Yhteisön oikeus ei kuitenkaan estä kansallista tuomioistuinta teettämästä kuluttajien todellisista odotuksista kyselyjä tai mielipidemittauksia, jos tuomioistuin pitää sitä tarpeellisena.

Kolmas kysymys

Objektiivinen kuluttajan käsite on määriteltävä kohtuullisen valistuneen keskivertokuluttajan perusteella. Sen seikan arvioimiseksi, voiko edellä mainitun asetuksen N:o 1907/90 10 artiklan 2 kohdan e alakohdassa tarkoitetussa mielessä myynnin edistämiseksi tarkoitettu tiedonanto johtaa tällaista kuluttajaa harhaan, on otettava huomioon asetuksen sanamuoto ja tarkoitus, tiedonannon tosiasiallinen paikkansapitävyys, sen yksiselitteisyys sekä viranomaisten mahdollisuudet tarkistaa siihen sisältyvät tiedot.

Toinen kysymys

a) Sen seikan arvioimisessa, voiko myynnin edistämiseksi tarkoitettu tiedonanto johtaa kuluttajaa harhaan, on käytettävä valistuneen keskivertokuluttajan käsitettä.

b) Kansallisen tuomioistuimen, jonka ratkaistavana on kysymys tietyn tiedonannon harhaanjohtavuudesta, on määriteltävä prosentuaalinen osuus, jonka

suuruista erehtyneiden kuluttajien joukkoa on jo pidettävä siinä määrin merkittävänä, että ilmaisun kieltäminen on perusteltua; kansallisen tuomioistuimen on tällöin otettava huomioon kunkin yksittäistapauksen tosiseikasto sekä periaate, jonka mukaan yhteisön oikeuden tarkoituksena on suojata valistunutta keskivertokuluttajaa.