

**ETIQUETADO ENGAÑOSO VS. LISTADO DE INGREDIENTES EXACTO Y RIGUROSO: ¿CUÁL PREVALECE A LA HORA DE JUZGAR SI EXISTE UN ACTO DE ENGAÑO AL CONSUMIDOR?**

**STJUE asunto C-195/14 (BBV/Teekanne), de 4 de junio de 2015**

*Ángel García Vidal*

*Profesor acreditado como Catedrático de Derecho Mercantil*

*Universidad de Santiago de Compostela*

*Consejero Académico de Gómez-Acebo & Pombo*

*Fecha de publicación: 17 de junio de 2015*

**1. Los hechos**

El asunto que está en la base de esta sentencia se refiere al envase de una infusión de frutas que incluye imágenes de frambuesas y de flores de vainilla, y las menciones «infusión de frutas con aromas naturales» e «infusión de frutas con aromas naturales — sabor frambuesa-vainilla», así como un sello gráfico que incluye la mención «sólo ingredientes naturales». No obstante, a la vista de la lista de ingredientes que figura en uno de los lados del envase queda meridianamente claro que la infusión no contiene ingredientes naturales derivados de la vainilla o de la frambuesa ni aroma obtenido a partir de éstas.

Esto dio lugar a que un competidor demandase al fabricante de esta infusión ante un tribunal alemán (Landgericht Düsseldorf), que entendió que el envase inducía a error al consumidor sobre la composición de la infusión, dando a entender que está compuesta por vainilla o frambuesa o, cuando menos, aromas naturales de esas sustancias. No obstante, el tribunal de apelación, el Oberlandesgericht Düsseldorf, revocó la sentencia de primera instancia considerando que no había existido engaño al consumidor, en el sentido la ley alemana de competencia desleal (argumentando que la existencia de información exacta y completa que se desprende de la lista de ingredientes que figura en el envase basta para descartar el riesgo de engaño al consumidor).

Interpuesto un recurso de casación ante el Bundesgerichtshof, éste decidió suspender el procedimiento y preguntar al Tribunal de Justicia si es lícito que el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios susciten, mediante el aspecto, la descripción o una representación figurativa, la impresión de que está presente un

ingrediente determinado, cuando en realidad no es así pero ello se infiere únicamente de la lista de ingredientes.

Por lo tanto, la cuestión jurídica a dilucidar es qué debe tener prevalencia al juzgar el carácter engañoso de la presentación de un producto, el etiquetado (las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o de comercio, imágenes o signos relativos al producto alimenticio, que figuran en el envase de éste), o el listado de ingredientes.

## **2. La decisión del Tribunal de Justicia de la Unión Europea**

El TJUE basa su interpretación en la Directiva 2000/13/CE relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, por estar en vigor en la fecha en la que sucedieron los hechos del litigio principal. Hoy dicha Directiva está derogada por el Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

Pues bien, el TJUE recuerda, en primer lugar, que el derecho de la UE exige que el comprador disponga de una información correcta, neutra y objetiva que no le induzca a error. En consecuencia, el etiquetado y las modalidades según las cuales se realice no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia, y modo de fabricación o de obtención del mismo.

Asimismo, el Tribunal también recuerda que la misión de resolver sobre la cuestión de si el etiquetado de determinados productos puede inducir a error al comprador o al consumidor, así como la de dilucidar la cuestión del posible carácter engañoso de una denominación de venta le corresponde a los órganos jurisdiccionales nacionales. No obstante, el TJUE sí puede aportar pautas para orientar al juez nacional. Y entre esas pautas indica las siguientes:

- a) A efectos de apreciar la capacidad de un etiquetado para inducir a error al comprador, el juez nacional debe basarse esencialmente en la impresión que un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, tendrá presumiblemente, a la luz de ese etiquetado, respecto del origen, la procedencia y la calidad del producto alimenticio.
- b) A la hora de valorar si el etiquetado es engañoso, el tribunal nacional “debe tener en cuenta concretamente los términos y las imágenes que se han utilizado, así como la

situación, tamaño, color, tipo de letra, lengua, sintaxis y puntuación de los diversos elementos que figuran en el envase”.

c) Por otra parte, se supone que los consumidores, cuya decisión de adquirir un producto está determinada concretamente por la composición del producto que se proponen adquirir, leen previamente la lista de ingredientes.

d) No obstante, la circunstancia de que la lista de ingredientes figure en el envase del producto no permite excluir, por sí sola, que el etiquetado de dicho producto y las modalidades según las cuales aquél se realiza puedan ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador. Así, pues, *“en la situación en que el etiquetado de un producto alimenticio y las modalidades según las cuales aquél se realiza, considerados en su conjunto, suscitan la impresión de que ese producto alimenticio contiene un ingrediente pero, en realidad, ello no es así, semejante etiquetado es de tal naturaleza que induce a error al comprador sobre las características del producto alimenticio”*.