

## Commenti

### El TJUE confirma y precisa su jurisprudencia sobre la eficacia informativa de la lista de ingredientes: la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015

Luis González Vaqué

«Boca de veritats, temuda en totes parts»  
Refrán popular catalán

#### 1.- Introducción

A principios del mes de junio de 2015, el Tribunal de Justicia de la UE dictó una interesante sentencia<sup>1</sup> mediante la cual daba respuesta a una petición de decisión prejudicial planteada con arreglo al artículo 267 TFUE por el *Bundesgerichtshof*<sup>2</sup> (Alemania).

Dicha petición de decisión prejudicial tenía por objeto la interpretación de los Arts. 2.1(a)(i) y 3.1(2) de la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios<sup>3</sup>. Fue presentada en el

marco de un litigio entre el *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände — Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*<sup>4</sup> (en lo sucesivo, “BVV”) y la empresa *Teekanne GmbH & Co. KG* (en lo sucesivo, “Teekanne”) en relación con el carácter supuestamente engañoso del etiquetado de un producto alimenticio.

#### 2.- Litigio principal

La causa del conflicto entre la BVV y Teekanne fue la comercialización por esta última empresa de una infusión de frutas con la denominación “Felix Himbeer-Vanille Abenteuer” (Felix aventura frambuesa-vainilla) cuyo envase consistía en una caja de cartón plegable, en forma de paralelepípedo, que contenía 20 bolsitas. Como se recuerda en el fundamento jurídico nº 15 de la sentencia que nos interesa, tal envase comportaba varios elementos de diferentes tamaños, colores y tipos de caracteres, y en particular imágenes de frambuesas y de flores de vainilla<sup>5</sup>, las menciones “infusión de frutas con aromas naturales” e “infusión de frutas con aromas naturales — sabor frambuesa-vainilla”, así como un sello gráfico que incluía, dentro de un círculo dorado, la mención “sólo ingredientes naturales”. Según parece, y así lo confirmó el tribunal remitente, es decir, el *Bundesgerichtshof*, la infusión de frutas no contenía ningún componente o aroma de vainilla o frambuesa:

(<sup>1</sup>) La sentencia “Teekanne”, de 4 de junio de 2015, asunto C-195/14, pendiente de publicación en la RTJE (lengua de procedimiento: alemán).

(<sup>2</sup>) Tribunal federal de justicia.

(<sup>3</sup>) Texto de la versión consolidada. Véanse, sobre esta normativa comunitaria: *Le nouveau règlement sur l'étiquetage des aliments au sein de l'UE*, in *Revue du droit de l'Union Européenne*, núm. 2, 2013, 267-284; J.C. Bureau y E. Valceschini, *European food-labeling policy: successes and limitations*, in *Journal of Food Distribution Research*, Vol. 34, núm. 3, 2013, 70-74; J.C. Chetel, *Food and nutrition labelling in the European Union*, in *Food Chemistry*, Vol. 93, núm. 3, 2005, 531-550; Lucas-Puget, A. S., *Les allégations sur les produits alimentaires de consommation courante: Quelques questions d'actualité*, *Les Petites affiches*, Vol. 395, núm. 103, 2006, 4-16; H. Przyrembel, *Food labelling legislation in the EU and consumers information*, *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 15, núm. 7-8, 2004, 360-365 (artículo disponible en la siguiente página de Internet, consultada el 9 de junio de 2015: [https://www.researchgate.net/profile/Hildegard\\_Przyrembel/publication/223082852\\_Food\\_labelling\\_legislation\\_in\\_the\\_EU\\_and\\_consumers\\_information/links/02e7e538dfc15d9e5c000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hildegard_Przyrembel/publication/223082852_Food_labelling_legislation_in_the_EU_and_consumers_information/links/02e7e538dfc15d9e5c000000.pdf)); y P. Puoti, *Etichettatura dei prodotti agroalimentari: aspetti problematici*, in *Dir. Com. e degli scambi inter.*, núm. 3, 2004, 613-648].

(<sup>4</sup>) Unión federal de las centrales y asociaciones de consumidores.

(<sup>5</sup>) Sic en el fundamento iuridico núm. 15 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015

“la lista de ingredientes, que figuraba en uno de los lados del envase, [era] la siguiente: hibisco, manzana, hojas de mora dulce, cáscara de naranja, escaramujo, aroma natural con sabor a vainilla, cáscara de limón, aroma natural con sabor a frambuesa, mora, fresa, arándano, saúco”<sup>6</sup>.

Estimando que los elementos que figuraban en el envase de la controvertida infusión de frutas “Felix Himbeer-Vanille Abenteuer” eran de tal naturaleza que inducían a error al consumidor sobre su composición, la BVV interpuso un recurso contra Teekanne ante el Landgericht Düsseldorf<sup>7</sup>. Dicha asociación de consumidores:• alegó que, debido al etiquetado en cuestión, el consumidor podría esperar que dicha infusión tuviera componentes de vainilla y de frambuesa o, cuando menos, aromas naturales de vainilla y de frambuesa; y

• “... solicitó que se condenara a Teekanne a cesar la promoción de la infusión de frutas, de manera activa o pasiva, en el marco de actividades comerciales, con la imposición de una medida coercitiva en caso de incumplimiento”<sup>8</sup>

Mediante sentencia de 16 de marzo de 2012, el Landgericht Düsseldorf estimó dichos argumentos y falló a favor de la BVV. Sin embargo, Teekanne interpuso un recurso de apelación, que el Oberlandesgericht Düsseldorf<sup>9</sup>, mediante sentencia de 19 de febrero de 2013, resolvió anulando el fallo recurrido y desestimó la demanda de la BVV: “este último tribunal consideró que no había existido engaño al consumidor, en el sentido del artículo 4, punto 11, de la [Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb]<sup>10</sup> (UWG)], interpretado en relación con el artículo 11, apartado 1, segunda frase, punto 1, del

[Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch<sup>11</sup> (LFGB)], así como en el sentido del artículo 5, apartado 1, frases primera y segunda, punto 1, de la UWG”<sup>12</sup>. Vale la pena mencionar aquí que, según el Oberlandesgericht Düsseldorf, las citadas disposiciones de la UWG y del LFGB debían interpretarse, teniendo en cuenta lo previsto en la Directiva 2000/13/CE, o sea tomando como referencia las expectativas del consumidor medio<sup>13</sup>. El citado tribunal argumentó, además, que, en el caso en cuestión, de la lista de ingredientes de la infusión de frutas, reproducida en su envase, se deducía que los aromas naturales utilizados tenían sabor a frambuesa o a vainilla y añadió “... que dicha lista enunciaba de este modo sin ambigüedad que los aromas utilizados no se obtienen a partir de vainilla o de frambuesa, sino que tienen estos sabores”<sup>14</sup>; y concluyó, en este sentido, que “... según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, la existencia de información exacta y completa que se desprenda de la lista de ingredientes que figura en el envase basta<sup>15</sup> para descartar el riesgo de engaño al consumidor”<sup>16</sup>.

La controversia continuó porque, a su vez, la BVV interpuso un recurso de casación contra la última sentencia que acabamos de mencionar ante el Bundesgerichtshof<sup>17</sup>.

### 3.- Cuestión prejudicial

Teniendo en cuenta las mencionadas circunstancias, el Bundesgerichtshof decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia la siguiente cuestión prejudicial:

(<sup>6</sup>) Véase el fundamento jurídico núm. 16 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>7</sup>) Tribunal regional superior de Düsseldorf.

(<sup>8</sup>) Véase el fundamento jurídico núm. 18 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015

(<sup>9</sup>) Tribunal regional superior de Düsseldorf.

(<sup>10</sup>) Ley contra la competencia desleal [en su versión aplicable al litigio principal (BGBl. 2010 I, p. 254).

(<sup>11</sup>) Código sobre los productos alimenticios, los productos de consumo corriente y los productos destinados a la alimentación animal.

(<sup>12</sup>) Véase el fundamento jurídico núm. 20 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>13</sup>) Véase, sobre el concepto de *consumidor medio*: *La noción de consumidor medio según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas*, in *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, Vol. 8 núm. 17, 2004, 47-81 (artículo disponible en la siguiente página de Internet, consultada el 9 de junio de 2015: [http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1239&context=luis\\_gonzalez\\_vague](http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1239&context=luis_gonzalez_vague)).

(<sup>14</sup>) Véase el fundamento jurídico núm. 21 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>15</sup>) La cursiva es nuestra.

(<sup>16</sup>) Véase también el fundamento jurídico núm. 21 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>17</sup>) Véase la nota 2.

“¿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<sup>18</sup> de la lista de ingredientes a que se refiere el artículo 3, apartado 1, punto 2, de la Directiva 2000/13?”

#### 4.- Fallo

El Tribunal de Justicia (Sala Novena) respondió a la citada cuestión al declarar que:

“Los artículos 2, apartado 1, letra a), inciso i), y 3, apartado 1, punto 2, de la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, en su versión modificada por el Reglamento (CE) n° 596/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2009, deben interpretarse en el sentido de que se oponen a que el etiquetado de un producto alimenticio y las modalidades según las cuales aquél se realiza puedan suscitar, mediante el aspecto, la descripción o una representación figurativa de un ingrediente determinado, la impresión de que tal ingrediente está presente en ese producto alimenticio, cuando en realidad no es así, infiriéndose ello únicamente de la lista de ingredientes que figura en el envase del producto alimenticio”.

#### 5.- Comentarios

##### 5.1.- El análisis del *Bundesgerichtshof*<sup>19</sup>

Según el tribunal remitente, la repetición de imágenes de frambuesas y de flores de vainilla en el envase de la infusión de frutas objeto del litigio, que atraía las miradas, al igual que la de la mención con *aromas*

*naturales*, así como el sello gráfico en el figuraba la indicación “sólo ingredientes naturales”, sugerían que el sabor de esa infusión estaba determinado concretamente por aromas obtenidos a partir de frambuesas y de flores de vainilla. Por lo tanto, siempre según el *Bundesgerichtshof*, la presentación de dicha infusión había sido concebida para crear, también en el caso de un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz<sup>20</sup>, una falsa impresión en cuanto a su composición: a mayor abundamiento, “... la presentación de la infusión de frutas puede disuadir al consumidor de tomar conocimiento de la lista de ingredientes que figura en el envase, en caracteres más pequeños, y que refleja la realidad”<sup>21</sup>. En este contexto, como destacó el Tribunal de Justicia:

“24. El tribunal remitente considera que, a la luz de los considerandos 6 y 8 de la Directiva 2000/13, el etiquetado de la infusión de frutas y las modalidades según las cuales aquél se realiza son de tal naturaleza que inducen a error al comprador, en el sentido del artículo 2, apartado 1, letra a), inciso i), de dicha Directiva.”

##### 5.2.- La divergencia entre los datos que figuraban en el envase de la infusión comercializada por *Teekanne* y su contenido

El Tribunal de Justicia, tras insistir en que en el envase de la infusión de frutas en cuestión, figuraban concretamente imágenes de frambuesas y de flores de vainilla, así como las menciones “*infusión de frutas con aromas naturales*” e “*infusión de frutas con aromas naturales — sabor frambuesa-vainilla*”, acompañadas por un sello gráfico con la indicación “sólo ingredientes naturales”, recordó que, “por otra parte, según la lista de ingredientes que figura en uno de los lados del envase, tal como prevé el artículo 3, apartado 1, punto 2, de la Directiva 2000/13 y *cuya exactitud y carácter exhaustivo no se cuestiona*<sup>22</sup>, dicha infusión contiene aromas naturales con *sabor a vainilla y sabor a frambuesa*<sup>23</sup>.”

<sup>(18)</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>(19)</sup> Véase la nota 2.

<sup>(20)</sup> Véase la nota 13.

<sup>(21)</sup> Véase el fundamento jurídico núm. 23 de la sentencia “*Teekanne*” de 4 de junio de 2015.

<sup>(22)</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>(23)</sup> Véase el fundamento jurídico núm. 28 de la sentencia “*Teekanne*” de 4 de junio de 2015.

La conclusión era obvia:

“Así pues, consta que *esa infusión no contiene ingredientes naturales derivados de la vainilla o de la frambuesa ni aroma obtenido a partir de éstas*”<sup>24</sup><sup>25</sup>.

### 5.3.- El “quid” de la cuestión

Acertadamente, el Tribunal de Justicia, en el fundamento jurídico núm. 29 de su sentencia, se refirió a que, en el asunto principal, se trataba de determinar *si el etiquetado de la infusión de frutas es de tal naturaleza que induce a error al comprador por sugerir la presencia de componentes de frambuesa y de flor de vainilla o de aromas obtenidos a partir de estos ingredientes, siendo así que esos componentes o aromas no están presentes en dicha infusión*. Acto seguido, recordó que, según los considerandos 6 y 8 de la Directiva 2000/13/CE, ésta se basa, ante todo, en el imperativo de la información y la protección de los consumidores, y el etiquetado detallado relativo a la naturaleza exacta y las características del producto debe permitir así al consumidor realizar su elección con conocimiento de causa: “a este respecto, el artículo 2, apartado 1, letra a), inciso i), de la Directiva 2000/13 prevé, en consonancia con el considerando 14 de ésta, *que 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*”<sup>26</sup> y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, *composición*<sup>27</sup>, cantidad, duración, origen o procedencia, y modo de fabricación o de obtención del mismo”<sup>28</sup>. En este sentido, el Tribunal de Justicia, citando el fundamento jurídico núm. 37 de la sentencia “Comisión/Italia” de 25 de noviembre de 2010<sup>29</sup>, subrayó que el Art. 2.1(a)(i) en cuestión “... exige que el comprador disponga de una información correcta, neutra y objetiva que no le induzca a error” y añadió:

- que, a tenor del Art. 16 del Reglamento nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria<sup>30</sup>, sin perjuicio de disposiciones más específicas de la legislación alimentaria, *el etiquetado, la publicidad y la presentación de los alimentos, incluidos su forma, apariencia o envasado, los materiales de envasado utilizados, la forma en que se disponen los alimentos y el lugar en el que se muestran, así como la información que se ofrece sobre ellos a través de cualquier medio, no deberán inducir a error a los consumidores*<sup>31</sup>; y

- que, “si bien la Directiva 2000/13 constituye una disposición más específica de la legislación alimentaria, en el sentido del [citado] artículo 16 del

<sup>(24)</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>(25)</sup> Véase igualmente el fundamento jurídico núm. 28 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

<sup>(26)</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>(27)</sup> *Idem*.

<sup>(28)</sup> Véase el fundamento jurídico núm. 31 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

<sup>(29)</sup> Asunto C-47/09. En el mencionado fundamento jurídico se declara que “... el sistema de doble denominación introducido por el legislador italiano tampoco satisface los requisitos del artículo 2, apartado 1, letra a), de la Directiva 2000/13, que establece que el consumidor debe disponer de una información correcta, neutra y objetiva que no le induzca a error” (la cursiva es nuestra). Véanse, sobre esta sentencia: “La sentencia ‘Comisión/Italia’ de 25 de noviembre de 2010 del TJ: el Gobierno italiano pierde la última batalla de la guerra del *cioccolato puro* (asunto C-47/09)”, *Gaceta Jurídica de la UE*, núm. 20, 2011, 55-66; F. Capelli B. Y Klaus, *Chocolate can also be made from pure Cocoa but one should be careful how to communicate this on the Label - Comment on the Judgment of the Court of Justice of 25 November 2010 in Case C-47/09, European Commission v. Italian Republic*, in *European food and feed law review*, núm. 2, 2011, 88-95; D. Pisanello, *Armonizzazione delle denominazioni di vendita nel settore del cioccolato: Illegittimità della disciplina nazionale sul cioccolato puro*, in *Dir. I com. e degli scambi inter.*, núm. 2, 2011, 277-288; y F. Prete, *La cultura del cioccolato: la Corte europea e il cioccolato di qualità*, in *Riv. dir. agr.*, núm. 4, 2010, 143-153. Véanse, por lo que se refiere a la Directiva de 1973, F. Albisinni, *La Corte di giustizia, il cioccolato e la concorrenza*, in *Riv. dir. agr.*, 2003, II.

<sup>(30)</sup> Véanse, sobre esta normativa comunitaria: IDAIC (ed.), *Commentario al regolamento (CE) n. 178/2002 del 28 gennaio 2002*, in *Le nuove leggi civ. comm.*, 2003, p. 114 ss.; “Objetivo: la seguridad alimentaria en la Unión Europea (el Reglamento (CE) n. 178/2002)”, *Gaceta Jurídica de la UE*, núm. 223, 2003, 59-71; M.V. Fourgoux Jeannin, *La construcción europea de la autonomía del Derecho alimentario*, en L. Bourges, *Sociología y Derecho alimentarios*, Aranzadi, 2013, p. 76; y M. Hagenmeyer, *Modern food safety requirements: according to EC Regulation no. 178/2002*, in *Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht*, Vol. 29, núm. 4, 2002, 443-459].

<sup>(31)</sup> Véase el fundamento jurídico núm. 33 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.



Reglamento nº 178/2002, esta última disposición, interpretada en relación con el artículo 8 de dicho Reglamento, reitera que *el etiquetado de un producto alimenticio no puede tener carácter engañoso*<sup>32</sup><sup>33</sup>.

5.4.- *¿A qué órgano jurisdiccional corresponde resolver sobre la cuestión de si el etiquetado de determinados productos puede inducir a error al comprador o al consumidor?*

Sobre este tema, el Tribunal de Justicia reiteró que, en principio, no le correspondía, en el marco del reparto de competencias entre los órganos jurisdiccionales nacionales y de la Unión, resolver sobre la cuestión de si el etiquetado de determinados productos puede inducir a error al comprador o al consumidor, ni dilucidar la cuestión del posible carácter engañoso de una denominación de venta: “esta misión compete al órgano jurisdiccional nacional”<sup>34</sup>, aunque “... el Tribunal de Justicia, al resolver sobre la cuestión prejudicial, puede aportar, en su caso, precisiones destinadas a orientar al órgano jurisdiccional nacional en su decisión”<sup>35</sup><sup>36</sup>.

Refiriéndose al litigio principal, el Tribunal de Justicia precisó lo siguiente:

“42. En el caso presente, corresponde al tribunal remitente proceder a *un examen de conjunto*<sup>37</sup> de los diferentes elementos que componen el etiquetado de la infusión de frutas para determinar si un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz<sup>38</sup>, puede ser inducido a error en cuanto a la presencia de componentes de frambuesa y de flor de vainilla o de aromas obtenidos a partir de estos ingredientes.

43. En el marco de dicho examen, el tribunal remi-

tente 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 de la infusión de frutas.”

5.5.- *Pautas para poder apreciar si el etiquetado de determinados productos puede inducir a error al comprador o al consumidor*

El Tribunal de Justicia no se limitó a declarar que correspondía al juez nacional, decidir si el etiquetado de determinados productos puede inducir a error al comprador o al consumidor, sino que incluyó (en los fundamentos 36 y 37 de la sentencia objeto de nuestros comentarios) algunas indicaciones sobre cómo apreciar la capacidad de un etiquetado de afectar la percepción del comprador:

- será preciso 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, habida cuenta de que lo esencial es que no se induzca a error al consumidor y no se le lleve a pensar erróneamente que el producto tiene un origen, procedencia o cualidades diferentes de las que en realidad tiene<sup>39</sup>; y

- deberá tenerse en cuenta que, de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, se desprende que 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, cuya mención es

(<sup>32</sup>) La cursiva es nuestra.

(<sup>33</sup>) Véase el fundamento jurídico núm. 34 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>34</sup>) *Ibidem*, fundamento jurídico núm. 35.

(<sup>35</sup>) Véanse en particular los siguientes fundamentos jurídicos: 18 al 20 de la sentencia “Geffroy” de 12 de septiembre de 2000, asunto C-366/98; y núm. 60 de la sentencia “Severi” de 10 de septiembre de 2009, asunto C-446/07 (véanse, sobre este último fallo: A. Mayoral Jerravidas, *Reseña de jurisprudencia del TJCE. Conclusiones*, in *Revista de Derecho Alimentario*, núm. 47, 2009, 23-24; y V. Ruzek, *Chronique de jurisprudence communautaire - La gestion des politiques communautaires par la Communauté - Les dispositifs de protection communautaire des indications géographiques*, *Revue de droit rural*, núm. 387, 2010, 27-29).

(<sup>36</sup>) Véase también el fundamento jurídico núm. 35 de la sentencia “Teekanne” de 4 de junio de 2015.

(<sup>37</sup>) La cursiva es nuestra.

(<sup>38</sup>) Véase la nota 13.

(<sup>39</sup>) Véanse, en este sentido, el fundamento jurídico núm. 61 de la sentencia “Severi”. citada en la nota 35.

obligatoria según lo estipulado en el Art. 3.1(2) de la Directiva 2000/13/CE<sup>40</sup>.

Más concretamente, el Tribunal de Justicia añadió, de todos modos, que:

“38 No obstante, la circunstancia de que la lista de ingredientes figure en el envase del producto controvertido en el asunto principal 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, en el sentido del artículo 2, apartado 1, letra a), inciso i), de la Directiva 2000/13”.

## 6.- Conclusiones

### 6.1. Función y (limitados) efectos informativos del etiquetado

En definitiva, no debe sorprendernos que, tras confirmar que el etiquetado, tal como se define en el artículo 1.3(a) de Directiva 2000/13/CE, se compone de las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o de comercio, imágenes o signos relativos al producto alimenticio, que figuran en el envase de éste, el Tribunal de Justicia evocara la eventualidad de que, “entre estos diversos elementos, algunos pueden, en la práctica, ser engañosos, erróneos, ambiguos, contradictorios o incomprensibles” y declarara al respecto lo que sigue: “40. Ahora bien, si tal es el caso, la lista de ingredientes puede, en determinadas situaciones, *incluso siendo exacta y exhaustiva, no ser idónea para corregir adecuadamente la impresión errónea o equívoca*

*del consumidor respecto de las características de un producto alimenticio*<sup>41</sup> que resulta de los demás elementos que componen el etiquetado de ese producto alimenticio.

41. 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*<sup>42</sup>.”

### 6.2. Aplicabilidad de la jurisprudencia consagrada en la sentencia “Teekanne” después de la derogación de la Directiva 2000/13/CE

La Directiva 2000/13/CE fue derogada con efectos a partir del 13 de diciembre de 2014, conforme al Art. 53.1 del Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 1924/2006 y (CE) nº 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) nº 608/2004 de la Comisión<sup>43</sup>.

<sup>(40)</sup> Véanse, en este sentido, los siguientes fundamentos jurídicos: núm. 34 de la sentencia “Comisión/Alemania” de 26 de octubre de 1995, asunto C-51/94; y núm. 22 de la sentencia “Darbo” de 4 de abril de 2000, asunto C-465/98 (véase, sobre este último fallo: A. Di Lauro, *Identificazione ed etichettatura dei prodotti alimentari tra gli obiettivi della politica agricola comune, la tutela della salute e la protezione del consumatore*, in *Dir. pubbl. comp. ed eur.*, núm. 3, 2000, 1268-1273; y L. Gradoni, *Una marmellata contaminata dichiarata ‘naturalmente pura’ non trae in inganno il consumatore*, in *Riv. dir. agr.*, núm. 1, 2001, 48-62”).

<sup>(41)</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>(42)</sup> *Idem*.

<sup>(43)</sup> Véanse, sobre esta normativa comunitaria: *La nueva regulación del etiquetado de los alimentos en la UE: ¿estamos preparados para el día ‘D’, el 13 de diciembre de 2014?*, in *Revista Aranzadi de Unión Europea*, núm. 4, 37-55; H. Bremmers, *An Integrated Analysis of Food Information to Consumers: Problems, Pitfalls, Policies and Progress*, *Proceedings in Food System Dynamics*, 2012, 614-627 (artículo disponible en la siguiente página de Internet, consultada el 27 de febrero de 2013: <http://131.220.45.179/ojs/index.php/proceedings/article/view/262/243>); F. Albinetti, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, 2ª ed., Utet, 2015; L. Costato, L., P. Borghi y S. Rizzoli, *Compendio di diritto alimentare*, CEDAM, 2013, 253-256; M. Ferrari e U. Izzo, *Diritto alimentare comparato*, Il Mulino, 2012, 126-131; M. Hagenmeyer, *Food information regulation: commentary on regulation (EU) No. 1169/2011 on the provision of food information to consumers*, Lexxion, 2012, 448 págs.; Y P. Nihoul. y E. Van Nieuwenhuyze, *L’étiquetage des denrées alimentaires: une pondération réussie entre intérêts contradictoires?*, in *Journal de droit européen*, Vol. 20, núm. 192, 2012, 237-243 (también se ha publicado sobre este Reglamento el e-book titulado *1169 preguntas y respuestas sobre el etiquetado de los alimentos*).

Cabe pues preguntarse si la jurisprudencia consagrada (o citada) en la sentencia que nos ocupa tiene o no *vigencia* en el ámbito *del nuevo régimen*...

Es cierto que en el Reglamento (UE) nº 1169/2011 se ha introducido un *nuevo* concepto: el de *información alimentaria* que se define en el Art. 2(a) como “la información relativa a un alimento y puesta a disposición del consumidor final por medio de una etiqueta, otro material de acompañamiento, o cualquier otro medio, incluyendo herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal”. Se trata pues de un concepto más amplio que el de etiquetado, pero que lo *incluye*. Además, la obligatoriedad de que figure en el etiquetado la lista de ingredientes prevista en el Art. 3.1(2) de la Directiva derogada se reafirma en el Art. 9.1(b) del Reglamento nº 1169/2011<sup>44</sup>; véase asimismo lo que establece el Art. 7.1(a)<sup>45</sup> del citado Reglamento: “1. La información alimentaria no inducirá a error, en particular:

a) sobre las características del alimento y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, país de origen o lugar de procedencia, y modo de fabricación o de obtención;”. No parece pues que pueda dudarse de la *aplicabili-*

*dad*, por supuesto *mutatis mutandis*, de la jurisprudencia en cuestión al etiquetado de los productos alimenticios producidos y comercializados según lo previsto en el Reglamento nº 1169/2011.

## ABSTRACT

*The ECJ Chamber) hereby ruled that articles 2(1)(a)(i) and 3(1)(2) of Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs, as amended by Regulation (EC) No 596/2009 of the European Parliament and of the Council of 18 June 2009, must be interpreted as precluding the labelling of a foodstuff and methods used for the labelling from giving the impression, by means of the appearance, description or pictorial representation of a particular ingredient, that that ingredient is present, even though it is not in fact present and this is apparent solely from the list of ingredients on the foodstuff's packaging.*

□

<sup>(44)</sup> Véase la correlación entre ambas disposiciones en la obra de M. Hagenmeyer, citada en la nota anterior, pág. XXV.

<sup>(45)</sup> El Art. 7 del nuevo Reglamento se ocupa de las “Prácticas informativas leales”.