
Misleidende verpakkingen en marktintegratie, een voortdurende bron van spanning

Winfred Knibbeler

16 juni 2017

De labelling doctrine (I)

- **Cassis de Dijon (C-120/78)**: het vermelden van het alcoholpercentage op een fles Cassis de Dijon was voldoende om de consument te informeren over de samenstelling van het product.
- **Commissie / Duitsland (C-51/94)**: inbreukprocedure tegen Duitsland. Voor Hollandse saus en béarnaisesaus mag niet verlangd worden dat er extra informatie op het etiket wordt vermeld, indien al uit de ingrediëntenlijst kan worden afgeleid dat producten niet zijn vervaardigd op basis van eieren en boter. Presumptie dat consument ingrediëntenlijst leest. “Zelfs indien de consument in bepaalde gevallen kan worden misleid, is dit gevaar gering en kan het derhalve niet de door de in geding zijnde vereisten veroorzaakte belemmering van het vrije goederenverkeer rechtvaardigen.” R.o. 34.



De labelling doctrine (II)

- **Darbo** (C-465/98): Een Duitse consumentenorganisatie vond dat de aanduiding “*Naturrein*” misleidend was aangezien jam geproduceerd door Darbo het additief “pectine” bevatte. Het etiket is niet misleidend want het additief pectine staat duidelijk vermeld in de ingrediëntendeclaratie en de consument leest het etiket.
- **Severi** (C-446/07): Salami uit Felino. De nationale rechter moet uitgaan van de vermoedelijke verwachting ten aanzien van die etikettering die een normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende gemiddelde consument heeft ten aanzien van de oorsprong, de herkomst en de hoedanigheid van het levensmiddel. Geldt ook voor geografische verwijzingen die niet beschermd zijn.

Teekanne (C-195/14)

- Aroma's met de smaak van vanille en framboos, geen bestanddelen van framboos en vanille en zelfs geen natuurlijk framboos- of vanillearoma's.
- Vaste rechtspraak: nationale rechter bepaalt of etikettering, of verkoopbenaming kan misleiden.
- De lijst van ingrediënten kan in bepaalde situaties, ook al is die lijst juist en volledig, ongeschikt zijn om de verkeerde of dubbelzinnige indruk van de consument over de kenmerken van een levensmiddel, die voortvloeit uit de andere elementen waaruit de etikettering van dat levensmiddel is samengesteld, *genoegzaam te corrigeren* (r.o. 40).
- Ingrediëntenlijst blijft uitgangspunt, ook na Teekanne
- Ingrediëntenlijst kan onder omstandigheden onvoldoende zijn om misleidende verpakking te corrigeren



Heks'nkaas (ECLI:NL:RBROT:2016:3513)

De Rb Rotterdam past Teekanne toe in Heks'nkaas:

- Geen misleiding, want anders dan in Teekanne is de lijst van ingrediënten niet dubbelzinnig en staat aan het begin ervan klip en klaar vermeld: “smeerdip met 16% roomkaas en verse kruiden”, terwijl de lijst overigens geen ingrediënten vermeldt die de suggestie kunnen wekken dat er meer dan 16% (room)kaas in het product is verwerkt.
- Was lijst van ingrediënten in Teekanne “dubbelzinnig”? R.o. 28 van de uitspraak van het HvJ geeft aan dat niet betwist wordt dat de ingrediëntenlijst *juist en volledig is*. Dit neemt niet weg dat de ingrediëntenlijst niet in staat kan zijn onjuiste indrukken weg te nemen door dubbelzinnigheid.
- “Smeerdip **met** roomkaas en verse kruiden” is niet misleidend.
- Zou “smeerdip van roomkaas en verse kruiden” wel misleidende zijn?



Praktijk Reclame Code Commissie (RCC)

Een selectie:

- **Alpro Pur'Enjoy:** Op de verpakking stond “geen zoetstoffen”, maar er zat wel suiker in het product. Dit was niet misleidend omdat zoetstoffen geen zoetmiddelen (zoals suiker) zijn.
- **Frisse Tonijnsalade:** 42% van het producten bestond uit tonijn. Volgens de RCC was het niet misleidend om dit tonijnsalade te noemen “gelet op de samenstelling van het product”.
- **Optimel Griekse Stijl:** op een billboard voor Optimel staat: “Nieuw! Griekse yoghurt om te drinken” en een foto van een verpakking van Optimel Griekse Stijl. De opvallende verwijzing naar Griekse *stijl* was voldoende om de consumenten niet te misleiden.
- **Limoncello pudding:** de Limoncello pudding bevatte geen Limoncello. RCC past Teekanne toe en geeft aan dat Limoncello opvallend op de verpakking staat waardoor de consument zal denken dat de pudding inderdaad Limoncello bevat, terwijl dit niet het geval is. Dat is misleidend.

Voedselinformatieverordening

De nieuwe Voedselinformatieverordening (nr. 1169/2011) heeft een aantal verplichtingen gecodificeerd – een selectie:

- **Artikel 7: Eerlijke informatiepraktijken**

- Voedselinformatie mag niet misleidend zijn, met name niet:

- T.a.v. kenmerken van het levensmiddel (aard, identiteit, eigenschappen, samenstelling, hoeveelheid, houdbaarheid, land van oorsprong of plaats van herkomst en wijze van vervaardiging of productie) (art. 7, lid 1, sub a);
- Door aan het levensmiddel effecten of eigenschappen toe te schrijven die het niet bezit (art. 7, lid 1, sub b);
- Door te suggereren dat het levensmiddel bijzondere kenmerken vertoont terwijl alle soortgelijke levensmiddelen dit ook bezitten (art. 7, lid 1, sub c); en
- Door via de presentatie, beschrijving of afbeelding de aanwezigheid van een bepaald levensmiddel of ingrediënt te suggereren terwijl dat ingrediënt is vervangen door een ander bestanddeel of ingrediënt (art. 7, lid 1, sub d).

- Voedselinformatie moet nauwkeurig, duidelijk en voor de consument makkelijk te begrijpen zijn (art. 7, lid 2)

Voedselinformatieverordening

De nieuwe Voedselinformatieverordening (nr. 1169/2011) heeft een aantal verplichtingen gecodificeerd – een selectie:

- **Artikel 9: Lijst van verplichte vermeldingen**
 - Bijv. de benaming, lijst van ingrediënten, netto hoeveelheid, houdbaarheidsdatum, enz.
- **Artikel 12: Beschikbaarheid van de verplichte voedselinformatie en plaats waar zij wordt aangebracht**
 - Bijv. bij voorverpakte levensmiddelen wordt de verplichte voedselinformatie rechtstreeks op de verpakking of op een daaraan bevestigd etiket aangebracht (art. 12, lid 2).
- De Voedselinformatieverordening is in Nederland geïmplementeerd in het Warenwetbesluit informatie levensmiddelen

Dilemma: marktintegratie / bescherming consumenten

INTERNE MARKT

- Dezelfde levensmiddelen binnen de interne markt – geen discriminatie.
- Weinig ruimte voor nationale rechter; lijst van ingrediënten is leidend.
- AG Sharpston in Severi: wetgeving inzake etikettering van levensmiddelen draagt bij aan soepel functioneren van interne markt – doel is om consumenten voldoende informatie te verschaffen op het etiket zodat zij volledige kennis van zaken hebben om hun eigen keuze te maken (para. 47 Conclusie AG, C-446/07).

MISLEIDING

- Lijst van ingrediënten is niet uitsluitend relevant/leidend.
- Ruimte voor nationale rechter om te beoordelen wat misleidend is o.g.v. alle verschillende elementen van de etikettering, inclusief de omstandigheden, aard, gebruikte taal, omvang, kleur enz. van het de verpakking/levensmiddel.
- Geharmoniseerde bescherming in specifieke sectoren, zoals bij zuivelproducten , vgl. TofuTown.com GmbH, HvJ 14 juni 2017, zaak C-422/16, de benaming “melk” mag niet worden gebruikt in reclame voor plantaardige producten.

Freshfields Bruckhaus Deringer LLP is a limited liability partnership registered in England and Wales with registered number OC334789. It is authorised and regulated by the Solicitors Regulation Authority. For regulatory information please refer to www.freshfields.com/support/legalnotice. This material is for general information only and is not intended to provide legal advice.

© Freshfields Bruckhaus Deringer LLP 2017