

CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL
SR. CLAUD GULMANN

presentadas el 29 de septiembre de 1993 *

Señor Presidente,
Señores Jueces,

decisión fue adoptada «en vista de la jurisprudencia existente en relación con el artículo 3 de la UWG (prohibición de inducir a error)».

1. El Landgericht Berlín planteó al Tribunal de Justicia una cuestión prejudicial sobre la interpretación del artículo 30 del Tratado CEE. La cuestión se plantea en el marco de un litigio entre, por una parte, una asociación alemana legitimada para ejercer acciones en relación con la aplicación de la Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Ley alemana para la represión de la competencia desleal; en lo sucesivo, «UWG»), y por otra parte, las filiales alemana y francesa de la empresa americana Estée Lauder.

— Las empresas filiales demandadas desean ahora comercializar los productos en Alemania con la denominación Clinique, ya que «debido a la diversidad de denominaciones existen dificultades para su suministro desde otros países con destino a Alemania y viceversa» y porque «los costes de envasado y publicidad que resultan del uso de denominaciones distintas son elevados».

2. De la resolución de remisión resultan los siguientes hechos:

— Estée Lauder produce una amplia gama de productos cosméticos que se comercializan con la denominación «Clinique».

— La demandante ejercita contra las demandadas una acción de cesación de la distribución de sus cosméticos con la marca Clinique, al amparo del artículo 3 de la UWG y del número 1 del apartado 1 del artículo 27 de la Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes (Ley alemana sobre alimentos y artículos de primera necesidad; en lo sucesivo, «LMBG»), que prohíben, entre otras cosas, inducir a error a los consumidores.

— Al lanzar dichos productos en Europa, a principios de los años setenta, Estée Lauder decidió distribuirlos en Alemania con la denominación «Clinique»; tal

— Las demandadas alegan que la prohibición solicitada les haría imposible importar cosméticos de la marca Clinique

* Lengua original: danés.

producidos en Inglaterra y en Bélgica. Tal prohibición infringiría el artículo 30 del Tratado CEE.

— En opinión del órgano jurisdiccional *a quo*, «procedería estimar la demanda, dado que no puede excluirse que una parte importante del grupo de consumidores al que se dirige el producto atribuya a la línea cosmética Clinique efectos medicinales para la piel, de tipo preventivo o curativo».

— El órgano jurisdiccional nacional *a quo* manifiesta que, en su caso, «habría que practicar prueba consistente en un dictamen basado en un sondeo de opinión ordenado por el Tribunal» y que «si se confirmara la inducción a error en relación con un margen de entre el 10 y el 20 % de los consumidores, habría que prohibir el uso de la denominación Clinique».

— La referida diligencia para comprobar si los consumidores son inducidos a error es superflua si, como alegan las demandadas, la prohibición solicitada constituye una infracción del Derecho comunitario.

3. Por tales motivos, el Landgericht Berlin sometió a este Tribunal de Justicia la siguiente cuestión prejudicial:

«¿Deben interpretarse los artículos 30 y 36 del Tratado CEE en el sentido de que se

oponen a la aplicación de una disposición nacional relativa a la competencia desleal, que autorice a prohibir la importación y comercialización de un producto cosmético producido y/o comercializado legalmente en otro país europeo a causa de que la denominación del producto —Clinique— pudiera inducir a error a los consumidores —en la medida en que podrían tomarlo por un producto medicinal—, cuando dicho producto se comercializa con la referida denominación, legalmente y sin reparos, en otros Estados miembros de la Comunidad Europea?»

4. El artículo 3 de la UWG establece lo siguiente: «Podrá ejercerse la acción de cesación de la publicidad contra quien en el ejercicio de una actividad mercantil y con fines competitivos haga uso de indicaciones que induzcan a error sobre aspectos comerciales, en especial sobre [...] .»

El artículo 27 de la LMBG establece lo siguiente: «Se prohíbe distribuir con fines comerciales productos cosméticos con denominación o indicaciones que induzcan a error [...] Se considera que existe inducción a error especialmente en los siguientes casos: 1) cuando se atribuyan a productos cosméticos efectos que [...] no hayan sido suficientemente acreditados desde el punto de vista científico [...]»

5. El demandante en el asunto principal alega que la distribución de productos con la denominación «Clinique» constituiría una infracción de ambas disposiciones, ya que la denominación «Clinique» podría inducir a los consumidores al error de considerar que tales productos tienen efectos medicinales.

Señala que existe una semejanza fonética entre las palabras «Clinique» y «Klinik», y que la palabra «Klinik» designa en alemán a un establecimiento sanitario.¹

sentido de atribuir a los productos efectos medicinales de los que en realidad carecen.³

6. Hay que señalar que las disposiciones invocadas por el demandante en el asunto principal son cláusulas generales, lo cual significa que su contenido específico debe ser determinado por la jurisprudencia. En Alemania, en relación con la UWG, que data del año 1909, se ha producido «en el marco de las cláusulas generales de los artículos 1 y 3, y como fruto del intercambio de pareceres entre la jurisprudencia y la doctrina, una malla casuística finamente trenzada de supuestos de hecho interrelacionados, que, para bien de los consumidores, de las empresas y del público en general, garantizan por lo menos hasta cierto grado, la seguridad jurídica y permiten prever las consecuencias de los comportamientos competitivos».²

8. La cuestión prejudicial se refiere a la interpretación del artículo 30 del Tratado CEE —es decir, a la prohibición de restricciones a los intercambios entre los Estados miembros—, así como a la significación de la referida disposición en cuanto a la aplicación en un litigio concreto de la prohibición de inducción a error con arreglo al Derecho alemán.

7. No cabe duda de que en Alemania —en contra de lo que ocurre en los ordenamientos jurídicos de la mayor parte de los demás Estados miembros— la jurisprudencia ha establecido un criterio relativamente estricto sobre el contenido del concepto de inducción a error, y de que con ello se ha alcanzado un nivel relativamente elevado de protección de los consumidores y de los demás intereses que pretende proteger las leyes. Tal es, naturalmente, el caso de indicaciones que puedan ser interpretadas por los destinatarios en el

9. Si bien no corresponde al Tribunal de Justicia, en el marco del procedimiento prejudicial, pronunciarse sobre la solución concreta que, con arreglo al Derecho nacional, haya de darse al litigio principal pendiente, es competente, en cambio, para proporcionar al órgano jurisdiccional nacional todos los elementos de interpretación pertenecientes al ámbito del Derecho comunitario que puedan permitirle apreciar dicha compatibilidad para la resolución del asunto que le haya sido sometido.

En este contexto, el Tribunal de Justicia puede, con el fin de proporcionar al órgano jurisdiccional nacional una respuesta lo más adecuada posible, vincular la interpretación del artículo 30 del Tratado CEE estrechamente a las circunstancias concretas del asunto principal.

1 — En sus observaciones escritas, el demandante en el asunto principal se remite a la definición del término «Klinik» en la *Brockhaus Enzyklopädie*, 17.ª edición, y alega que «en la lengua alemana se entiende por "Klinik" un establecimiento sanitario público o privado, aplicándose por regla general "Krankenhaus" a los centros sanitarios normales, mientras que la palabra "Klinik" en general designa al policlínico universitario, es decir, un establecimiento sanitario de nivel especialmente elevado».

2 — Dr. H. Piper, Magistrado-Presidente en el Bundesgerichtshof, «Zu den Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf das deutsche Recht gegen den unlauteren Wettbewerb», *Wettbewerb in Recht und Praxis*, 11/92, p. 685.

3 — El Gobierno alemán expuso dicha jurisprudencia en sus observaciones escritas; véase el apartado III de éstas.

Quede dicho, sin embargo, que el presente asunto no se refiere a una cuestión sobre la compatibilidad general de disposiciones nacionales con el artículo 30, sino a la aplicación de disposiciones nacionales a un litigio específico, en el que dicha aplicación exige una valoración concreta de la cuestión de si los consumidores son inducidos a error en las circunstancias que concurren. Sería incorrecto, en mi opinión, que, en asuntos como el presente, este Tribunal de Justicia vinculara su interpretación del artículo 30 demasiado estrechamente a las circunstancias específicas del caso. El Tribunal de Justicia podría correr el riesgo, si así lo hiciera, de interpretar el artículo 30 en relación con un supuesto de hecho que no le ha sido suficientemente aclarado, o de pronunciarse sobre la realidad de los hechos, lo cual no le compete a él, sino al órgano jurisdiccional nacional. Además, visto también desde el punto de vista de su capacidad, sería imposible para este Tribunal de Justicia, al interpretar el artículo 30, asumir la tarea de garantizar una aplicación uniforme del Derecho comunitario en relación con la aplicación concreta de cláusulas generales como las que aquí nos ocupan. Dicha misión es, en el sistema del Tratado, competencia del órgano jurisdiccional nacional, que tiene el deber de garantizar la correcta aplicación del Derecho comunitario.

10. Tiene importancia para la resolución del presente asunto el hecho de que el Consejo adoptó Directivas con arreglo a las cuales los Estados miembros tienen que adoptar disposiciones que prohíban la publicidad engañosa.

Se trata de la Directiva 84/450/CEE del Consejo, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de

publicidad engañosa.⁴ En el artículo 2 de la Directiva se establece qué debe entenderse por publicidad engañosa; en este aspecto incide el artículo 3, con arreglo al cual, para determinar si una publicidad es engañosa, se tendrán en cuenta todos sus elementos. El artículo 4 impone a los Estados miembros la obligación de velar «por que existan los medios adecuados y eficaces para controlar la publicidad engañosa en interés de los consumidores, así como de los competidores y del público en general». Por último, el artículo 7 establece que la Directiva «no obstaculiza el mantenimiento o la adopción por los Estados miembros de disposiciones tendentes a asegurar una protección más amplia de los consumidores».

Se trata, por otra parte, de la Directiva 76/768/CEE del Consejo, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de productos cosméticos,⁵ que, sobre todo con el fin de garantizar la libre circulación de dichos productos, contiene disposiciones sobre su composición, etiquetado y envasado, entre las cuales, el apartado 2 del artículo 6 y el apartado 1 del artículo 7, relevantes para el presente asunto, establecen lo siguiente:

— «Los Estados miembros adoptarán las disposiciones pertinentes para que, en las etiquetas, en la presentación a la venta y en la publicidad referente a los productos cosméticos, no se utilicen textos, denominaciones, marcas, imágenes o cualquier otro símbolo, figurativo o no, con el fin

4 — DO L 250, p. 17; EE 15/05, p. 55.

5 — DO L 262, p. 169; EE 15/01, p. 206.

de atribuir a estos productos características de las que carecen.»

— «Los Estados miembros no podrán, fundándose en las exigencias de la presente Directiva y sus Anexos, denegar, prohibir o restringir la comercialización de los productos cosméticos que se adjunten (léase, ajusten) a las prescripciones de la presente Directiva y sus Anexos.»

11. El Gobierno federal indicó que las disposiciones de ambas Directivas fueron cumplidas por el Derecho alemán —entre otras, mediante las disposiciones arriba citadas sobre la inducción a error— y que, si llegara a producirse la prohibición con arreglo al Derecho alemán, ello estaría en consonancia con las Directivas. Por tal motivo alega que, con base en las Directivas, ha de responderse la cuestión prejudicial en el sentido de que medidas acordes con las Directivas no pueden *a priori* infringir el artículo 30, a no ser que las propias disposiciones comunitarias de que se trata infrinjan el referido artículo.

12. Considero que no es correcta tal opinión. Simplifica excesivamente el planteamiento del problema. No toma suficientemente en consideración la naturaleza de los deberes comunitarios que ambas directivas imponen a los Estados miembros. Se trata de obligaciones formuladas de una manera muy general con arreglo a las cuales los ordenamientos jurídicos nacionales deben proteger a los consumidores de la inducción a error en ámbitos mejor definidos. La Directiva sobre publicidad engañosa establece, por ello, solamente criterios muy vagos sobre cómo debe entenderse el con-

cepto de publicidad engañosa. A esto se añade que la Directiva no impide por lo demás a los Estados miembros adoptar disposiciones más estrictas. Es también esencial que las obligaciones impuestas por las Directivas han de interpretarse en consonancia con las exigencias que resultan de las disposiciones del Tratado relativas a la libre circulación de mercancías.

13. En mi opinión, el órgano jurisdiccional *a quo* actuó acertadamente al plantear a este Tribunal de Justicia una cuestión sobre la interpretación del artículo 30 del Tratado CEE.⁶

14. La respuesta a la cuestión prejudicial debe, pues, basarse en la jurisprudencia sen-

6 — Por lo demás, este Tribunal de Justicia desestimó una argumentación, en parte coincidente, del Gobierno federal en su sentencia de 13 de diciembre de 1990, Pall Corp. (C-238/89, Rec. p. I-4827), relativa a la adecuación a Derecho de una prohibición de comercializar mercancías que junto a la marca lleven la letra (R), basada en el artículo 3 de la UWG. El Tribunal de Justicia desestimó el argumento alemán, basado en la Directiva sobre publicidad engañosa, considerando que «puesto que se ha comprobado que la prohibición de referencia no está justificada por exigencias imperativas relativas a la protección de los consumidores o a la lealtad de las transacciones comerciales, dicha prohibición ya no puede encontrar un fundamento en la citada Directiva. Esta Directiva se limita a una armonización parcial de las normativas nacionales en materia de publicidad engañosa, fijando, por una parte, unos criterios mínimos y objetivos sobre cuya base es posible determinar si una publicidad es engañosa y, por otra parte, exigencias mínimas en relación con las formas de protección contra tal publicidad». La sentencia del Tribunal de Justicia de 16 de enero de 1992, Proceso penal contra X (C-373/90, Rec. p. I-131), relativa a la conformidad a Derecho de la publicidad de vehículos procedentes de importación paralela en Francia, no puede ser alegada en apoyo de la opinión del Gobierno federal, aún cuando el Tribunal de Justicia restringió a la interpretación de la Directiva sobre publicidad engañosa su respuesta a la cuestión prejudicial. El Tribunal de Justicia partió, efectivamente, de la base de que la cuestión, que se refería al punto de si la práctica comercial litigiosa era acorde con las disposiciones comunitarias aplicables, debía entenderse como una cuestión sobre la interpretación de la Directiva sobre publicidad engañosa.

tada por este Tribunal de Justicia en relación con tales disposiciones, según la cual:

— Rige, en primer lugar, la prohibición de «cualquier normativa comercial de los Estados miembros que pueda obstaculizar directa o indirectamente, real o potencialmente, el comercio intracomunitario».

— En segundo lugar, «los obstáculos al comercio intracomunitario que resulten de disparidades entre normas nacionales deben aceptarse en la medida en que pueda justificarse que tales normas, indistintamente aplicables a los productos nacionales y a los productos importados, son necesarias para cumplir exigencias imperativas relativas, entre otras, a la protección de los consumidores o a la lealtad de las transacciones comerciales. Pero, para que puedan admitirse, es preciso que estas normas sean proporcionales al objetivo perseguido y que este objetivo no pueda lograrse aplicando medidas que restrinjan en menor medida los intercambios comunitarios». ⁷

15. La resolución de remisión se basa —sin que, por lo demás, ninguna parte lo

7 — Sentencia del Tribunal de Justicia de 13 de diciembre de 1990, Pall Corp., citada en la nota 6, *supra*, apartados 11 y 12.

discuta— en que una prohibición, en su caso, de la distribución en Alemania de los productos cosméticos de que se trata con la denominación Clinique supondría auténticas restricciones de los intercambios entre los Estados miembros.

16. Hay que partir además de la base de que, si se mantuviera la prohibición, se produciría un obstáculo al comercio intracomunitario causada por la aplicación de normas nacionales aplicadas indistintamente a los productos nacionales y a los productos importados.

17. Como es sabido, también resulta de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia que solamente existe la posibilidad de justificar tales obstáculos a los intercambios por motivos basados en el artículo 36 del Tratado CEE o en la jurisprudencia de este Tribunal de Justicia cuando no se haya producido normativa alguna en el ámbito comunitario en relación con el sector de que se trate. ⁸

Existen, como ya he dicho, disposiciones comunitarias que inciden en la cuestión planteada, pero, en mi opinión, se trata de disposiciones que no dejan abierta la posibilidad de justificar las medidas restrictivas de los intercambios que aquí nos ocupan, con base en la llamada «rule of reason».

8 — Véanse la sentencia del Tribunal de Justicia de 20 de febrero de 1979, Rewe (120/78, Rec. p. 649) y la reciente sentencia de 18 de mayo de 1993, Yves Rocher (C-126/91, Rec. p. I-2361), apartado 12, relativa a las disposiciones de la UWG sobre publicidad comparativa.

18. Por supuesto que puede alegarse que la Directiva sobre los productos cosméticos, que en el apartado 2 de su artículo 6 impone a todos los Estados miembros la obligación de impedir la inducción a error de los consumidores, y en el apartado 1 de su artículo 7 veda a los Estados miembros prohibir o restringir la comercialización de productos que se ajusten a las prescripciones de dicha Directiva, persigue precisamente el objetivo de armonizar las exigencias nacionales en materia de productos cosméticos, y que por eso contiene este tipo de disposiciones comunitarias, que con arreglo a la jurisprudencia del Tribunal de Justicia impiden considerar como justificadas medidas que restrinjan los intercambios. Pero un argumento como éste no ha sido alegado en ninguno de los escritos de observaciones presentados ante este Tribunal de Justicia. No puede, en mi opinión, alegarse con razón que el hecho de que los productos de que se trata se distribuyan en los demás Estados miembros legalmente con la denominación Clinique, signifique que también hay que aceptar en Alemania que cumplen la exigencia del apartado 2 del artículo 6 de la Directiva de no atribuir a los productos características de las que carecen. Así resulta del mero hecho de que, en el sector que nos ocupa, pueden existir entre los Estados miembros diferencias lingüísticas, culturales y sociales que impliquen la posibilidad de que una denominación que en un Estado miembro no induce a error sí que lo haga en otro.

19. Las disposiciones comunitarias invocadas no entrañan, en mi opinión, la consecuencia de que no exista posibilidad de justificación. Antes bien, tienen la significación —y éste es el auténtico núcleo del argumento del Gobierno federal resumido más arriba— de indicar que se atribuye gran importancia a la preocupación de prote-

ger, entre otros, a los consumidores de la inducción a error en la distribución de productos y prestación de servicios y que tal es también el caso cuando se atribuye a determinados productos cualidades medicinales de las que carecen.⁹

20. Nunca ha dejado lugar a dudas la jurisprudencia de este Tribunal de Justicia en cuanto al punto de que la preocupación por proteger a los consumidores y a los agentes económicos frente a comportamientos desleales o que puedan inducir a error por parte de empresas distribuidoras de productos es una de las exigencias imperativas que pueden justificar obstáculos a los intercambios.¹⁰

Indudablemente, el aspecto de la protección tiene un peso especial cuando tal exigencia se presenta en el contexto de la aplicación de la prohibición de inducción a error, que también constituye un aspecto de la protección de la salud, en concreto, el de impedir que los consumidores atribuyan a los productos efectos medicinales de los que carecen.

9 — Conviene, en este contexto, hacer referencia al artículo 2 de la Directiva 79/112/CEE del Consejo, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios destinados al consumidor final (DO 1979, L 33, p. 1; EE 13/09, p. 162), según el cual, con arreglo al Derecho comunitario, no está permitido dar a productos no medicinales la apariencia de serlo. Según la letra b) del apartado 1 del artículo 2, el etiquetado y las modalidades según las cuales se realice no deberán atribuir a un producto alimenticio propiedades de prevención, tratamiento o curación de una enfermedad humana, ni mencionar dichas propiedades. Comparto la opinión del Gobierno federal de que, por vía interpretativa, hay que inferir una regla similar del apartado 2 del artículo 6 de la Directiva sobre productos cosméticos.

10 — Véase la reciente sentencia en el asunto C-196/91, Yves Rocher, apartado 12, citada en la nota 8, *supra*.

21. Según reiterada jurisprudencia de este Tribunal de Justicia es entretanto también necesario que la aplicación de las disposiciones nacionales de que se trate sea imprescindible desde el punto de vista de la protección de los consumidores, que sea proporcional al objetivo perseguido y que este objetivo no pueda lograrse aplicando medidas que restrinjan en menor grado los intercambios comunitarios.

22. La Comisión considera que la prohibición de utilizar la denominación «Clinique» no resulta indispensable para satisfacer las exigencias de la protección de los consumidores y de la lealtad de las transacciones comerciales. Basa su posición en la siguientes consideraciones:

— Dado que los productos de que se trata se ponen a la venta exclusivamente en perfumerías o en las secciones especializadas de los grandes almacenes y que no están disponibles en farmacia, es difícil asociarles virtudes terapéuticas.

— La denominación «Clinique» es el nombre de comercialización del producto. Dado que se venden productos cosméticos como barra de labios, maquillajes, cremas faciales, etc., el etiquetado deja claro al consumidor que se trata de un producto cosmético.

— La presentación y el contenido de la publicidad son típicos de productos cos-

méticos, incluida la indicación de que los productos han sido probados desde el punto de vista alergológico y dermatológico.

23. En mi opinión, tiene peso el argumento de la Comisión cuya consecuencia es, en el fondo, que, contempladas en su conjunto las circunstancias concretas del caso, no existe un verdadero riesgo de inducción a error y que, por lo tanto, tampoco es imprescindible prohibir la distribución de los productos con la denominación «Clinique».

24. Sería, no obstante, incorrecto, en mi opinión, responder a la cuestión prejudicial, según propone la Comisión, que el artículo 30 ha de interpretarse en el sentido de que se opone a aplicar a la distribución de que se trata la prohibición contemplada en el artículo 3 de la UWG.

25. En primer lugar, si así se hiciera se respondería, en mi opinión, a la pregunta prejudicial con un alcance que excedería los límites entre lo que constituye en un asunto como el presente la función de este Tribunal de Justicia y la tarea, que compete al órgano jurisdiccional nacional, de la aplicación concreta del Derecho comunitario (véase el punto 9 de estas conclusiones).

En segundo lugar, cabe observar que la Comisión no tiene suficientemente en cuenta el hecho de que el principio consiste, según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, en que es cada uno de los Estados miembros el que establece el nivel de protección que considera adecuado para la tutela de un interés, cuya consideración por parte de los Estados miembros es legítima con arreglo al artí-

culo 36 del Tratado CEE y con arreglo a la jurisprudencia de este Tribunal de Justicia, aun cuando las disposiciones adoptadas puedan tener por consecuencia obstáculos a los intercambios.¹¹

Deseo hacer en este contexto referencia a una observación formulada por las demandadas en el asunto principal en el marco del procedimiento ante el Tribunal de Justicia. Manifiestan que no existe motivo alguno para afirmar que el consumidor alemán necesite una protección supuestamente superior que un consumidor de otros países de la Comunidad Europea.¹² Hay que observar a este respecto que, como acabo de decir, corresponde en principio, según el Derecho comunitario, al legislador nacional determinar en cada país el nivel de protección perseguido. Además, pueden existir, como ya he expuesto, diferencias concretas desde los puntos de vista lingüístico, social y cultural, que provoquen que una circunstancia que en un país no induce a error a los consumidores, sí que pueda hacerlo con respecto a los consumidores de otro país.

26. Por ello, no puede, en mi opinión, decirse *a priori* que sea innecesario, a los efectos del artículo 30, prohibir la distribución de bienes que nos ocupa, para conseguir el nivel de protección perseguido por el ordenamiento jurídico alemán, si del sondeo de opinión previsto por el órgano jurisdiccional *a quo* resultara que la proporción de consumidores alemanes indicada por dicho Tribunal se ve inducida a

error en relación con las cualidades del producto.

27. En mi opinión, una prohibición concreta no constituiría infracción contra la Directiva sobre publicidad engañosa. Así lo avala el mero hecho de que la Directiva no impide a los Estados miembros establecer un nivel de protección superior al previsto por la propia Directiva. Pero a esto se añade, en mi opinión, que el resultado no estaría en principio en contradicción con algunas de las exigencias mínimas específicas impuestas a la legislación de los Estados miembros.¹³

28. Esto no excluye, sin embargo, que pueda deducirse de las disposiciones comunitarias la exigencia de que el órgano jurisdiccional nacional aplique las prohibiciones contenidas en ambas disposiciones nacionales relativas a la inducción a error en el tráfico mercantil.

Es esencial que los órganos jurisdiccionales nacionales, en la aplicación concreta del Derecho, tengan en cuenta la importancia que en el ámbito del Derecho comunitario tiene la libre circulación de mercancías, y que sean conscientes —sobre todo en asuntos que, como el que aquí nos ocupa, afectan a cláusulas generales—, de que medidas que provocan obstáculos a los intercambios sólo son conformes a Derecho cuando son indispensables y proporcionales al objetivo perse-

11 — Véase, por ejemplo, la sentencia del Tribunal de Justicia de 28 de enero de 1986, Comisión/Francia, «máquinas para trabajar la madera» (188/84, Rec. p. 419), apartado 15.

12 — Véase el escrito de observaciones de las demandadas, p. 9, apartado II, 3 b.

13 — En su sentencia en el asunto C-373/90, Proceso penal contra X, el Tribunal de Justicia interpretó la Directiva, como ya se dijo en la nota 6, *supra*. La interpretación contenida en dicha sentencia tiene, a mi parecer, para el presente asunto, solamente una significación reducida.

guido y cuando dicho objetivo no pueda lograrse aplicando medidas que restrinjan en menor grado los intercambios comunitarios.

Por lo demás, conviene destacar como relevante para el presente asunto que la correcta aplicación del Derecho comunitario —y, dentro de éste, de la Directiva sobre publicidad engañosa— exige, al enjuiciar un asunto, poner cuidado en la consideración de un conjunto de circunstancias en el que se incluyan todos los aspectos relevantes, y entre

ellos las circunstancias en que tiene lugar la venta de los productos, así como el riesgo de inducción a error en relación con el círculo de consumidores afectado.

Ello significa, en mi opinión, entre otras cosas, que, a la hora de adoptar su decisión definitiva sobre la necesidad de ordenar un sondeo de opinión y, si así fuera, al practicarlo, el órgano jurisdiccional *a quo* debe considerar las circunstancias que, como ya he referido, señaló la Comisión.

Conclusión

29. Por consiguiente, propongo al Tribunal de Justicia responder a la cuestión prejudicial de la siguiente manera:

«El artículo 30 del Tratado CEE debe interpretarse en el sentido de que no se opone, en principio, a la aplicación de una disposición nacional relativa a la competencia desleal, por la que se prohíba la distribución de un producto cosmético con base en el hecho de que los consumidores son inducidos a error por el nombre del producto en el sentido de atribuir a éste cualidades medicinales, aun cuando dicho producto sea distribuido legalmente en otros Estados miembros con dicho nombre.

Corresponde, no obstante, al órgano jurisdiccional nacional garantizar, al aplicar las disposiciones nacionales, que dicha aplicación no produzca obstáculos a los intercambios intracomunitarios, a no ser que sea indispensable para proteger a los consumidores y la lealtad de las transacciones comerciales, y en la medida en que tales medidas sean proporcionales al objetivo perseguido y que éste objetivo no pueda lograrse aplicando medidas que restrinjan en menor grado los intercambios comunitarios.

Al mismo tiempo, compete, según el Derecho comunitario, al órgano jurisdiccional nacional establecer, al formar su juicio sobre la aplicabilidad de las disposiciones nacionales, una visión del conjunto de circunstancias que concurren, en la que participen los aspectos relevantes y, entre ellos, las circunstancias en que se produce la venta de los productos y la posibilidad de inducción a error en relación con el círculo de consumidores afectados.»