

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta)
de 16 de julio de 1998 *

En el asunto C-210/96,

que tiene por objeto una petición dirigida al Tribunal de Justicia, con arreglo al artículo 177 del Tratado CE, por el Bundesverwaltungsgericht (Alemania), destinada a obtener, en el litigio pendiente ante dicho órgano jurisdiccional entre

Gut Springenheide GmbH,

Rudolf Tusky

y

Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt — Amt für Lebensmittelüberwachung,
con la intervención del **Oberbundesanwalt beim Bundesverwaltungsgericht,**

una decisión prejudicial sobre la interpretación de la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento (CEE) n° 1907/90 del Consejo, de 26 de junio de 1990, relativo a determinadas normas de comercialización de los huevos (DO L 173, p. 5),

* Lengua de procedimiento: alemán.

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta),

integrado por los Sres.: C. Gulmann, Presidente de Sala; M. Wathelet, J. C. Moitinho de Almeida, D. A. O. Edward y J.-P. Puissochet (Ponente), Jueces;

Abogado General: Sr. J. Mischo;

Secretario: Sr. H. A. Rühl, administrador principal;

consideradas las observaciones escritas presentadas:

- En nombre de Gut Springenheide GmbH y del Sr. Tusky, por el Sr. Bernhard Stüer, Abogado de Münster;

- en nombre del Gobierno francés, por la Sra. Catherine de Salins, sous-directeur de la direction des affaires juridiques del ministère des Affaires étrangères, y por el Sr. Frédéric Pascal, attaché d'administration centrale de la misma Dirección, en calidad de Agentes;

- en nombre del Gobierno austriaco, por el Sr. Franz Cede, Botschafter del Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten, en calidad de Agente;

- en nombre del Gobierno sueco, por la Sra. Lotty Nordling, rättschef del Ministerio de Asuntos Exteriores, en calidad de Agente;

- en nombre de la Comisión de las Comunidades Europeas, por el Sr. Klaus Dieter Borchardt, miembro del Servicio Jurídico, en calidad de Agente, asistido por los Sres. Hans-Jürgen Rabe y Georg M. Berrisch, Abogados de Hamburgo;

habiendo considerado el informe para la vista;

oídas las observaciones orales de Gut Springenheide GmbH y del Sr. Tusky, representados por el Sr. Bernhard Stüer; del Gobierno alemán, representado por la Sra. Corinna Ullrich, Regierungsrätin zur Anstellung en el Bundesministerium für Justiz, en calidad de Agente, y de la Comisión, representada por los Sres. Klaus-Dieter Borchardt y Hans-Jürgen Rabe, expuestas en la vista de 29 de enero de 1998;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 12 de marzo de 1998;

dicta la siguiente

Sentencia

1 Mediante resolución de 8 de febrero de 1996, recibida en el Tribunal de Justicia el 20 de junio siguiente, el Bundesverwaltungsgericht planteó, con arreglo al artículo 177 del Tratado CE, tres cuestiones prejudiciales sobre la interpretación del Reglamento (CEE) n° 1907/90 del Consejo, de 26 de junio de 1990, relativo a determinadas normas de comercialización de los huevos (DO L 173, p. 5).

2 Dichas cuestiones se suscitaron en el marco de un litigio, entablado por Gut Springenheide GmbH (en lo sucesivo, «Gut Springenheide») y su gerente, Sr. Tusky, contra el Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt — Amt für Lebensmittelüberwachung (Director del distrito administrativo de Steinfurt — Inspección alimentaria; en lo sucesivo, «Inspección alimentaria»), sobre una mención estampada en el embalaje de los huevos comercializados por Gut Springenheide y una nota incluida en dichos embalajes.

Normativa comunitaria

- 3 El Reglamento (CEE) n° 2771/75 del Consejo, de 29 de octubre de 1975, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los huevos (DO L 282, p. 49; EE 03/09, p. 126), prevé el establecimiento de normas de comercialización que pueden referirse, en particular, a la clasificación por categorías según la calidad y el peso, al embalaje, almacenamiento, transporte, presentación y marcado de los huevos. Basándose en este Reglamento, el Consejo adoptó el Reglamento n° 1907/90, que derogó y sustituyó al Reglamento (CEE) n° 2772/75 del Consejo, de 29 de octubre de 1975, relativo a determinadas normas de comercialización aplicables a los huevos (DO L 282, p. 56; EE 03/09, p. 133).
- 4 El apartado 1 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90 enumera las menciones que obligatoriamente deben llevar los embalajes de huevos. Entre dichas menciones figuran el nombre o la razón social y la dirección de la empresa que haya embalado o haya mandado embalar los huevos, a cuyo efecto, sólo podrá indicarse el nombre, la razón social o la marca comercial utilizada por dicha empresa si el conjunto de dichas indicaciones no contiene ninguna mención incompatible con el Reglamento, relativa a la calidad o al estado de frescura de los huevos, a la forma de cría adoptada para su producción o al origen de los huevos [letra a) del apartado 1 del artículo 10].
- 5 El apartado 2 del artículo 10 del mismo Reglamento establece que los embalajes podrán llevar asimismo cierto número de indicaciones suplementarias, entre las cuales figuran las concebidas para fomentar las ventas, siempre que dichas indicaciones o el modo en que se presenten no induzcan a error al comprador [letra e) del apartado 2 del artículo 10]. Esta última disposición fue modificada por el Reglamento (CEE) n° 2617/93 del Consejo, de 21 de septiembre de 1993 (DO L 240, p. 1), para precisar que los mensajes publicitarios facultativos estampados en los embalajes de huevos pueden consistir también en símbolos y tener por objeto tanto huevos como otros productos. Sin embargo, esta modificación es irrelevante en el presente asunto.

- 6 En virtud del párrafo primero del apartado 3 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90, sólo podrán utilizarse fechas e indicaciones suplementarias relativas a la forma de cría y al origen de los huevos de acuerdo con las normas que se determinen con arreglo al procedimiento previsto en el artículo 17 del Reglamento n° 2771/75. Estas normas habrán de referirse, en particular, a las palabras utilizadas en las menciones referidas a la forma de cría, y, cuando se trate del origen de los huevos, a los criterios que les afecten.
- 7 El artículo 14 del Reglamento n° 1907/90 precisa que los embalajes no podrán llevar más indicaciones que las previstas en el propio Reglamento.
- 8 El 15 de mayo de 1991, la Comisión adoptó el Reglamento (CEE) n° 1274/91 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CEE) n° 1907/90 (DO L 121, p. 11). El artículo 18 de dicho Reglamento enumera específicamente las menciones relativas a la forma de cría, a la que hace referencia el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90, que pueden llevar los huevos y los embalajes pequeños. El artículo 18 fue modificado por el Reglamento (CE) n° 2401/95 de la Comisión, de 12 de octubre de 1995 (DO L 246, p. 6).

El litigio principal

- 9 Gut Springenheide comercializa huevos embalados con la mención «6-Korn — 10 frische Eier» (10 huevos frescos — 6 cereales). Según esta sociedad, los seis referidos tipos de cereales integran el 60 % de la composición de la mezcla con la que se alimentan las gallinas. En cada caja de huevos se introduce una nota que ensalza las cualidades que dicha alimentación proporciona a los huevos.
- 10 Después de haber manifestado en varias ocasiones a Gut Springenheide sus reservas acerca de la mención «10 huevos frescos — 6 cereales» y de la referida nota, la

Inspección alimentaria requirió a la citada sociedad, el 24 de julio de 1989, para que las suprimiera. Además, impuso una multa a su gerente, Sr. Tusky, el 5 de septiembre de 1990.

- 11 Mediante sentencia de 11 de noviembre de 1992, el Verwaltungsgericht Münster desestimó la acción declarativa ejercitada por Gut Springenheide y por el Sr. Tusky contra tal decisión administrativa, con el fundamento de que la mención y la nota objeto del litigio infringían el apartado 1 del artículo 17 de la Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (Código alimentario alemán), que prohíbe las menciones engañosas.
- 12 La apelación formulada por Gut Springenheide y el Sr. Tusky contra esa sentencia no prosperó. El tribunal de apelación consideró, en efecto, que la mención y la nota controvertidas conculcaban la letra a) del apartado 1 y la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90. Según dicho tribunal, la mención «10 huevos frescos — 6 cereales», que es al mismo tiempo una marca comercial, y la nota que la acompaña pueden inducir a error a una parte importante de compradores en la medida en que sugieren, sin ser cierto, que la alimentación de las gallinas únicamente contiene los seis cereales indicados y que los huevos ofrecen cualidades especiales.
- 13 Contra esta nueva sentencia, Gut Springenheide y el Sr. Tusky interpusieron un recurso de «Revision» (casación alemana) ante el Bundesverwaltungsgericht. Mantuvieron que la mención y la nota objeto del litigio eran absolutamente necesarias para la información de los consumidores y que el tribunal de apelación no se apoyaba en prueba pericial alguna que demostrara que inducían a error al comprador.
- 14 El Bundesverwaltungsgericht considera que la solución del litigio debe basarse en el artículo 10 del Reglamento n° 1907/90, pero duda acerca de la interpretación de la letra e) de su apartado 2, que permite estampar en los embalajes indicaciones concebidas para fomentar las ventas, siempre que no induzcan a error al comprador. Según el órgano jurisdiccional remitente, esta disposición puede interpretarse de dos maneras. Bien la apreciación sobre el carácter engañoso de las menciones de que se trata debe hacerse con relación a la expectativa real de los consumidores, en

cuyo caso habría que determinar eventualmente tal expectativa mediante un sondeo efectuado entre una muestra representativa de consumidores o mediante un dictamen pericial, o bien la citada disposición se basa en un concepto objetivo de comprador que requiere una interpretación puramente jurídica, independiente de la expectativa concreta de los consumidores.

15 En estas circunstancias, el Bundesverwaltungsgericht decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:

- «1) Para apreciar, como exige la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento (CEE) n° 1907/90, si las indicaciones concebidas para fomentar las ventas pueden inducir a error al comprador, ¿debe determinarse cuáles son las expectativas reales del consumidor destinatario de tales indicaciones o dicha norma se basa en un concepto objetivo de comprador que requiere una interpretación puramente jurídica?

- 2) Para el caso de que haya que basarse en las expectativas reales de los consumidores, se plantean las siguientes cuestiones:
 - a) ¿Es decisiva la opinión del consumidor medio perspicaz o la del consumidor poco consciente?

 - b) ¿Puede determinarse el porcentaje de consumidores válido para determinar una expectativa del consumidor que sirva de referencia?»

- 3) En el caso de que haya que tomar como criterio un concepto objetivo de comprador que requiera una interpretación puramente jurídica, ¿cómo ha de determinarse dicho concepto?»

Consideraciones previas

- 16 En primer lugar, el Gobierno francés ha formulado dudas acerca de la admisibilidad de las cuestiones planteadas, aduciendo que el Reglamento n° 1907/90 entró en vigor el 1 de octubre de 1990, es decir, con posterioridad a los hechos del litigio principal.
- 17 A tal respecto, hay que señalar primeramente que las disposiciones de la letra e) del apartado 2 del artículo 10 de dicho Reglamento, que interesan en el presente asunto, son esencialmente iguales a las que figuraban en el párrafo segundo del artículo 21 del Reglamento n° 2772/75, modificado por el Reglamento (CEE) n° 1831/84 del Consejo, de 19 de junio de 1984 (DO L 172, p. 2; EE 03/31, p. 105), derogado y sustituido por el Reglamento n° 1907/90.
- 18 En segundo lugar, tanto Gut Springenheide como el Gobierno alemán y la Comisión indicaron en la vista que, dado que con la acción ejercitada en el asunto principal se pretende obtener una declaración en el sentido de que las conductas de los demandantes son conformes con la normativa vigente, el órgano jurisdiccional remitente debe atender a las disposiciones vigentes en el momento en que adopte su resolución o, como mínimo, a las vigentes en el momento en que se interpuso el recurso. En este sentido, la acción dirimida en el asunto principal no se refiere a la multa impuesta al gerente de la sociedad demandante del asunto principal.
- 19 Procede, pues, responder a las cuestiones formuladas por el Bundesverwaltungsgericht (véase, en este mismo sentido, la sentencia de 25 de febrero de 1992, Gutshof-Ei, C-203/90, Rec. p. I-1003, apartado 12).
- 20 En segundo lugar, el Gobierno francés estima que no es necesario reflexionar acerca de la interpretación de la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90, solicitada por el órgano jurisdiccional remitente, dado que dicho artículo prohíbe en cualquier supuesto una mención como la que se discute

en el presente asunto. Aduce al respecto que la mención «10 huevos frescos — 6 cereales» se refiere a la alimentación de las gallinas ponedoras y, por lo tanto, guarda relación con la forma de cría de las aves a que hace referencia el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento. Pues bien, el apartado 1 del artículo 18 del Reglamento n° 1274/91, que enumera exhaustivamente las menciones relativas a la forma de cría que pueden llevar los embalajes, no indica la mención objeto del litigio.

21 Esta interpretación no puede prosperar.

22 En virtud del artículo 18 del Reglamento n° 1274/91, modificado por el Reglamento n° 2401/95, los embalajes pequeños que contengan una determinada categoría de huevos podrán llevar la mención que corresponda entre las siguientes, para indicar la forma de cría a que hace referencia el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90: «Huevos de gallinas camperas», «Huevos de gallinas criadas en parque», «Huevos de gallinas explotadas en el suelo», «Huevos de gallinas criadas en aseladero», «Huevos de gallinas criadas en batería». Estas menciones sólo podrán utilizarse en el caso de los huevos producidos en granjas que se ajusten a los requisitos establecidos en el Anexo II del Reglamento, que se refieren esencialmente al terreno o a la superficie en la que pueden moverse las gallinas, pero no a su alimentación.

23 Con arreglo al decimoctavo considerando del Reglamento n° 1274/91, las citadas disposiciones tienen por objeto proteger al consumidor de menciones con las que se pretenda fraudulentamente obtener precios superiores a los que correspondan a los huevos de gallinas criadas en batería. Así pues, se limitan a regular las menciones de la forma de cría que pueden llevar los embalajes de huevos, con independencia de la alimentación que se proporcione a los animales. Esta no está, por lo demás, en función de la forma de cría escogida.

24 No cabe deducir una conclusión diferente del Reglamento (CEE) n° 1538/91 de la Comisión, de 5 de junio de 1991, que establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CEE) n° 1906/90 por el que se establecen normas de comercialización aplicables a las aves de corral (DO L 143, p. 11).

- 25 Es cierto que el artículo 10 de dicho Reglamento, en relación con su Anexo IV, incluye entre las menciones facultativas de la forma de cría las correspondientes a la alimentación de los animales. Sin embargo, se trata de una normativa distinta, con disposiciones específicas, a las cuales, por las razones expuestas por el Abogado General en los puntos 31 a 38 de sus conclusiones, no cabe acudir en el caso de autos para interpretar el Reglamento n° 1274/91.
- 26 De lo expuesto se deduce que las disposiciones de los Reglamentos n°s 1907/90 y 1274/91 acerca de las menciones relativas a la forma de cría de las gallinas ponedoras no impiden estampar en los embalajes de huevos una mención del tipo «10 huevos frescos — 6 cereales».

Sobre las cuestiones prejudiciales

- 27 Mediante sus tres cuestiones, a las que procede responder conjuntamente, el órgano jurisdiccional remitente pide al Tribunal de Justicia que se dilucide, en síntesis, quién es el consumidor que debe tomarse como referencia para determinar si una mención concebida para fomentar las ventas de huevos puede inducir a error al comprador, infringiendo la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento n° 1907/90.
- 28 Para responder a dichas cuestiones, debe señalarse en primer lugar que disposiciones destinadas a evitar cualquier engaño de los consumidores, similares a esta última, existen asimismo en una serie de actos de Derecho derivado de ámbito general o sectorial como son la Directiva 79/112/CEE del Consejo, de 18 de diciembre de 1978, 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 L 33, p. 1; EE 13/09, p. 162), o el Reglamento (CEE) n° 2392/89 del Consejo, de 24 de julio de 1989, por el que se establecen las normas generales para la designación y presentación de los vinos y mostos de uva (DO L 232, p. 13).

- 29 La protección de los consumidores, de los competidores y del público en general contra la publicidad engañosa constituye el objeto de la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa (DO L 250, p. 17; EE 15/05, p. 55). A tenor del punto 2 de su artículo 2, debe entenderse por publicidad engañosa toda publicidad que, de una manera cualquiera, incluida su presentación, induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico o que, por estas razones, perjudica o es capaz de perjudicar a un competidor.
- 30 Debe recordarse asimismo que el Tribunal de Justicia ha tenido que analizar en varias ocasiones la cuestión del eventual carácter engañoso de una denominación, marca o mención publicitaria a la luz de las disposiciones de los Tratados o del Derecho derivado y que, cada vez que le ha parecido que los datos de los autos que obraban en su poder eran suficientes y que la solución se imponía, ha resuelto por sí mismo este aspecto, en lugar de declinar la apreciación final en favor del Juez nacional (véanse, en especial, las sentencias de 7 marzo de 1990, GB-INNO-BM, C-362/88, Rec. p. I-667; de 13 diciembre de 1990, Pall, C-238/89, Rec. p. I-4827; de 18 de mayo de 1993, Yves Rocher, C-126/91, Rec. p. I-2361; de 2 de febrero de 1994, Verband Sozialer Wettbewerb, C-315/92, Rec. p. I-317; de 29 de junio de 1995, Langguth, C-456/93, Rec. p. I-1737, y de 6 de julio de 1995, Mars, C-470/93, Rec. p. I-1923).
- 31 De las referidas sentencias se deduce que, para determinar si la denominación, marca o mención publicitaria consideradas podían o no inducir a error al comprador, el Tribunal de Justicia tomó en consideración la expectativa que se presumía en un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, sin haber evacuado informes periciales o encargado la realización de sondeos de opinión.
- 32 Así pues, generalmente los órganos jurisdiccionales nacionales deberían poder apreciar, en esas mismas condiciones, si una mención publicitaria produce un efecto engañoso.

- 33 Debe observarse además que, en otros asuntos en los cuales no contaba con los datos necesarios o no le parecía que la solución se impusiera a la vista de los autos que obraban en su poder, el Tribunal de Justicia declinó en favor del órgano jurisdiccional nacional la tarea de resolver si la denominación, marca o mención publicitaria objeto del litigio era engañosa (véanse, en especial, la sentencia Gutshof-Ei, antes citada, y las de 17 de marzo de 1983, De Kikvorsch, 94/82, Rec. p. 947, y 26 de noviembre de 1996, Graffione, C-313/94, Rec. p. I-6039).
- 34 En la sentencia de 16 de enero de 1992, X (C-373/90, Rec. p. I-131), apartados 15 y 16, el Tribunal de Justicia consideró, a propósito de la Directiva 84/450, que incumbía al órgano jurisdiccional nacional verificar, a la vista de las circunstancias del caso de autos, si, teniendo en cuenta los consumidores a los que iba dirigida, una publicidad que presentaba los vehículos como nuevos pese a que habían sido matriculados para la importación, sin haber circulado jamás en carretera, podía ser engañosa en la medida en que tuviera por objetivo ocultar la circunstancia de que los vehículos anunciados como nuevos habían sido matriculados antes de la importación y, por otra parte, en la medida en que esta circunstancia habría podido hacer desistir a un número significativo de consumidores de su decisión de compra. El Tribunal de Justicia añadió que una publicidad acerca del precio inferior de los vehículos no podía calificarse de publicidad engañosa más que en el supuesto de que se acreditara que la decisión de comprar, por parte de un número significativo de consumidores a los que iba dirigida la citada publicidad, había sido adoptada en la ignorancia de que el precio reducido de los vehículos iba acompañado de un menor número de accesorios con que iban equipados los vehículos vendidos por el importador paralelo.
- 35 Así, el Tribunal de Justicia no ha excluido que, al menos en determinadas circunstancias específicas, un Juez nacional pueda decidir, con arreglo al Derecho nacional, evacuar un informe pericial o encargar un sondeo de opinión con el fin de instruirse sobre el eventual carácter engañoso de una mención publicitaria.
- 36 Cuando no existe ninguna disposición comunitaria en la materia, incumbe al órgano jurisdiccional nacional, que considere necesario encargar semejante sondeo, determinar con arreglo a su Derecho nacional el porcentaje de consumidores engañados por una mención publicitaria que le parecería suficientemente significativa para justificar, llegado el caso, su prohibición.

37 Procede pues responder a las cuestiones planteadas que, para determinar si una mención concebida para fomentar las ventas de huevos puede inducir a error al comprador, infringiendo la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento nº 1907/90, el Juez nacional debe tomar como referencia la expectativa que con respecto a dicha mención se presume en un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Sin embargo, el Derecho comunitario no se opone a que, si el Juez nacional tropieza con dificultades especiales para evaluar el carácter engañoso de la mención de que se trate, pueda ordenar, en las condiciones previstas por su Derecho nacional, un sondeo de opinión o un dictamen pericial para instruir su decisión.

Costas

38 Los gastos efectuados por los Gobiernos alemán, francés, austriaco y sueco, y por la Comisión, que han presentado observaciones ante este Tribunal de Justicia, no pueden ser objeto de reembolso. Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta),

pronunciándose sobre las cuestiones planteadas por el Bundesverwaltungsgericht mediante resolución de 8 de febrero de 1996, declara:

Para determinar si una mención concebida para fomentar las ventas de huevos puede inducir a error al comprador, infringiendo la letra e) del apartado 2 del artículo 10 del Reglamento (CEE) nº 1907/90 del Consejo, de 26 de junio de 1990, relativo a determinadas normas de comercialización de los huevos, el Juez

nacional debe tomar como referencia la expectativa que con respecto a dicha mención se presume en un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Sin embargo, el Derecho comunitario no se opone a que, si el Juez nacional tropieza con dificultades especiales para evaluar el carácter engañoso de la mención de que se trate, pueda ordenar, en las condiciones previstas por su Derecho nacional, un sondeo de opinión o un dictamen pericial para instruir su decisión.

Gulmann

Wathelet

Moitinho de Almeida

Edward

Puissochet

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 16 de julio de 1998.

El Secretario

El Presidente de la Sala Quinta

R. Grass

C. Gulmann