

## ONDERNEMING EN CONSUMENT

### Of je worst lust? Vegetarische worst!

2017-0035

VVD Tweede Kamerleden hebben aan de minister van Volksgezondheid de vraag gesteld of het kabinet wil verbieden dat voor vleesvervangende producten de naam van vleesproducten mag worden gebruikt.<sup>1</sup> Dit zou misleidend zijn voor consumenten. Dit in navolging van het voorstel van de Duitse minister van Landbouw. Deze wil dat vleesaanduidingen voor vegetarische en veganistische producten worden verboden. De Nederlandse minister heeft geantwoord dat zij geen aanleiding ziet om dit te verbieden omdat de voorbeelden die het kamerlid noemt in Nederland niet als misleidend worden gezien.<sup>2</sup>

De Tweede Kamerleden geven in hun brief aan dat zij het gebruik van vleesnamen voor vegetarische producten 'misleidend' vinden en 'geen juiste weergave van de werkelijkheid'. Dit heeft tot hilarische reacties geleid: "Mag er nog wel koninginsoep worden verkocht als er geen koningin in zit?" en "In gespannen afwachting van aanvalsplan VVD tegen dropveter, slavink, kokosmelk, vlees-tomaat, pindakaas en alcoholvrij bier".

Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden bij het kiezen van productnamen voor levensmiddelen? Wanneer is een productnaam misleidend en niet toegestaan? Op welke manier kunnen consumenten optreden tegen misleidende productnamen?



#### Juridisch kader

##### Verordening (EU) Nr. 1169/2011

De basis voor regelgeving over de naam waaronder levensmiddelen aan consumenten worden aangeboden, is te vinden in Verordening (EU) Nr. 1169/2011 van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten<sup>3</sup> (hierna: "de Voedselinformatieverordening"). Deze Voedselinformatieverordening vervangt oudere Europese regelgeving. Zo vervangt het bijvoorbeeld de Etiketteringsrichtlijn uit 2000<sup>4</sup>. In eerdere regelgeving was al bepaald "dat het een algemeen beginsel van de levensmiddelenwetgeving is dat aan de consumenten een handvat voor doordachte keuzes wordt

*geboden ten aanzien van de levensmiddelen die zij consumeren en dat praktijken worden voorkomen die de consument kunnen misleiden"*<sup>5</sup>. Dit heeft ertoe geleid dat op het etiket van een levensmiddel bepaalde informatie moet worden verstrekt. Het hoofddoel van verplichte voedselinformatie moet zijn "de consumenten in staat te stellen een levensmiddel te identificeren en er passend gebruik van te maken en keuzes te maken volgens hun individuele voedingsbehoeften"<sup>6</sup>.

Teneinde dit te bereiken geeft de Voedselinformatieverordening aan dat er in de voedselinformatiewetgeving een verbod moet worden ingesteld "op informatie die misleidend is voor de consument, in het bijzonder wat betreft de kenmerken, effecten of eigenschappen van de levensmiddelen, of die aan levensmiddelen een geneeskrachtige werking toeschrijft. Om doeltreffend te zijn moet dat verbod ook gelden voor de presentatie van levensmiddelen en de levensmiddelenreclame"<sup>7</sup>.

*Ten aanzien van vleesproducten wordt in de Voedselinformatieverordening overwogen, naar aanleiding van schandalen met betrekking tot vlees: "Uit de effectbeoordeling van de Commissie blijkt dat consumenten zeer veel belang hechten aan de oorsprong van vlees. Ook andere vleessoorten, zoals varkens-, schapen- en geitenvlees en vlees van gevogelte worden algemeen geconsumeerd in de Unie, en daarom moet een oorsprongsvermelding ook voor deze producten verplicht worden gesteld"*<sup>8</sup>.

De Voedselinformatieverordening bepaalt vervolgens in artikel 7 dat voedselinformatie eerlijk moet zijn. Artikel 7 bepaalt: "Voedselinformatie mag niet misleidend zijn, met name niet:

- a. ten aanzien van de kenmerken van het levensmiddel, en vooral niet ten aanzien van de aard, identiteit, eigenschappen, samenstelling, hoeveelheid, houdbaarheid, land van oorsprong of plaats van herkomst en wijze van vervaardiging of productie;
- b. door aan het levensmiddel effecten of eigenschappen toe te schrijven die het niet bezit;
- c. door te suggereren dat het levensmiddel bijzondere kenmerken vertoont terwijl alle soortgelijke levensmiddelen dezelfde kenmerken bezitten, met name door nadrukkelijk te wijzen op het ontbreken of aanwezig zijn van bepaalde ingrediënten en/of voedingsstoffen;
- d. door via de presentatie, beschrijving of afbeelding de aanwezigheid van een bepaald levensmiddel of ingrediënt te

suggereren terwijl het in werkelijkheid een levensmiddel betreft waarin een van nature aanwezig bestanddeel of normaliter gebruikt ingrediënt is vervangen door een ander bestanddeel of een ander ingrediënt." De Voedselinformatieverordening bepaalt in artikel 7 lid 2 dat deze voedselinformatie *nauwkeurig, duidelijk en voor de consument gemakkelijk te begrijpen* moet zijn.

#### *De substitutieclausule*

Bijlage VI, Deel A, artikel 4, van de Voedselinformatieverordening beschermt consumenten als producenten een bepaald ingrediënt in een product vervangen door een substituuut (de zogenaamde 'substitutieclausule'). Het artikel bepaalt dat wanneer voor voedsel waarbij een ingrediënt of bestanddeel waarvan de consument verwacht dat het van nature aanwezig of normaliter gebruikt is, vervangen is door een ander bestanddeel of een ander ingrediënt, het etiket, naast de lijst van ingrediënten, duidelijk het bestanddeel of ingrediënt vermeldt dat ter gehele of gedeeltelijke vervanging is gebruikt, dicht in de buurt van de benaming van het product, en met een groot lettertype.

#### *Warenwetbesluit*

Dit Europese kader is in Nederland vertaald en aangevuld in het Warenwetbesluit Informatie Levensmiddelen. Artikel 2 van dit Warenwetbesluit bepaalt dat het is verboden om te handelen in strijd met, onder meer, artikel 7 van Verordening (EU) Nr. 1169/2011. Dit betekent dat het dus verboden is om misleidende voedselinformatie te verstrekken. Dit ziet ook op de naam van het product omdat het product onder die naam aan consumenten wordt aangeboden. De naam van het product is vermeld op het etiket zodat de Voedselinformatieverordening hier op van toepassing is.

#### *Oneerlijke handelspraktijken*

Naast specifieke levensmiddelenwetgeving kent ook het Burgerlijk Wetboek bepalingen die het verbieden om misleidende reclame te maken voor producten. Zo verbiedt artikel 6:194 BW het maken van misleidende reclame in een B2B relatie. Artikel 6:193b BW verbiedt oneerlijke handelspraktijken van handelaren die zich richten op consumenten. In de considerans van de Voedselinformatieverordening wordt bovendien expliciet verwezen naar Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten. Een handelaar handelt oneerlijk wanneer hij handelt in strijd met de vereisten van professionele toewijding en het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar beperkt of kan worden beperkt, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen. Artikel 6:193b lid 4

BW bepaalt dat wanneer in reclame-uitingen (waaronder het etiket en de productbenaming) overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen, dit een reclame op zich niet oneerlijk maakt.

Een handelspraktijk is in het bijzonder oneerlijk indien een handelaar een misleidende handelspraktijk verricht. Een handelspraktijk is misleidend<sup>9</sup> "indien informatie wordt verstrekt die feitelijk onjuist is of die de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie, zoals ten aanzien van:

- a. het bestaan of de aard van het product;
- b. de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles";

#### *Wanneer is voedselinformatie misleidend?*

Tot het arrest van het Europe Hof van Justitie EU in de zaak Teekanne<sup>10</sup> <sup>11</sup> gold de Labeling doctrine (bevestigd in de zaak Darbo<sup>12</sup>). Deze hield in dat we ervan uit mochten gaan dat de consument die geïnteresseerd was in de samenstelling van het product, en voor wie de samenstelling van het product dus relevant was, bij het maken van de koopbeslissing de ingrediëntenlijst zou lezen. En dus was voor de vraag of een etiket (waaronder de productnaam) misleidend was, van belang of het etiket een juiste voorstelling van zaken gaf. Wie is 'de consument'? In het Teekanne arrest overweegt het hof, onder verwijzing naar het arrest Severi<sup>13</sup>, dat bij de beoordeling of een etikettering voor een koper misleidend kan zijn, uit moet worden gegaan 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, aangezien het er in wezen om gaat de consument niet te misleiden en hem er niet toe te brengen ten onrechte te geloven dat het product een andere oorsprong, herkomst of hoedanigheid heeft dan in werkelijkheid het geval is".

Wanneer de consument, na bestudering van de ingrediëntenlijst kon vaststellen dat een door het etiket (waaronder de productbenaming) (mogelijk) gewekte indruk onjuist was, dan was geen sprake van misleiding. Dit is onder meer bevestigd in de zaak Darbo<sup>14</sup>, waar het hof overwoog:

*“Welnu, zoals het Hof eerder reeds heeft opgemerkt (...), moet ervan worden uitgegaan, dat de consument, wiens aankoopbeslissing wordt bepaald door de samenstelling van de betrokken producten, eerst de lijst van ingrediënten leest, waarvan de vermelding krachtens artikel 6 van de richtlijn verplicht is. In die omstandigheden kan de gemiddelde, normaal geïnformeerde, omzichtig handelende en oplettende consument door de vermelding “natuurzuiver” op het etiket niet worden misleid voor zover het betrokken levensmiddel het geleermiddel pectine bevat, nu de aanwezigheid daarvan naar behoren is vermeld in de lijst van ingrediënten van het product.”*

Het Duitse Bundesgerichtshof legt op 18 april 2014 de volgende prejudiciële vraag voor aan het HvJ EU: *“Mogen de etikettering en presentatie van levensmiddelen alsmede de daarvoor gemaakte reclame door het voorkomen, de beschrijving of de grafische voorstelling, de indruk wekken dat een bepaald ingrediënt aanwezig is, terwijl dit ingrediënt in werkelijkheid ontbreekt, en dit enkel blijkt uit de lijst van ingrediënten overeenkomstig artikel 3, lid 1, punt 2, van richtlijn 2000/13/EG?”*

In het arrest beantwoordt het hof de vraag aldus dat naast de ingrediëntenlijst ook de rest van de verpakking, waaronder dus “de etikettering van een levensmiddel en de wijze waarop deze is uitgevoerd, middels het voorkomen, de beschrijving of een grafische voorstelling van een bepaald ingrediënt” meeweegt bij de beoordeling of de indruk kan worden gewekt dat het levensmiddel een bepaald ingrediënt bevat, terwijl het dit in werkelijkheid niet bevat.

*Misleitend ten aanzien van de samenstelling van het product?*

In een aantal zaken is het Teekanne arrest inmiddels toegepast.

#### a. Heks'nkaas

In een procedure bij de rechtbank Rotterdam<sup>15</sup> was aan de orde de vraag of sprake was van misleiding door de vermelding van het geregistreerde merk HEKS'NKAAS op een smeerdip. De minister vond dat artikel 29 van het Warenwetbesluit Etikettering van Levensmiddelen<sup>16</sup> was overtreden omdat die vermelding de onjuiste indruk wekt dat het product een soort kaas is en daardoor misleitend is ten aanzien van de samenstelling van het product. Er was een bestuurlijke boete opgelegd van € 525.

De rechtbank oordeelde dat er geen sprake was van misleiding. Anders dan in de Teekanne zaak, *“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. De etikettering in haar geheel beschouwd wekt ook niet de onjuiste indruk dat het product - niettemin - geheel of nagenoeg geheel uit kaas bestaat. Daarbij neemt de rechtbank in aanmerking dat het in grote letters vermelde merk “Heks'nkaas” niet verwijst naar een bestaande en algemeen bekende kaassoort en dat de op het etiket vermelde tekst “De enige echte smeerdip met roomkaas en verse kruiden” wel de indruk wekt dat er roomkaas in het product is verwerkt, hetgeen ook zo is, maar niet - zoals het geval zou kunnen zijn geweest bij de tekst “smeerdip van roomkaas en verse kruiden” - dat het product daar geheel of grotendeels uit bestaat.”*

#### b. Appelsientje zwarte bes

In deze zaak van de Reclame Code Commissie<sup>17</sup> werd een klacht ingediend over de productnaam “Appelsientje zwarte bes”. Klager maakt bezwaar tegen de verpakking van Appelsientje Zwarte Bes. Overal op de verpakking staat “zwarte bes”, maar er blijkt maar 21% zwarte bes in te zitten, en 41% witte druif en 38% appel. Klager vindt dit opzettelijke misleiding. De commissie overweegt dat er van moet worden uitgegaan dat de consument wiens aankoopbeslissing wordt bepaald door de samenstelling van het betrokken product, eerst de lijst van ingrediënten leest waaruit het percentage zwarte bes blijkt. Indien de in het oog springende afbeeldingen van zwarte bessen en het grotere lettertype van “zwarte bes” (ten opzichte van “met appel en witte druif”) op de verpakking mogelijk een eerste onjuiste indruk zouden wekken over het aandeel zwarte bes in het product, wordt die indruk in voldoende mate gecorrigeerd door de duidelijk zichtbare en in hetzelfde vlak geplaatste toevoeging “met appel en witte druif” als onderdeel van de benaming van het product op de voorzijde. Ook de daaronder geplaatste vermelding “multivruchtensap” op de voorzijde en de grafische afbeeldingen van appel en witte druiven op de zijkant van de verpakking dragen daaraan bij. Bovendien is niet betwist dat het product de specifieke smaak van zwarte bes heeft.

De commissie overweegt nog dat deze beoordeling niet anders wordt wanneer andere aanbieders van het product gebruik maken van andere uitingen en benamingen om het product aan te prijzen. Dit alles leidt ertoe dat de klacht wordt afgewezen.

#### c. Limoncello pudding

In deze zaak<sup>18</sup> werd geklaagd over de verpakking van de Limoncello pudding van Mona. De limoncello pudding bleek geen druppel limoncello te bevatten. Dit bleek ook uit de ingrediëntendeclaratie. Limoncello is

een Italiaanse alcoholische drank met een alcoholpercentage tussen 25% en 30%. Deze pudding bevatte echter geen alcohol.

Mona stelt dat men de smaak van limoncello heeft willen nabootsen. Mona geeft toe dat het duidelijk was geweest als op de verpakking de relatie was gelegd tussen de smaak en de verkoop benaming van het product. Maar van misleiding zou geen sprake zijn. Immers het is niet aannemelijk dat de consument verwacht dat een toetje vergelijkbaar is met een sterk alcoholische drank. Bovendien kan de consument in de ingrediëntendeclaratie lezen dat geen alcohol aan het product is toegevoegd. Maar, zo geeft Mona aan, het product wordt inmiddels niet meer verkocht en is op korte termijn niet meer in de supermarkt verkrijgbaar.

De voorzitter van de Reclame Code Commissie overweegt dat de gemiddelde consument, in het geval een product specifiek naar een bepaald ingrediënt is vernoemd, vermoedelijk zal veronderstellen dat dit product in ieder geval in zekere mate dat ingrediënt bevat. Nu het product "Limoncello pudding" heet, zal de consument derhalve verwachten dat dit product voor in ieder geval een deel uit limoncello bestaat. In de gegeven omstandigheden is de ingrediëntenlijst, ook al is deze juist en volledig, ongeschikt om de verkeerde indruk van de consument over de kenmerken van de pudding te corrigeren. Rekening houdend met onder meer de gebruikte bewoordingen, alsmede met de plaats, de kleur en het lettertype van de benaming Limoncello pudding, waarbij het woord 'limoncello' groot en dominant in beeld komt, wekt het etiket de verwachting dat het product in enige mate limoncello bevat. Hierdoor kan het etiket de koper misleiden ten aanzien van de kenmerken van dat levensmiddel en voldoet de bestreden uiting niet aan de eis dat voedselinformatie niet misleidend mag zijn over onder meer de samenstelling als bedoeld in artikel 7 lid 1 sub a van Verordening (EU) Nr. 1169/2011.



#### d. Verlados, Finse appelcider-eau-de-vie

Ook ten aanzien van het land van oorsprong of de herkomst van een product kan een productnaam misleidend zijn. In deze zaak<sup>19</sup> kwam een Fins bedrijf op tegen het besluit van de Finse autoriteiten om het verhandelen van een drank onder de naam 'Verlados' te verbieden. Dit op verzoek van de Europese Commissie.

Net als voor landbouwproducten en levensmiddelen, is het ook voor gedistilleerde dranken mogelijk om geografische aanduidingen en oorsprongsbenamingen te beschermen. Daarvoor moet de geografische aanduiding wel eerst zijn geregistreerd<sup>20</sup>. Dit is mogelijk wanneer een bepaalde kwaliteit, reputatie of andere kenmerken van die gedistilleerde drank hoofdzakelijk valt toe te schrijven aan zijn geografische oorsprong. Calvados is een geregistreerde geografische aanduiding. Het verweer van het Finse bedrijf hield in (i) dat het eerste deel van de benaming "Verlados", "Verla", een Fins dorp is en dat deze benaming als zodanig herkenbaar is voor de Finse consument, en (ii) dat het bestanddeel "Verla" verwijst naar de onderneming Viinerverla die de drank produceert en (iii) dat deze drank een plaatselijk product is dat in een beperkte hoeveelheid wordt vervaardigd en verkocht. Het HvJ EU oordeelde dat bij de beoordeling rekening moet worden gehouden met de fonetische en visuele gelijkenis tussen de benamingen, alsmede met eventuele gegevens die erop wijzen dat die gelijkenis niet op toeval berust, om op die manier na te gaan of de normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende gemiddelde Europese consument bij het zien van de naam van een product als referentiebeeld het product waarvoor de beschermde geografische aanduiding geldt, voor de geest zal komen. Het is daarbij niet relevant of er een risico van verwarring bestaat.

#### e. Hoe Grieks is Griekse (stijl) yoghurt?

In deze zaak<sup>21</sup> wordt geklaagd over een billboard voor Optimel met onder meer de tekst: "Nieuw! Griekse yoghurt om te drinken". Op de poster staat een groot formaat foto van een verpakking van "Optimel Griekse stijl". De klager vindt dit misleidend omdat de yoghurt niet uit Griekenland komt terwijl de gemiddelde consument dat wel zal denken wanneer deze de yoghurt koopt. Op de verpakking staat het wel goed, namelijk dat het om yoghurt Griekse stijl gaat.

De klacht wordt afgewezen. De mededeling op de poster moet in combinatie worden gezien met de informatie op de in de uiting groot en duidelijk afgebeelde verpakking van het product. Daarop staat voldoende opvallend dat het product "Griekse stijl" is. *Dit nuanceert de mededeling "Griekse yoghurt" aldus, dat voor de gemiddelde consument voldoende duidelijk is dat adverteerder met de uiting niet bedoelt mee te delen dat haar*

product uit Griekenland afkomstig is, maar dat het product een kenmerkende stijl heeft die lijkt op Griekse yoghurt, dat wil zeggen lijkt op yoghurt zoals die in Griekenland wordt vervaardigd.

Kortom geen misleiding over de geografische herkomst van het product.

*Mogelijkheden om op te treden tegen misleidende productnamen*

#### Voor consumenten

Consumenten hebben de volgende mogelijkheden om op te treden tegen misleidende productnamen. Wanneer het gebruik van misleidende productnamen is aan te merken als een misleidende handelspraktijk in de zin van artikel 6:193b BW, hetgeen een onrechtmatige daad oplevert, dan kan de consument daartegen op treden bij de burgerlijke rechter. De bewijslast van alle aspecten van een onrechtmatige daad liggen bij de consument. De consument dient hiervoor een procedure bij de burgerlijke rechter aanhangig te maken, met alle kosten van dien.

Makkelijker en minder kostbaar is het om een klacht in te dienen bij de Autoriteit Consument en Markt (ACM). Op de website van de ACM geeft de ACM aan dat zij de volgende mogelijkheden heeft:

*“Wat kan ACM doen tegen overtredingen van de Wet oneerlijke handelspraktijken?*

*Wij kunnen bij een geconstateerde overtreding:*

- 1. een boete opleggen van maximaal 450.000 euro per overtreding.*
- 2. een last onder dwangsom opleggen. De overtreder moet de overtreding stoppen. Doet hij dit niet? Dan moet hij een vast bedrag betalen voor iedere dag dat de overtreding voortduurt.*
- 3. een combinatie van beide opleggen.”*

Een consument die zich misleid voelt door een productnaam (of etiket) kan daarover ook klagen bij de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA). Maar op de website geeft de NVWA aan: *“Meldingen over misleiding neemt de NVWA niet direct in behandeling omdat er geen sprake is van risico's voor de volksgezondheid. Als op termijn blijkt dat veel meldingen hetzelfde onderwerp betreffen, kan de NVWA besluiten een onderzoek te starten.”*<sup>22</sup> Kortom, dit heeft waarschijnlijk niet zoveel zin. Tenzij klopt, hetgeen de minister van Volksgezondheid schrijft in haar brief van 15 mei 2014<sup>23</sup>: *“De NVWA zal in de komende periode prioriteit geven aan de handhaving op de etikettering van voorverpakte levensmiddelen. Met het eind 2014 van kracht gaan van de genoemde nieuwe Europese verordening is voor het bedrijfsleven het moment waarop ze haar etiketten aangepast moet hebben aan de vereisten in de nieuwe regelgeving. Vanaf 2015 zullen aller-*

*eerst de meest in het oog springende zaken worden aangepakt. Het aspect ‘misleiding’ zal gerichte aandacht hebben in de handhaving.”*

Tenslotte kan een consument een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie. Daar kan een consument zelfs anoniem een klacht indienen. Er worden regelmatig klachten ingediend tegen misleidende advertenties, etiketten en een productbenaming. Een mooi voorbeeld is de klacht tegen Mona Limoncello pudding<sup>24</sup>.

#### Voor de overheid

Tegen overtreding van het Warenwetbesluit kan bestuursrechtelijk worden opgetreden. Dat kan met een boete en/of een dwangsom. Als voorbeeld verwijs ik naar de hiervoor besproken uitspraak in de zaak Heks'nkaas. De procedure is hier aangevangen met een bestuursrechtelijk boetebesluit van de NVWA. De NVWA heeft recent, naar aanleiding van het Teekanne arrest en/of de brief van de minister, producenten van levensmiddelen aangeschreven met de mededeling dat de vermelding op de voorzijde van de verpakking misleidend is. Daarbij stelt de NVWA dat *“gebruik wordt gemaakt van gehele of gedeeltelijke vervanging van een ingrediënt of bestanddeel, waarvan de consument verwacht dat het aanwezig is of normaliter wordt gebruikt”*. De NVWA duidt hier op het substitutieclausule.

In de brief aan de Tweede Kamer heeft de minister aangegeven dat de aanduiding van producten, op etiketten of anderszins, niet misleidend mag zijn. Relevante stakeholders zijn hiervan op de hoogte en de NVWA ziet er op toe dat dit voorschrift wordt nageleefd, aldus de minister.

#### **Conclusie**

In de brief van de minister waarin zij de vragen van de Tweede Kamerleden beantwoordt, geeft de minister aan dat wanneer voor vleesloze producten termen worden gebruikt die (ook) gebruikelijk zijn voor vleeshoudende producten, dit niet per definitie onduidelijk en misleidend is. Daarvoor is dan vereist dat de aanduidingen helder zijn over de afwezigheid van vlees en het gebruik van andere grondstoffen.

Op basis van de huidige regelgeving en jurisprudentie zou dan bij het beoordelen van de vraag of een benaming van een product (of een etiket) misleidend is, de driestappen toets moeten worden uitgevoerd:

1. Allereerst dient bepaald te worden van welke type consument uitgegaan moet worden om te beoordelen of een productnaam (of etiket) de koper kan misleiden. In het arrest Gut Springenheide<sup>25</sup> is bepaald dat bij de beoordeling uitgaan moet worden van de vermoedelijke verwachting van

- een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument.
2. Vervolgens dient als uitgangspunt te worden gehanteerd dat die gemiddelde (normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende) consument eerst de lijst van ingrediënten leest. Dit is bepaald in het Darbo arrest<sup>26</sup>.
  3. Tenslotte dient in de beoordeling te worden betrokken dat de lijst van ingrediënten anderzijds niet uitsluiten dat de consument toch wordt misleid, bijvoorbeeld als op de verpakking de indruk wordt gewekt dat het product een ingrediënt bevat dat het in werkelijkheid niet bevat, wat uitsluitend blijkt uit de lijst van ingrediënten. Dit is bepaald in het Teekanne arrest.

Met name de uitspraken na het Teekanne arrest maken duidelijk dat consumenten een grotere kans van slagen hebben dan voorheen, om een productnaam als misleidend beoordeeld te krijgen. De acties van de NVWA tonen verder aan dat er nadrukkelijker tegen opgetreden wordt.

Het zou dus kunnen dat, zelfs zonder dat de regelgeving wordt aangepast, de benaming van vegetarische vleesvervangers, eerder dan voorheen als misleidend wordt aangemerkt. Gelet op de uitspraken van de Reclame Code Commissie, het vrijwillig gehoor geven aan uitspraken van de reclame code commissie en het optreden van de NVWA, lijkt nieuwe regelgeving of een verbod niet nodig.

*Auteur: mr. A.A.H.M. van der Wijst, Bogaerts & Groenen Advocaten*

#### Noten:

- 1 Brief E. Ziengs van 3 januari 2017, nummer 2017Z00040
- 2 Brief Minister van Volksgezondheid van 25 januari 2017, nummer 2017D02179
- 3 Verordening (EU) Nr. 1169/2011 van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten.
- 4 Richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 maart 2000 betreffende de onderlinge aanpassing van de wetgeving der lidstaten inzake de etikettering en presentatie van levensmiddelen alsmede inzake de daarvoor gemaakte reclame.
- 5 Verordening (EU) Nr. 1169/2011, overweging 4.
- 6 Verordening (EU) Nr. 1169/2011, overweging 17
- 7 Verordening (EU) Nr. 1169/2011, overweging 20
- 8 Verordening (EU) Nr. 1169/2011, overweging 31
- 9 Artikel 6:193c lid 1 BW
- 10 HvJ EU, 28 juli 2014, zaak C-195/14, 2014/C 245/04 (Teekanne)
- 11 JutD 2015-125, mr. A.A.H.M. van der Wijst, misleidende verpakking
- 12 HvJ EU, 4 april 2000, zaak C-465/98, Darbo, EU:C:2000:184, punt 22
- 13 HvJ EU, 10 september 2009, zaak C-446/07Severi, EU:C:2009:530, punt 61
- 14 HvJ EU, 4 april 2000, zaak C-465/98, Darbo, EU:C:2000:184, punt 22
- 15 Rechtbank Rotterdam, 13-05-2016, ECLI:NL:RBROT:2016:3513
- 16 Vervallen per 13-12-2014, vervangen door het Warenwetbesluit Informatie Levensmiddelen
- 17 Reclame Code Commissie 7 juli 2016, dossiernummer 2016/00103
- 18 Vz Reclame Code Commissie, 13 december 2016, dossiernummer 2016/00879
- 19 HvJ EU, 21 januari 2016, C-75/15

- 20 Verordening (EG) nr. 110/2008 van 15 januari 2008 betreffende de definitie, de aanduidingen, de presentatie, de etikettering en de bescherming van geografische aanduidingen van gedistilleerde dranken
- 21 Vz Reclame Code Commissie, 16 augustus 2016, dossiernummer 2016/00558
- 22 <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/etikettering-van-levensmiddelen/inhoud/misleiding>
- 23 Officiële bekendmakingen, dossiernummer 26 991 Voedselveiligheid, document nummer 416
- 24 Reclame Code Commissie, uitspraak 13 december 2016, zaaknummer 2016/00879
- 25 HvJ EG, 16 juli 1998, Zaak C-210/96
- 26 HvJ EU, 4 april 2000, zaak C-465/98, Darbo, EU:C:2000:184, punt 22