

SENTENZA DELLA CORTE (Nona Sezione)

4 giugno 2015 (\*)

«Rinvio pregiudiziale – Direttiva 2000/13/CE – Etichettatura e presentazione dei prodotti alimentari – Articoli 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), e 3, paragrafo 1, punto 2 – Etichettatura tale da indurre in errore l’acquirente sulla composizione dei prodotti alimentari – Elenco degli ingredienti – Impiego della menzione “avventura lampone-vaniglia” nonché di immagini di lamponi e di fiori di vaniglia sulla confezione di un infuso ai frutti che non contiene tali ingredienti»

Nella causa C-195/14,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell’articolo 267 TFUE, dal Bundesgerichtshof (Germania), con decisione del 26 febbraio 2014, pervenuta in cancelleria il 18 aprile 2014, nel procedimento

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

contro

**Teekanne GmbH & Co. KG,**

LA CORTE (Nona Sezione),

composta da K. Jürimäe, presidente di sezione, M. Safjan (relatore) e A. Prechal, giudici,

avvocato generale: E. Sharpston

cancelliere: A. Calot Escobar

vista la fase scritta del procedimento,

considerate le osservazioni presentate:

- per il Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., da J. Kummer e P. Wassermann, Rechtsanwälte;
- per la Teekanne GmbH & Co. KG, da A. Meyer, Rechtsanwalt;
- per il governo polacco, da B. Majczyna, in qualità di agente;
- per il governo portoghese, da L. Inez Fernandes e C. Madaleno, in qualità di agenti;
- per la Commissione europea, da S. Grünheid e K. Herbout-Borcak, in qualità di agenti,

vista la decisione, adottata dopo aver sentito l’avvocato generale, di giudicare la causa senza conclusioni,

Non siamo responsabili di eventuali imprecisioni o inesattezze contenute nel testo riportato, l’unico testo facente fede ai fini legali è quello pubblicato sulla versione cartacea della Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, ovvero della Gazzetta Ufficiale dell’Unione Europea.

ha pronunciato la seguente

## **Sentenza**

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione degli articoli 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), e 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità (GU L 109, pag. 29), come modificata dal regolamento (CE) n. 596/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2009 (GU L 188, pag. 14; in prosieguo: la «direttiva 2000/13»).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra il Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Unione federale delle organizzazioni e associazioni di consumatori; in prosieguo: il «BVV») e la Teekanne GmbH & Co. KG (in prosieguo: la «Teekanne») in merito al presunto carattere ingannevole dell'etichettatura di un prodotto alimentare.

## **Contesto normativo**

### *Il diritto dell'Unione*

La direttiva 2000/13

3 La direttiva 2000/13 è stata abrogata con effetto al 13 dicembre 2014, ai sensi dell'articolo 53, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione (GU L 304, pag. 18). Tuttavia, tenuto conto della data dei fatti oggetto della controversia principale, quest'ultima rimane disciplinata dalla direttiva 2000/13.

4 A termini dei considerando 6, 8 e 14 di tale direttiva:

«(6) Qualsiasi regolamentazione relativa all'etichettatura dei prodotti alimentari deve essere fondata anzitutto sulla necessità d'informare e tutelare i consumatori.

(...)

(8) Un'etichettatura adeguata concernente la natura esatta e le caratteristiche del prodotto, che consente al consumatore di operare la sua scelta con cognizione di causa, è il mezzo più adeguato in quanto crea meno ostacoli alla libera circolazione delle merci.

(...)

(14) Le norme di etichettatura devono comportare anche il divieto di indurre in errore l'acquirente (...). Per essere efficace, tale divieto deve essere esteso alla presentazione dei prodotti alimentari ed alla relativa pubblicità».

5 L'articolo 1, paragrafi 1 e 3, lettera a), della richiamata direttiva così recita:

«1. La presente direttiva riguarda l'etichettatura dei prodotti alimentari destinati ad essere consegnati come tali al consumatore finale, nonché determinati aspetti concernenti la loro presentazione e la relativa pubblicità.

(...)

3. Ai sensi della presente direttiva s'intende per:

a) "etichettatura": le menzioni, indicazioni, marchi di fabbrica o di commercio, immagini o simboli riferentisi ad un prodotto alimentare e figuranti su qualsiasi imballaggio, documento, cartello, etichetta, anello o fascetta che accompagni tale prodotto alimentare o che ad esso si riferisca».

6 L'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), sub i) della medesima direttiva prevede quanto segue:

«L'etichettatura e le relative modalità di realizzazione non devono:

a) essere tali da indurre in errore l'acquirente, specialmente:

i) per quanto riguarda le caratteristiche del prodotto alimentare e in particolare la natura, l'identità, le qualità, la composizione, la quantità, la conservazione, l'origine o la provenienza, il modo di fabbricazione o di ottenimento».

7 L'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2000/13 così dispone:

«Alle condizioni e con le deroghe previste dagli articoli da 4 a 17, l'etichettatura dei prodotti alimentari comporta soltanto le seguenti indicazioni obbligatorie:

1) la denominazione di vendita;

2) l'elenco degli ingredienti;

(...)».

8 L'articolo 6 di tale direttiva è formulato nei termini seguenti:

«1. Gli ingredienti devono essere elencati ai sensi delle disposizioni del presente articolo e degli allegati I, II, III e III bis.

(...)

4. a) per “ingrediente” s’intende qualsiasi sostanza, compresi gli additivi e gli enzimi, utilizzata nella fabbricazione o nella preparazione di un prodotto alimentare e ancora presente nel prodotto finito, anche se in forma modificata.

(...)

5. L’elenco degli ingredienti è costituito dall’enumerazione di tutti gli ingredienti del prodotto alimentare, in ordine di peso decrescente al momento della loro utilizzazione. Esso è preceduto da un’indicazione appropriata contenente la parola “ingredienti”.

(...)

6. Gli ingredienti sono designati con il loro [nome] specifico, eventualmente in conformità delle norme previste dall’articolo 5.

Tuttavia:

(...)

– gli aromi sono denominati conformemente all’allegato III,

(...)

7. Le disposizioni comunitarie e, in loro mancanza, le disposizioni nazionali possono prevedere, per taluni prodotti alimentari, che la denominazione di vendita sia accompagnata dall’indicazione di uno o più ingredienti determinati.

(...)».

Il regolamento (CE) n. 178/2002

9 Il regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l’Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare (GU L 31, pag. 1), al suo articolo 8, rubricato «Tutela degli interessi dei consumatori», prevede quanto segue:

«1. La legislazione alimentare si prefigge di tutelare gli interessi dei consumatori e di costituire una base per consentire ai consumatori di compiere scelte consapevoli in relazione agli alimenti che consumano. Essa mira a prevenire le seguenti pratiche:

- a) le pratiche fraudolente o ingannevoli;
- b) l’adulterazione degli alimenti;
- c) ogni altro tipo di pratica in grado di indurre in errore il consumatore».

10 L’articolo 16 di tale regolamento così recita:

Non siamo responsabili di eventuali imprecisioni o inesattezze contenute nel testo riportato, l’unico testo facente fede ai fini legali è quello pubblicato sulla versione cartacea della Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, ovvero della Gazzetta Ufficiale dell’Unione Europea.

«Fatte salve disposizioni più specifiche della legislazione alimentare, l'etichettatura, la pubblicità e la presentazione degli alimenti o mangimi, compresi la loro forma, il loro aspetto o confezionamento, i materiali di confezionamento usati, il modo in cui gli alimenti o mangimi sono disposti, il contesto in cui sono esposti e le informazioni rese disponibili su di essi attraverso qualsiasi mezzo, non devono trarre in inganno i consumatori».

### *Il diritto tedesco*

11 La legge sulla concorrenza sleale (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), nella versione applicabile alla controversia principale (BGBl. 2010 I, pag. 254; in prosieguo: l'«UWG»), all'articolo 4, punto 11, così recita:

«Esempi di pratiche commerciali sleali

Commette un atto di concorrenza sleale, in particolare, chiunque

(...)

11. violi una disposizione di legge destinata, tra l'altro, a disciplinare il comportamento sul mercato nell'interesse degli operatori del mercato».

12 L'articolo 5, paragrafo 1, punto 1), dell'UWG dispone quanto segue:

«Pratiche commerciali ingannevoli

1) Costituisce un atto di concorrenza sleale qualsiasi pratica commerciale ingannevole. Una pratica commerciale è ingannevole quando comporta affermazioni inesatte, o altre affermazioni atte a indurre in errore, relative a uno o più dei seguenti elementi:

1. le caratteristiche essenziali del bene o del servizio, quali la disponibilità, la natura, l'esecuzione, i vantaggi, i rischi che presenta, la composizione, gli accessori, le modalità e la data di produzione, di consegna o di prestazione, l'adeguatezza all'uso, i possibili utilizzi, la quantità, le proprietà, il servizio post-vendita e il trattamento dei reclami, l'origine geografica o commerciale, i risultati attesi dal suo utilizzo, nonché i risultati e le principali caratteristiche dei test effettuati sul bene o sul servizio».

13 Sotto la rubrica «Disposizioni relative alla tutela dall'inganno», l'articolo 11 del codice in materia di prodotti alimentari, generi di consumo e mangimi (Lebensmittel, Bedarfsgegenstände und Futtermittelgesetzbuch), nella versione applicabile alla controversia principale (in prosieguo: il «LFGB»), al paragrafo 1 prevede quanto segue:

«È vietato immettere in commercio prodotti alimentari recanti una denominazione ingannevole o con indicazioni o una presentazione ingannevoli oppure pubblicizzarli, in generale o specificamente, mediante presentazioni o altre affermazioni ingannevoli. Sussiste inganno, in particolare, quando

1. vengono utilizzate per un prodotto alimentare denominazioni, indicazioni, presentazioni, descrizioni o altre affermazioni che possono indurre in errore in merito alle sue caratteristiche, in particolare per quanto riguarda il tipo, la qualità, la composizione, la quantità, la data di scadenza, l'origine, la provenienza o il modo di fabbricazione o di ottenimento del prodotto stesso;

Non siamo responsabili di eventuali imprecisioni o inesattezze contenute nel testo riportato, l'unico testo facente fede ai fini legali è quello pubblicato sulla versione cartacea della Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, ovvero della Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.

(...))».

### **Procedimento principale e questione pregiudiziale**

14 Dalla decisione di rinvio emerge che la Teekanne commercializza un infuso ai frutti recante la denominazione «Felix Himbeer-Vanille Abentueuer» («Felix avventura lampone-vaniglia») (in prosieguo: l'«infuso ai frutti»). La confezione di tale infuso è costituita da una scatola di cartone pieghevole, a forma di parallelepipedo, contenente 20 bustine.

15 Tale confezione riunisce un certo numero di elementi con dimensioni, colori e caratteri tipografici diversi, in particolare immagini di lamponi e di fiori di vaniglia, le menzioni «infuso ai frutti con aromi naturali» e «infuso ai frutti con aromi naturali – gusto lampone-vaniglia», nonché un sigillo grafico contenente, all'interno di un cerchio dorato, la menzione «solo ingredienti naturali».

16 Secondo il giudice del rinvio l'infuso ai frutti non contiene nessun componente o aroma di vaniglia o di lampone. L'elenco degli ingredienti che compare su uno dei lati della confezione è il seguente: «Ibisco, mela, foglie di mora dolce, scorza d'arancia, rosa canina, aroma naturale al gusto di vaniglia, scorza di limone, aroma naturale al gusto di lampone, more, fragole, mirtilli, bacche di sambuco».

17 Il BVV ha proposto ricorso contro la Teekanne dinanzi al Landgericht Düsseldorf (tribunale regionale di Düsseldorf), sostenendo che gli elementi della confezione dell'infuso ai frutti erano tali da indurre in errore il consumatore rispetto alla composizione di tale infuso. Infatti, a causa di tali elementi, il consumatore si aspetterebbe che detto infuso contenga tra gli ingredienti vaniglia e lampone o, per lo meno, aromi naturali di vaniglia e di lampone.

18 Di conseguenza il BVV ha chiesto che la Teekanne fosse condannata, sotto pena di sanzioni, a cessare di pubblicizzare attivamente o passivamente l'infuso ai frutti nell'ambito di attività commerciali. Il BVV ha inoltre chiesto il rimborso delle spese di diffida, che ammontano a EUR 200.

19 Con sentenza del 16 marzo 2012 il Landgericht Düsseldorf ha accolto tale ricorso.

20 La Teekanne ha interposto appello dinanzi all'Oberlandesgericht Düsseldorf (tribunale regionale superiore di Düsseldorf), che con sentenza del 19 febbraio 2013 ha annullato la sentenza del Landgericht e ha respinto il ricorso del BVV. Tale giudice ha considerato che non vi fosse stato nessun inganno nei confronti del consumatore ai sensi dell'articolo 4, punto 11, dell'UWG, in combinato disposto con l'articolo 11, paragrafo 1, seconda frase, punto 1, del LFGB, nonché ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, prima e seconda frase, punto 1, dell'UWG.

21 Secondo detto giudice, conformemente alla direttiva 2000/13 tali disposizioni dell'UWG e del LFGB avrebbero dovuto essere interpretate con riferimento alle aspettative del consumatore medio. Nel caso di specie, dall'elenco degli ingredienti dell'infuso ai frutti riprodotto sulla sua confezione risulterebbe che gli aromi naturali utilizzati sono al gusto di lampone o di vaniglia. Tale elenco indicherebbe quindi senza ambiguità che gli aromi utilizzati non sono ottenuti a partire da vaniglia e da lampone, ma che ne avrebbero il gusto. Orbene, secondo la giurisprudenza della Corte, l'esistenza di un'informazione esatta e completa risultante dall'elenco degli ingredienti che figura sulla confezione sarebbe sufficiente a escludere il rischio che il consumatore sia tratto in inganno.



22 Il BVV ha proposto ricorso di «Revision» contro tale sentenza dinanzi al Bundesgerichtshof (Corte federale di giustizia).

23 Secondo il giudice del rinvio, la ripetuta raffigurazione di immagini di lamponi e di fiori di vaniglia sulla confezione dell'infuso ai frutti, che attira lo sguardo, al pari della menzione «con aromi naturali», nonché il sigillo grafico contenente la menzione «solo ingredienti naturali», suggeriscono che il gusto di tale infuso sarebbe determinato in particolare da aromi ottenuti a partire da lamponi e da fiori di vaniglia. La presentazione di detto infuso sarebbe quindi concepita, anche nel caso di un consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, in maniera tale da creare una falsa impressione per quanto riguarda la sua composizione. Inoltre, la presentazione dell'infuso ai frutti sarebbe idonea a dissuadere il consumatore dal prendere conoscenza dell'elenco degli ingredienti riportato sulla confezione in caratteri più piccoli, che riflette la realtà.

24 Il giudice del rinvio considera che, alla luce dei considerando 6 e 8 della direttiva 2000/13, l'etichettatura dell'infuso ai frutti e le relative modalità di realizzazione sono tali da indurre in errore l'acquirente, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), di tale direttiva.

25 In tale contesto, il Bundesgerichtshof ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte la seguente questione pregiudiziale:

«Se sia consentito che l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari nonché la relativa pubblicità suggeriscano, tramite l'aspetto, la descrizione o le illustrazioni, la presenza di un particolare ingrediente, quando invece, in effetti, tale ingrediente non è presente e ciò si evince unicamente dall'elenco degli ingredienti ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13».

### **Sulla questione pregiudiziale**

26 Con la sua questione il giudice del rinvio chiede in sostanza se gli articoli 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), e 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13 debbano essere interpretati nel senso che ostano a che l'etichettatura di un prodotto alimentare e le relative modalità di realizzazione possano suggerire, tramite l'aspetto, la descrizione o la rappresentazione grafica di un determinato ingrediente, la presenza di quest'ultimo in tale prodotto, quando invece, in effetti, tale ingrediente è assente, e tale assenza risulta unicamente dall'elenco degli ingredienti riportato sulla confezione di detto prodotto.

27 Nel caso di specie, da un lato, la confezione dell'infuso ai frutti riporta in particolare immagini di lamponi e di fiori di vaniglia, le menzioni «infuso ai frutti con aromi naturali» e «infuso ai frutti con aromi naturali – gusto lampone-vaniglia», oltre a un sigillo grafico contenente la menzione «solo ingredienti naturali».

28 Dall'altro lato, secondo l'elenco degli ingredienti riportato su uno dei lati della confezione, come previsto dall'articolo 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13 e la cui esattezza ed esaustività non sono state contestate, tale infuso contiene aromi naturali al «gusto di vaniglia» e al «gusto di lampone». Pertanto, è pacifico che detto infuso non contiene ingredienti naturali derivanti dalla vaniglia o dal lampone, né aromi ottenuti a partire da questi ultimi.

29 Nel procedimento principale si pone dunque la questione se l'etichettatura dell'infuso ai frutti sia tale da indurre in errore l'acquirente in quanto essa suggerirebbe la presenza di componenti di lampone

e di fiori di vaniglia o di aromi ottenuti a partire da tali ingredienti, quando invece detti componenti o aromi non sono presenti in tale infuso.

30 Come recitano i considerando 6 e 8 della direttiva 2000/13, quest'ultima è fondata anzitutto sulla necessità d'informare e tutelare i consumatori, e un'etichettatura adeguata concernente la natura esatta e le caratteristiche del prodotto deve consentire al consumatore di operare la sua scelta con cognizione di causa.

31 A tale proposito l'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), della direttiva 2000/13 prevede, sulla scia del considerando 14 della stessa, che l'etichettatura e le relative modalità di realizzazione non devono essere tali da indurre in errore l'acquirente, specialmente per quanto riguarda le caratteristiche del prodotto alimentare e in particolare la natura, l'identità, le qualità, la composizione, la quantità, la conservazione, l'origine o la provenienza, il modo di fabbricazione o di ottenimento dello stesso.

32 Di conseguenza, tale norma impone che l'acquirente debba disporre di un'informazione corretta, imparziale e obiettiva che non lo induca in errore (v., in tal senso, sentenza Commissione/Italia, C-47/09, EU:C:2010:714, punto 37).

33 Occorre aggiungere che, ai sensi dell'articolo 16 del regolamento n. 178/2002, fatte salve disposizioni più specifiche della legislazione alimentare, l'etichettatura, la pubblicità e la presentazione degli alimenti, compresi la loro forma, il loro aspetto o confezionamento, i materiali di confezionamento usati, il modo in cui gli alimenti sono disposti, il contesto in cui sono esposti e le informazioni rese disponibili su di essi attraverso qualsiasi mezzo, non devono trarre in inganno i consumatori.

34 Sebbene la direttiva 2000/13 costituisca una normativa più specifica della legislazione alimentare, ai sensi dell'articolo 16 del regolamento n. 178/2002, quest'ultima norma, letta in combinato disposto con l'articolo 8 del richiamato regolamento, ribadisce che l'etichettatura di un prodotto alimentare non può presentare un carattere ingannevole.

35 Al fine di rispondere al giudice del rinvio occorre rammentare che, in linea di principio, nell'ambito della ripartizione delle competenze tra i giudici nazionali e dell'Unione, non spetta alla Corte statuire sulla questione se l'etichettatura di taluni prodotti sia tale da indurre in errore l'acquirente o il consumatore o decidere la questione se una certa denominazione di vendita sia eventualmente ingannevole. Tale compito spetta al giudice nazionale. Tuttavia la Corte, nel pronunciarsi su un rinvio pregiudiziale, può, ove necessario, fornire precisazioni dirette a guidare il giudice nazionale nella sua decisione (v., in particolare, sentenze Geffroy, C-366/98, EU:C:2000:430, punti da 18 a 20, e Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, punto 60).

36 Ai fini della valutazione dell'idoneità di un'etichettatura a indurre in errore l'acquirente, il giudice nazionale deve basarsi essenzialmente sull'aspettativa presunta, in riferimento a detta etichettatura, di un consumatore medio normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto circa l'origine, la provenienza e la qualità del prodotto alimentare, essendo essenziale che il consumatore non sia indotto in errore e portato a considerare, erroneamente, che il prodotto abbia un'origine, una provenienza o una qualità diverse da quelle che ha realmente (v., in tal senso, sentenza Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, punto 61 e giurisprudenza ivi citata).



37 A tale proposito, come emerge dalla giurisprudenza della Corte, è stato riconosciuto che i consumatori che decidono l'acquisto di un prodotto in particolare in base alla relativa composizione leggono prima l'elenco degli ingredienti obbligatoriamente menzionati a norma dell'articolo 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13 (v., in tal senso, sentenze Commissione/Germania, C-51/94, EU:C:1995:352, punto 34, e Darbo, C-465/98, EU:C:2000:184, punto 22).

38 Tuttavia, la circostanza che l'elenco degli ingredienti sia riportato sulla confezione del prodotto di cui trattasi nel procedimento principale non consente da sola di escludere che l'etichettatura di tale prodotto e le relative modalità di realizzazione possano essere tali da indurre in errore l'acquirente, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), della direttiva 2000/13.

39 Infatti l'etichettatura, come definita all'articolo 1, paragrafo 3, lettera a), di tale direttiva, è composta da menzioni, indicazioni, marchi di fabbrica o di commercio, immagini o simboli riferentisi a un prodotto alimentare e figuranti sull'imballaggio di tale prodotto. Tra questi diversi elementi alcuni possono in pratica essere mendaci, errati, ambigui, contraddittori o incomprensibili.

40 Orbene, se ciò si verifica, in talune situazioni l'elenco degli ingredienti, pur essendo esatto ed esaustivo, può essere inadeguato a correggere in maniera sufficiente l'impressione errata o equivoca del consumatore relativa alle caratteristiche di un prodotto alimentare risultante dagli altri elementi che compongono l'etichettatura di tale prodotto.

41 Pertanto, nella situazione in cui l'etichettatura di un prodotto alimentare e le relative modalità di realizzazione, considerate nel loro insieme, suggeriscono che tale prodotto contiene un ingrediente che in realtà è assente, la suddetta etichettatura è tale da indurre in errore l'acquirente sulle caratteristiche del prodotto in questione.

42 Nel caso di specie spetta al giudice del rinvio procedere a un esame complessivo dei diversi elementi che compongono l'etichettatura dell'infuso ai frutti, al fine di stabilire se un consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, possa essere indotto in errore quanto alla presenza di componenti di lampone e di fiori di vaniglia o di aromi ottenuti a partire da tali ingredienti.

43 Nell'ambito di tale esame il giudice del rinvio deve prendere in considerazione, in particolare, i termini e le immagini utilizzati nonché la collocazione, la dimensione, il colore, il carattere tipografico, la lingua, la sintassi e la punteggiatura dei diversi elementi riportati sulla confezione dell'infuso ai frutti.

44 Alla luce delle considerazioni che precedono, si deve rispondere alla questione posta dichiarando che gli articoli 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), e 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13 devono essere interpretati nel senso che ostano a che l'etichettatura di un prodotto alimentare e le relative modalità di realizzazione possano suggerire, tramite l'aspetto, la descrizione o la rappresentazione grafica di un determinato ingrediente, la presenza di quest'ultimo in tale prodotto, quando invece, in effetti, detto ingrediente è assente, e tale assenza emerge unicamente dall'elenco degli ingredienti riportato sulla confezione di detto prodotto.

## **Sulle spese**

45 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

Per questi motivi, la Corte (Nona Sezione) dichiara:

**Gli articoli 2, paragrafo 1, lettera a), sub i), e 3, paragrafo 1, punto 2, della direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità, come modificata dal regolamento (CE) n. 596/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2009, devono essere interpretati nel senso che ostano a che l'etichettatura di un prodotto alimentare e le relative modalità di realizzazione possano suggerire, tramite l'aspetto, la descrizione o la rappresentazione grafica di un determinato ingrediente, la presenza di quest'ultimo in tale prodotto, quando invece, in effetti, detto ingrediente è assente, e tale assenza emerge unicamente dall'elenco degli ingredienti riportato sulla confezione di detto prodotto.**

Firme

---

\* Lingua processuale: il tedesco.