



Citeerwijze: RCC 15 september 2015, RB 2551; dossiernr. 2015/00766 (Alpro Pur Enjoy)
 Eerder RB-nummer: [RB 2542](#)
 Duiding door: Bram Duivenvoorde
 Betrokken bij de zaak: nee

Onderwerpen, trefwoorden, dossiers

- Voedselinformatie
- VIC-verordening
- TV-commercial en verpakking
- “geen zoetstoffen”, wel suiker
- Labelling doctrine: *Teekanne*-arrest Hof van Justitie

Wat is nieuw, afwijkend of een voortzetting?

<i>nieuw</i>	-
<i>afwijkend</i>	Met het oog op de <i>Teekanne</i> -uitspraak van het Hof van Justitie had het oordeel van de Reclame Code Commissie ten aanzien van de verpakking (namelijk: niet misleidend) ook de andere kant op kunnen gaan.
<i>voortzetting</i>	-

Wat is de juridische kern?

-

Wat is de voorgeschiedenis?

Geen

Persoonlijk commentaar/annotatie?

Apró Pur'Enjoy (een sojamelkproduct met fruitsmaak) wordt op de verpakking gepresenteerd als “100% plantaardig”, met daarbij de claim “geen zoetstoffen”. In het product zit echter wel suiker. Dat is geen **zoetstof**, maar wel een **zoetmiddel**. Begrijpt de gemiddelde consument dit?

De Reclame Code Commissie is van oordeel dat de voorkant van de verpakking wellicht een verkeerde indruk wekt bij de consument. Maar doordat de gemiddelde consument op de ingrediëntendeclaratie kan lezen dat er suiker in het product zit, is de verpakking niet misleidend. Interessant: in lijn met de recente *Teekanne*-uitspraak [[RB 2410](#)] van het Hof van Justitie betreft de misleidingstoets de *hele* verpakking, waarbij men ervan moet uitgaan dat de gemiddelde consument ook de ingrediëntendeclaratie leest. Ik kan me voorstellen dat de Reclame Code Commissie op basis van de totale verpakking ook tot een ander oordeel had kunnen komen. Juist op basis van de *Teekanne*-uitspraak kunnen onjuiste of verwarrende elementen op de verpakking toch tot de conclusie leiden dat sprake is van ongeoorloofde misleiding, ondanks dat de fictie van het

etiketlezen in stand blijft. De toekomst zal moeten uitwijzen waar de (nieuwe) grens tussen verleiding en misleiding als gevolg van de *Teekanne*-uitspraak komt te liggen.

Naast de verpakking betreft de uitspraak ook nog een televisiecommercial voor hetzelfde product. Daarin stelt Apró dat het product “puur” en “100% natuurlijk” is en “geen zoetstoffen” bevat, zonder dat voor de consument duidelijk wordt dat er wél suiker in het product zit. In de televisiecommercial wordt het verkeerde beeld dat de consument mogelijk op basis van die claims krijgt niet gecorrigeerd, want verdere informatie over de ingrediënten ontbreekt. De Reclame Code Commissie vindt deze uiting daarom wél misleidend.

Gerelateerde jurisprudentie?

HvJ EU 4 juni 2015, [RB 2410](#), zaak C-195/14 (*Teekanne*)

Belangrijkste rechtsoverwegingen

[zie [RB 2542](#)]