

La guerra del iogurt

Indueix a confusió la utilització de la **DENOMINACIÓ** «iogurt pasteuritzat» quan no es ven com un producte refrigerat? L'autor considera que la clau està en la **PERCEPCIÓ DEL CONSUMIDOR**, al qual s'ha de pressuposar un cert judici per acceptar nous productes sense **DEIXAR-SE ENGANYAR** sobre la seva naturalesa

NO ÉS LA PRIMERA VEGADA que es planteja la qüestió de les característiques que ha de reunir un aliment per poder acollir-se a una denominació genèrica coneguda: quina composició ha de tenir la cervesa per anomenar-se *cervesa*, i el *foie gras* per anomenar-se *foie gras*, i la xocolata per anomenar-se *xocolata*? Tots aquests productes —i molts més— han estat en algun moment definits per una norma jurídica, de manera que els que no la complien no podien utilitzar aquella denominació. Aquest tipus de normes solen ser conegudes com a *lleis recepta*.

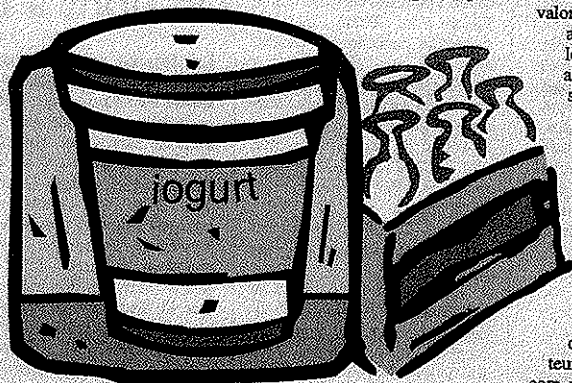
D'entre totes les *lleis recepta*, una de les més conegudes va ser l'anomenada *Llei de la puresa de la cervesa*, una normativa alemanya que regulava amb moltíssima cura l'elaboració de la cervesa d'acord amb uns mètodes que es remuntaven gairebé a l'edat mitjana. La qüestió era que, a Alemanya, només podia anomenar-se *cervesa* aquella beguda que s'elaborava d'acord amb aquesta norma, per la qual cosa, d'una manera automàtica, totes les cerveses que es fabricaven en altres països d'Europa no podien vendre's en aquest país com a cervesa. Aquesta prohibició va ser considerada il·legal pel Tribunal de Luxemburg, que, igualment, ha desestimat recentment la pretensió espanyola per tal que no s'anomeni *xocolata* a Espanya el que en altres països europeus és xocolata.

Pot fer l'efecte que hi ha alguna cosa similar en la polèmica del «iogurt pasteuritzat» després de la fermentació, denominació admesa recentment pel Govern central en el Reial decret 179/2003 de 14 de febrer, que aprova la norma de qualitat per al «iogurt» o «yoghourt», i que ha estat contestada per associacions de productors i, pel que sembla, recorreguda per la Generalitat

de Catalunya. De fet, l'empresa Pascual, promotora d'aquesta denominació, havia vist com els tribunals, aplicant la norma de qualitat antiga, li prohibien —encara que fos d'una manera cautelar— utilitzar la paraula *iogurt* per referir-se a aquest producte.

Però, què hi ha de dolent a denominar un producte «iogurt pasteuritzat» després de la fermentació?

per justificar la prohibició de la denominació «iogurt pasteuritzat», basant-se a dir, per exemple, que el nou producte és nociu sia per ell mateix sia perquè en substitueix un altre que és més beneficiós. Però el «iogurt pasteuritzat després de la fermentació» no és un producte nociu per a la salut i, tot i que pot ser substituït del iogurt tradicional amb el qual competeix, tampoc no es pot afirmar que aquest



Obviament, el «iogurt pasteuritzat» és competència del «iogurt tradicional», que necessita unes condicions de conservació que el nou producte (en realitat a Espanya el producte no és nou, ho és la denominació) no requereix. No obstant això, aquesta és una qüestió d'interessos econòmics, que, per ella mateixa, no justifica una prohibició, sota pena de crear un desavantatge artificial per a un producte. Al contrari, la nostra reflexió és més aviat sobre les raons legals que poden o no justificar la utilització de la paraula *iogurt*. I aquestes raons només poden ser o bé la protecció de la salut pública o bé la protecció dels consumidors.

Un argument que no semblaria gaire sòlid seria el que al·legués raons de salut pública

últim tingui unes qualitats curatives que el nou producte no té, encara que és cert que l'existència de bacteris vius en el iogurt sol ser beneficiosa. Però això no és més que l'efecte normal dels aliments: els uns són més saludables que els altres.

La segona raó per la qual l'esmentada denominació podria considerar-se il·legal podria ser perquè induïx a error el consumidor, ja que inclou la paraula *iogurt* quan el producte no té les característiques d'un iogurt. Aquest argument és més seriós i suposo que, basant-se en aquest, s'hauran plantejat les crítiques legals. No obstant això, la definició del que és un iogurt no deixa de ser convencional, no existeix el iogurt pur, com, d'altra banda, passa amb qualsevol aliment amb denomina-

ció genèrica. I cal dir, això que els tribunals hauran de decidir serà què entén el consumidor per iogurt i si realment aquest pot ser enganyat amb un producte que utilitza aquesta paraula sense tenir bacteris vius.

En els procedents de les *lleis recepta*, les sentències han estat clarament contràries, si bé és cert que en un context diferent (el de la lliure circulació de mercaderies en el Mercat Comú i la lluita contra el proteccionisme). Crec que, de tota manera, en el fons, el raonament segon pel Tribunal de Luxemburg bé pot ser aplicable a la situació del iogurt que ens ocupa. Davant les al·legacions que, per no induir a errada el consumidor, s'ha de reservar una denominació determinada només per al producte que s'adequa exactament a aquella norma, el Tribunal ha observat que hi ha una concepció molt estàtica del consumidor (i, segons la meua opinió, una valoració poc intel·ligent d'aquest, com si no fos capaç, davant un nou producte, de valorar-ne les característiques i apreciar-ne els avantatges i les diferències respecte a altres de denominació similar). A més a més, per valorar si hi ha engany o no, aquesta jurisprudència ha tingut en compte com s'anomena aquell producte en altres països i en quin lloc es ven al públic.

Si pensem en el cas que ens ocupa ara, sembla que en altres països s'utilitza la denominació «iogurt pasteuritzat» i aquest no es ven com un producte refrigerat —a diferència del «iogurt»—, no obstant això, l'envàs és semblant i ambdós productes inclouen la paraula *iogurt* en la seva presentació, que és la coneguda pel públic. Indueix això a confusió el consumidor mitjanament informat?

La clau està, doncs, en la percepció del consumidor, al qual s'ha de pressuposar un cert judici per acceptar nous productes sense deixar-se enganyar sobre la seva naturalesa. Finalment, no s'ha d'oblidar, de tota manera, que la prohibició d'utilitzar la denominació «iogurt» és la mesura més extrema a prendre, mesura que s'haurà d'evitar si el consumidor pot ser informat de les diferències entre l'un i l'altre mitjançant la publicitat i la presentació del producte.