

PS8333 - BALOCCO-VITA MIA CON MENO GRASSI

Provvedimento n. 24080

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 novembre 2012;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" (di seguito Regolamento) adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Balocco Industria Dolciaria S.p.A. (di seguito, anche Balocco), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo, attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti da forno e farinacei. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, presenta ricavi per oltre 122 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione di messaggi promozionali – sul *packaging*, via comunicati radio e *spot* radiofonici, attraverso telepromozioni nonché sul sito *internet* riferibile al professionista www.baloccovitamia.it relativi al prodotto denominato "*VITA MIA ! MENO GRASSI con mais e orzo*" - incentrati sulla dicitura "*MENO GRASSI*", e sul *claim* nutrizionale di tipo comparativo "*con meno XX % di grassi*", ivi apposto con grande evidenza grafica ma non immediatamente accostato alla specifica ed esaustiva indicazione, in pari risalto, del termine di raffronto in fatto utilizzato.

3. In particolare, lo *spot* radiofonico relativo alla referenza "*Vita Mia! MENO GRASSI con mais e orzo*", della durata di 15", è animato a due voci ed uno degli speaker precisa durante il dialogo: "*Finalmente ho creato i biscotti con MENO GRASSI ma più bontà !*".

4. Nelle telepromozioni – dedicate all'intera gamma di biscotti Balocco ed alla linea "*VITA MIA!*" – a proposito della specifica referenza in esame, la *testimonial* afferma: "*inizierò la mia giornata con Vita mia Balocco biscotti con mais, orzo e meno grassi*".

5. Sulla confezione da 320 gr. dei biscotti "*Vita Mia! MENO GRASSI con mais e orzo*" è apposta - in assoluta evidenza cromatica e dimensionale - il *claim* "*CON MENO GRASSI*" accompagnato dall'indicazione nutrizionale "*meno 35 % di grassi**" ove l'asterisco rinvia alla dicitura "*il 35 % di grassi in meno della media dei frollini più venduti (fonte: Dati Nielsen)*", avente caratteri pressoché illeggibili e collocata solo a lato della confezione.

6. L'indicazione nutrizionale "*CON MENO GRASSI*" è reiterata sul sito *internet* aziendale, www.baloccovitamia.it, ove, nella sezione dedicata ai suddetti frollini, è altresì presente il *claim* nutrizionale comparativo "*Con il 35% di Grassi in meno rispetto alla media dei frollini più venduti**" il cui asterisco rinvia alla dicitura "*Il 35% di grassi in meno della media dei frollini più venduti (Fonte Dati Nielsen)*".

Il *claim* "*meno grassi*" viene replicato anche nei comunicati radio accessibili dal sito aziendale e relativi sia ai biscotti in esame che all'intera linea denominata "*VITA MIA!*".

Di seguito le immagini della confezione¹ e di pagina *web*² estratta dal sito www.baloccovitamia.it:

¹ [Acquisita agli atti il 18 giugno 2012.]

² [Verificata d'ufficio il 6 giugno 2012.]

Farina di frumento - zucchero - latte di cocco 10,2% (max 6,1% - min 5,1%) - orzo di mais 5,2% - rosmarina secca 0,45% (max 0,35% - min 0,25%) - amido di tapioca - agenti leavenanti (di lievito chimico) - contenente acido citrico - carbonato di calcio (antimicrobico) - aromi naturali - emulsionanti (lecitina di soia) - sale.
Può contenere tracce di latte, uovo, frutta a guscio e noci.

PRODOTTO COMMERCIANTE

Non macinato, parzialmente
senza conservanti
Senza lattosio
Senza glutine integrali

320 g

	Per 100 g	Per Porzione (32,7 g)
VALORI NUTRIZIONALI	ENERGIA (KJ/Kcal)	ENERGIA (KJ/Kcal)
PROTEINE	4,3 g	0,9 g
CARBOIDRATI	74,8 g	16,0 g
ZUCCHERI	23,4 g	5,1 g
GRASSI	10,5 g	2,7 g
di cui SATURI	3,2 g	0,7 g
di cui MONOSATURI	3,3 g	0,7 g
di cui POLINSATURI	4,0 g	0,9 g
FIBRE ALIMENTARI	1,3 mg	0,3 mg
FIBRE ALIMENTARI	3,4 g	0,9 g
SALE	0,3 g	0,08 g

COPRIGHE 2011 BALOCCO S.p.A. - P.IVA 031295546 - COMPANY INFO

<http://www.baloccovitamia.it/prodotto.php?id=8>

06/06/2012

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

7. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, il 3 luglio 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8333 – con annessa richiesta di informazioni - per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), nonché 22, commi 2, 4, lettera a), e 5, del Codice del Consumo.

8. In data 18 luglio 2012 è pervenuta una documentata nota di riscontro del professionista alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio de procedimento.

9. Il 15 ottobre 2012, è stata comunicata a Balocco la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Nuovo Regolamento.

10. Il 24 ottobre 2012, il professionista ha trasmesso una memoria conclusiva corredata di altri allegati.

2) Le evidenze acquisite

a) Il prodotto: packaging e commercializzazione

11. I biscotti "VITA MIA ! MENO GRASSI con orzo e mais", oggetto del presente procedimento, fanno parte della linea di prodotti da forno denominata "VITA MIA!" ricomprendente anche altre quattro referenze³.

In base alla relativa tabella nutrizionale (presente sulla confezione e sulla pagina web dedicata del sito aziendale www.baloccovitamia.it), il prodotto in esame reca, per etto, un quantitativo di grassi pari a 10,5 gr.

12. La commercializzazione dei biscotti "VITA MIA ! MENO GRASSI con orzo e mais" è iniziata il 1° maggio 2011. Da tale data e fino al 30 giugno 2012, i volumi di vendita del prodotto si sono attestati complessivamente su [omissis]⁴ chilogrammi ([omissis] confezioni⁵) raggiungendo il corrispondente fatturato di [omissis] euro⁶.

b) La campagna promozionale

13. Alla nota pervenuta il 18 luglio 2012, il professionista ha allegato un prospetto illustrativo dei dati relativi alla campagna promozionale svolta.

i. Spot radiofonici e televisivi

14. La diffusione radiofonica dei messaggi afferenti, specificamente, alla referenza "VITA MIA ! MENO GRASSI con orzo e mais" è avvenuta, nei periodi dal [omissis] al [omissis] 2011, nonché dal [omissis] al [omissis] 2012, per un totale di [omissis] spot da 15" ciascuno. Il costo di tali spot si attesta su circa [omissis] euro⁷.

³ [Si tratta dei vari Biscotti Frollini denominati: a) "SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI con Malto d'Orzo", b) "SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI ai cereali"; c) "AI FRUTTI ROSSI, senza latte e uova aggiunti, con riso, fragole, lamponi e ribes"; d) "CON BETA-GLUCANI D'AVENA fibre solubili benefiche all'interno di un'alimentazione completa e bilanciata".]

⁴ [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

⁵ [Ogni confezione contiene 320 grammi di biscotti.]

⁶ [Il professionista rende tale valore quale "ricavo netto (al netto di ogni sconto e/o premio di fine anno)".]

⁷ [Stima effettuata sulla base della % degli spot radiofonici dedicati rispetto al totale.]

15. La diffusione televisiva dei messaggi afferenti contemporaneamente all'intera gamma di biscotti Balocco nonché alle altre referenze della linea "VITA MIA !" è avvenuta attraverso telepromozioni da un minuto e 10 sec ca., nei periodi dal [omissis] al [omissis], nonché dal [omissis] al [omissis] 2011 ed anche dal [omissis] al [omissis] 2012⁸. Il budget complessivamente investito per tali telepromozioni è stato pari a [omissis] euro.

ii. Il sito internet aziendale

16. Il sito internet aziendale www.baloccovitamia.it - specificamente dedicato all'omonima linea di prodotti, e ricomprendente la sezione, qui in esame, mirata alla presentazione dei biscotti frollini "VITA MIA! MENO GRASSI con mais e orzo" - è on line dal 2 settembre 2011. In base a quanto dichiarato dal professionista nella memoria conclusiva, il sito è stato modificato dopo l'avvio del presente procedimento: Balocco, tuttavia, non precisa la data dalla quale è stata accessibile la nuova versione⁹.

c) La vantata riduzione percentuale di grassi rispetto alla media dei frollini più venduti

17. In allegato alla memoria pervenuta il 18 luglio 2012 e in risposta a specifica richiesta di informazioni presente nella comunicazione di avvio¹⁰, il professionista ha trasmesso un prospetto di comparazione, realizzato sulla base di dati rilasciati dalla società Nielsen¹¹, tra la referenza in esame ed altri prodotti congeneri (in numero di 40) presenti sul mercato e più rappresentativi per volume di vendite, in riferimento al periodo dal settembre 2010 al settembre 2011. Per ciascuna referenza in comparazione è indicata la quantità di grassi recata da un etto di prodotto, come rilevata sulla base delle rispettive tabelle nutrizionali.

In calce al prospetto, vengono, infine, indicate "la media aritmetica e la media ponderata dei grassi presenti" in tutti i prodotti esaminati¹², nonché i valori delle suddette medie "diminuite del 30% e del 35%" che, qui di seguito, si riproducono:

Contenuto (gr.) in grassi <i>pro etto</i> di prodotto	
Media aritmetica	18,1
Media ponderata	19,2
Media aritmetica diminuita del 30 %	12,7
Media ponderata diminuita del 30 %	13,5
Media aritmetica diminuita del 35 %	11,8
Media ponderata diminuita del 35 %	12,5

Da tale tabella emerge che il quantitativo di grassi recato da un etto di frollini "VITA MIA! MENO GRASSI CON MAIS E ORZO" (pari a 10,5 gr.) è inferiore del 35% rispetto sia alla media aritmetica che alla media ponderata dei prodotti più venduti sul mercato assunti a raffronto.

d) Il quadro normativo di riferimento

18. Le indicazioni nutrizionali in seno all'etichettatura e presentazione pubblicitaria degli alimenti sono disciplinate dal c.d. *Regolamento Claim* (n. 1924/2006 CE) il cui *Allegato* elenca le consentite "Indicazioni nutrizionali e relative condizioni di applicazione".

⁸ [Il professionista ha trasmesso, in altrettanti filmati, le diverse varianti di telepromozioni andate in onda sia nel 2011 che nel 2012. In ciascun filmato, scorrono le immagini, tra altre, delle diverse referenze ricomprese nella linea "Vita Mia!", mentre le testimonial si limitano a ripetere le denominazioni dei prodotti comprensive dei claim presenti sulla relativa confezione.]

⁹ [Come si richiederà più avanti, la pagina web rinnovata è stata rilevata d'ufficio in data 5 novembre 2012, al link <http://www.baloccovitamia.it/it/prodotto.php?id=8>.]

¹⁰ [La richiesta riguardava "chiarimenti documentati in ordine al calcolo della vantata riduzione percentuale di grassi rispetto alla media dei frollini più venduti, specificando i prodotti concorrenti e i valori nutrizionali presi a riferimento per il suddetto calcolo".]

¹¹ [The Nielsen Company è una società presente in oltre 100 paesi del mondo, che rileva e misura, su base locale o globale, i comportamenti dei consumatori in relazione sia alla comunicazione pubblicitaria che agli acquisti di beni e servizi.]

¹² [Tali prodotti sono, nell'ordine: "Goccioline Pavesi al cioccolato", Macine Mulino Bianco – Barilla", Tarallucci Mulino Bianco – Barilla", Pan di Stelle Mulino Bianco – Barilla", Galletti Mulino Bianco – Barilla", "Abbracci Mulino Bianco – Barilla", Campagnole Mulino Bianco – Barilla", "Bucaneve Doria", Rigoli Mulino Bianco – Barilla", Granturche Colussi", "Molinetti Mulino Bianco – Barilla", "Grancereale Classico Mulino Bianco-Barilla", Pastefrolle Balocco", "Atene tradizionale Doria", "Ciambelle con panna fresca Balocco", "Cruschelle ricche di fibra Balocco", "Ritornelli Mulino Bianco – Barilla", "Girotondi Mulino Bianco – Barilla", "Spicchi di sole Mulino Bianco – Barilla", "Batticuori - Mulino Bianco – Barilla", "Bastoncini- Balocco", "Gocciolotti con gocce di puro cioccolato- Balocco", Buoni così con malto d'orzo – Galbusera", "Grancereale croccante Mulino Bianco – Barilla", "Cuor di mela Mulino Bianco – Barilla", "Frollini con latte fresco e miele d'acacia Campiello", Biscotti senza zuccheri aggiunti con yogurt Misura ", "Goccioline extra dark Pavesi", Biscotti fibreextra integrale Misura", Digestive Mc Vities", "Zuppolo Balocco", "Grancereale alla frutta – Mulino Bianco Barilla", "Più leggeri con Orzo mais e meno grassi Galbusera", "Zalet Galbusera", " Biscotti privolati con miele – Misura", Frollini fantasia Baroni", "Frollini con crema di riso al latte Carrefour", "Frollini con gocce di cioccolato Carrefour", "biscotti con grano saraceno e zucchero di canna Carrefour", Biscotti con cacao e noccioline Carrefour".]

19. Nei *considerando* al Regolamento si legge che esso è precipuamente diretto a "garantire un elevato livello di tutela dei consumatori" mediante l'individuazione di "principi generali applicabili a tutte le indicazioni fornite sui prodotti alimentari", affinché i consumatori vengano in possesso delle "informazioni necessarie" per compiere "scelte nella piena consapevolezza dei fatti" (n. 8).

Il *considerando* 15 raccomanda: "È importante che le indicazioni relative agli alimenti siano comprese dal consumatore ed è opportuno tutelare tutti i consumatori dalle indicazioni fuorvianti", mentre il *considerando* 18 aggiunge: "In ragione dell'immagine positiva conferita agli alimenti recanti indicazioni nutrizionali e sulla salute e dato il potenziale impatto che tali alimenti possono avere sulle abitudini alimentari e sull'assunzione complessiva di sostanze nutritive, il consumatore dovrebbe essere in grado di valutarne la qualità nutrizionale complessiva".

Il *considerando* 20 recita specificamente "per le indicazioni comparative, è necessario che il prodotto comparato sia chiaramente individuato a beneficio del consumatore finale".

20. Gli articoli 3 e 5 del Regolamento individuano i "principi generali" e le "condizioni generali" per l'utilizzo di qualsivoglia *claim* - nutrizionale o salutistico¹³. L'articolo 5 prevede, al comma 2, che "L'impiego di indicazioni nutrizionali e sulla salute è consentito solo se ci si può aspettare che il consumatore medio comprenda gli effetti benefici secondo la formulazione dell'indicazione".

L'articolo 8 precisa che "Le indicazioni nutrizionali sono consentite solo se elencate nell'allegato e conformi alle condizioni stabilite dal presente regolamento".

21. Inoltre, il successivo articolo 9 (rubricato "Indicazioni comparative") prescrive, al comma 1, che "fatta salva la direttiva 84/450/CEE, il confronto può essere fatto soltanto tra alimenti della stessa categoria prendendo in considerazione una gamma di alimenti di tale categoria. La differenza nella quantità di una sostanza nutritiva e/o nel valore energetico è specificata e il confronto è riferito alla stessa quantità di prodotto".

Il comma 2, aggiunge che "Le indicazioni nutrizionali comparative confrontano la composizione dell'alimento in questione con una gamma di alimenti della stessa categoria privi di una composizione che consenta loro di recare un'indicazione, compresi alimenti di altre marche".

22. In ossequio al citato articolo 8, comma 3, l'Allegato al Regolamento elenca le indicazioni nutrizionali consentite definendo, altresì le condizioni necessarie per il loro utilizzo. A proposito dei *grassi*, è specificamente individuato, tra gli altri, il *claim* "A BASSO CONTENUTO DI GRASSI"¹⁴.

Sono inoltre previsti, tra gli altri, anche *claim comparativi* generici, utilizzabili per qualsiasi sostanza nutritiva eventualmente presente nel reclamizzando prodotto, in particolare: "A TASSO RIDOTTO DI [nome della sostanza nutritiva]", nonché "LEGGERO/LIGHT"¹⁵.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

23. Nella memoria pervenuta il 18 luglio 2012, il professionista ha provveduto al riscontro documentato alle richieste contenute nella comunicazione di avvio del presente procedimento, in particolare precisando – quanto al prospetto di raffronto tra la referenza in esame e altri biscotti/frollini più venduti – che i dati ivi esposti conforterebbero gli assunti presenti in pubblicità circa il ridotto apporto di grassi recato da un etto di biscotti "VITA MIA! MENO GRASSI con orzo e mais" rispetto agli altri prodotti congeneri presenti sul mercato.

24. Nella memoria conclusiva, inoltrata, a mezzo *e-mail*, il 24 ottobre 2012, l'azienda ha rappresentato di essersi adoperata "per apportare le più opportune modifiche delle comunicazioni commerciali" oggetto di avvio "restando disponibile a predisporre, se necessario, ogni futura eventuale miglioria".

In particolare, per quanto attiene il sito aziendale www.baloccoviamia.it, Balocco dichiara di aver espunto la dicitura "Meno Grassi" dal contesto della pagina *web* dedicata alla referenza "VITA MIA! MENO GRASSI con orzo e mais" a partire dalla medesima denominazione del prodotto. Attualmente¹⁶ compare *on line* il *claim* nutrizionale comparativo completo recante, in accostamento alla percentuale di riduzione, anche il termine di paragone "con il 35 % di grassi in

¹³ [In particolare, l'art. 3, commi 1 e 2, prescrive: "Le indicazioni nutrizionali e sulla salute possono essere impiegate nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità dei prodotti alimentari immessi sul mercato comunitario solo se conformi alle disposizioni del presente regolamento. Fatte salve le direttive 2000/13/CE e 84/450/CEE, l'impiego delle indicazioni nutrizionali e sulla salute non può: a) essere falso, ambiguo o fuorviante (...)."]

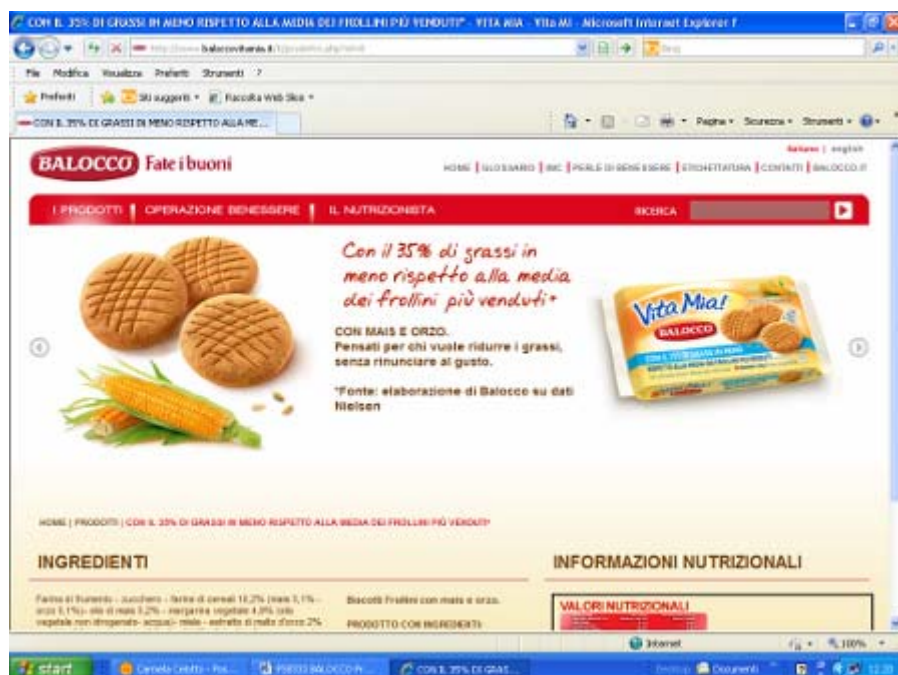
¹⁴ [Allo specifico riguardo, l'Allegato al Regolamento recita: "L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di grassi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se il prodotto contiene non più di 3 g di grassi per 100 g per i solidi o 1,5 g di grassi per 100 ml per i liquidi (1,8 g di grassi per 100 ml nel caso del latte parzialmente scremato)".]

¹⁵ [Al rispettivo riguardo, l'Allegato al Regolamento recita: "A TASSO RIDOTTO DI [nome della sostanza nutritiva] – L'indicazione che il contenuto di una o più sostanze nutritive è stato ridotto e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se la riduzione del contenuto è pari ad almeno il 30 % rispetto a un prodotto simile, ad eccezione dei micronutrienti, per i quali è accettabile una differenza del 10 % nei valori di riferimento di cui alla direttiva 90/496/CEE del Consiglio, e del sodio o del valore equivalente del sale, per i quali è accettabile una differenza del 25 %".

"LEGGERO/LIGHT – L'indicazione che un prodotto è «LEGGERO» o «LIGHT» e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono soggette alle stesse condizioni fissate per il termine «RIDOTTO»; l'indicazione è inoltre accompagnata da una specificazione delle caratteristiche che rendono il prodotto «LEGGERO» o «LIGHT»".]

¹⁶ [La pagina *web* è accessibile al link <http://www.baloccoviamia.it/it/prodotto.php?id=8>, come rilevato d'ufficio in data 5 novembre 2012. Il professionista non precisa la data dalla quale sono state effettuate le illustrate modifiche.]

meno rispetto alla media dei frollini più venduti*" in cui l'asterisco rinvia alla precisazione (in caratteri minori): "Fonte: elaborazione di Balocco su dati Nielsen".



25. La società ha precisato, inoltre, che, a beneficio di "una ulteriore e più ampia informazione al consumatore", la medesima pagina web è ora corredata di una tabella comparativa (accostata al prospetto dei valori nutrizionali della referenza) che riporta il campione rappresentativo utilizzato per il raffronto con i biscotti "VITA MIA! MENO GRASSI con orzo e mais", ossia l'elenco dei biscotti frollini più venduti sul mercato¹⁷, individuando la percentuale di grassi recata, pro etto, da ciascuno, con l'indicazione sia della media aritmetica che della media ponderata del contenuto di grassi risultante.

VALORI NUTRIZIONALI			*TABELLA COMPARATIVA		
			FROLLINI		
Valori medi	Per 100 g	Per biscotto	Contenuto di grassi (dichiarato in etichetta) (g/100 g)		
VALORE ENERGETICO	427kcal 1799kJ	29kcal 128kJ	GOCCIOLE	PRYER	22,8
PROTEINE	6,9 g	0,5 g	MACONE	MILINO BIANCO	20,8
CARBOIDRATI	74,8 g	5,0 g	FRICKETELLE	MILINO BIANCO	21,8
ZUCCHERI	22,4 g	1,5 g	TRALLICO	MILINO BIANCO	15,0
GRASSI	10,5 g	0,7 g	GALLETTI	MILINO BIANCO	13,8
di cui SATURI	3,0 g	0,2 g	ABBACCO	MILINO BIANCO	23,5
di cui MONOINSATURI	3,5 g	0,2 g	CAMPAGNOLE	MILINO BIANCO	15,8
di cui POLINSATURI	4,0 g	0,3 g	BUCCAME	DORE	15,8
di cui COLESTEROLO	1,0 mg	0,07 mg	REGOLI	MILINO BIANCO	15,0
FIBRE ALIMENTARI	2,6 g	0,2 g	GRAN TURCHERE	COLUSS	14,1
SODIO	0,3 g	0,02 g	VOLINETH	MILINO BIANCO	20,8
			PASTEFROLLE	BALOCO	15,7
			CAMPFELLE	BALOCO	19,8
			GROTONI	MILINO BIANCO	24,6
			ATENE	DORE	15,8
			GRAN CEREALE CLASSICO	SARILLA	19,9
			CRUSCHELLE	BALOCO	15,6
			RICORNELLI	MILINO BIANCO	21,8
			SPICCHI DI SOLE	MILINO BIANCO	17,8
			GOCCIOLOTTI	BALOCO	22,7
			BATTICUORE	MILINO BIANCO	19,8
			BASTONCINI	BALOCO	15,1
			DIOESTINE	MC VITE'S	21,8
			VITA MIA CON IL 35% DI GRASSI IN MENO		12,5
			MEDIA ARITMETICA CONTENUTO IN GRASSI (g/100g) DEI FROLLINI CONSIDERATI		19
			Differenza % rispetto a VITA MIA BALOCO CON IL 35% DI GRASSI IN MENO RISPETTO ALLA MEDIA DEI FROLLINI PIÙ VENDUTI		44,8
			MEDIA PONDERATA CONTENUTO DI GRASSI (g/100g) DEI FROLLINI CONSIDERATI CALCOLATA SULLA BASE DELLA QUOTA DI MERCATO		19,4
			Differenza % rispetto a VITA MIA CON IL 35% DI GRASSI IN MENO		40

I prodotti sopraelencati rappresentano il 50% circa delle vendite dei Biscotti Frollini. Fonte Nielsen, Distribuzione (AT AGOSTO 2012), PL (MARCHIE PRIVATE): escluse

26. Balocco ha, altresì, dichiarato che "non appena ricevuta la comunicazione" di avvio del presente procedimento, ha provveduto sia a rendere inaccessibili dal sito web i comunicati radio recanti il claim "Meno grassi", nonché a

¹⁷ [I prodotti elencati rappresentano il 50% delle vendite di biscotti frollini, in base ai dati Nielsen, aggiornati ad agosto 2012.]

interrompere la diffusione degli *spot* radiofonici relativi alla gamma di prodotti della linea "VITA MIA!", in cui venivano citati, tra altri, i frollini recanti il suddetto *claim*.

27. Balocco si sarebbe, del pari *immediatamente attivata* ad elaborare una proposta di nuovo *packaging* (di cui produce la bozza grafica, datata 19 ottobre 2012) recante sul *frontpack*, al posto della dicitura "CON MENO GRASSI", la dizione "*CON IL 35% DI GRASSI IN MENO*" immediatamente seguita dalla precisazione "*RISPETTO ALLA MEDIA DEI FROLLINI PIÙ VENDUTI*" (Fonte: dati Nielsen – vedi www.balocco.it). Tale modulazione viene identicamente ripetuta sul lato della confezione di seguito riprodotta.



28. Il professionista non ha precisato la data dalla quale saranno commercializzati i nuovi incarti. Tuttavia, è stato rilevato d'ufficio¹⁸ che l'immagine del *packaging* modificato risulta già presente in seno alla pagina web del sito aziendale dedicata al prodotto.

29. Balocco conclude che le modifiche già apportate alla campagna promozionale nonché la nuova proposta di confezione offerta in visione rispecchiano la volontà dell'azienda di conformarsi ad un'impostazione non decettiva, "*tenuto anche conto delle caratteristiche dei prodotti e del contesto concorrenziale generale*".

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, per via televisiva ed in *internet*, il 26 ottobre 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

31. Con parere pervenuto in data 16 novembre 2012, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), nonché 22, commi 2, 4, lettera *a*), e 5, del

¹⁸ [In data 5 novembre 2012.]

Codice del Consumo, in quanto *"particolarmente suggestiva ed idonea ad indurre in errore l'utente finale"* pregiudicandone il comportamento economico.

32. Sul piano generale, l'Autorità ha considerato che *"con riferimento al profilo della completezza e della veridicità delle informazioni da fornire in merito alle caratteristiche del prodotto pubblicizzato, ai fini della valutazione dell'effettiva convenienza alla fruizione del medesimo, il consumatore dev'essere posto nella condizione di averne chiara e immediata contezza con la conseguenza che la completezza della comunicazione pubblicitaria deve coniugarsi all'immediata percettibilità del prodotto"*.

33. Nel caso di specie la comunicazione pubblicitaria in esame risulta decettiva in quanto, le *"modalità espressive e grafiche prescelte dal professionista al fine di accreditare ai propri prodotti significative riduzioni percentuali di nutrienti (...) senza una contestuale e altrettanto evidente indicazione del/i prodotto/i concorrente/i specificamente considerato/i per il raffronto"* sono in grado di ingenerare nei consumatori *"la suggestione che l'alimento così reclamizzato arrechi al proprio regime alimentare un apporto ridotto di nutrienti (...) in senso assoluto, anziché semplicemente in rapporto a quello di altri prodotti congeneri"*.

Il comportamento di Balocco non è apparso, pertanto, conforme alla diligenza che incombe al professionista del settore *"come declinata in base ai principi e all'articolato del Regolamento Claims"*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

34. Dall'istruttoria svolta emerge la scorrettezza, ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), nonché 22, commi 2 e 5, del Codice del Consumo della pratica commerciale posta in essere dalla società Balocco Industria dolciaria S.p.A. e consistente nella promozione del biscotto frollino *"VITA MIA! MENO GRASSI con orzo e mais"* – sul *packaging*, a mezzo di telepromozioni e *spot* radiofonici nonché sul sito *internet* aziendale www.baloccovitamia.it - mediante utilizzo di *claim* nutrizionali di tipo comparativo (*i.e. meno XX % di grassi*) privi dell'adeguata e strettamente contigua evidenziazione del termine di raffronto utilizzato.

35. Tali messaggi pubblicitari, caratterizzati dai *claim* nutrizionali di tipo comparativo, risultano idonei a fuorviare i consumatori da scelte commerciali consapevoli e nutrizionalmente fondate, principalmente a causa della prospettazione enfatica ed isolata della riduzione percentuale di nutriente recata dagli alimenti che, in quanto priva della contigua o esaustiva indicazione del termine di raffronto, sortisce effetti confusori circa l'effettiva portata nutrizionale del prodotto e specificamente, in riferimento ai *claim* nutrizionali c.d. "assoluti" (*i.e. A BASSO CONTENUTO DI GRASSI*), ammessi dal Reg. CE n. 1924/2006 solamente in presenza di specifici requisiti di contenuto del nutriente che nella fattispecie *de qua* non ricorrono.

36. Valga qui sottolineare che quello in esame è un prodotto che presenta un contenuto *pro etto* di grassi ben superiore al limite stabilito dall'Allegato al Regolamento UE n. 1924/2006 al fine della legittima spendita pubblicitaria di un *claim* nutrizionale *assoluto*, relativo al contenuto ridotto di tale nutriente, pari a 3 gr. per etto di prodotto¹⁹: si tratta, cioè di alimento che – come moltissimi prodotti congeneri – ha una portata nutrizionale in sé non esattamente "dietetica" o ridotta.

37. Pertanto, al fine di proporlo al pubblico in una veste più attraente che valga a differenziarlo in seno allo specifico mercato, Balocco è ricorso ad una *indicazione nutrizionale di tipo comparativo (- xx% di grassi)* che, seppur consentita dal citato Allegato, in quanto di significato equivalente all'espressione *"a tasso ridotto di..."*, viene però utilizzata in una modalità omissiva, e pertanto, ingannevole, per il consumatore. In particolare, proprio la conformazione del *claim* e la grande enfasi grafica attribuita alla percentuale di riduzione sono idonee a veicolare al potenziale acquirente un'informazione suscettibile di ingannarlo sul dato fondamentale del reale quantitativo della sostanza nutritiva recata dall'alimento – e, quindi, sulla reale portata nutrizionale dello stesso – ingenerando, anzi, la suggestione che il prodotto reclamizzato arrechi in assoluto, al proprio regime alimentare, un apporto nutrizionale ridotto in grassi.

38. I principi fondamentali ed i criteri generali declinati dal Regolamento comunitario richiedono ai professionisti, che vogliano spendere *claim* nutrizionali, di fornire al consumatore indicazioni veritiere, scientificamente supportate, complete e, soprattutto, idonee ad essere percepite immediatamente senza indebite omissioni ed ambiguità²⁰.

39. Corollario di questo principio è che per i principali componenti nutrizionali (come i *grassi*, qui vantato in riduzione) sono state definite, nell'Allegato, le diciture consentite al ricorrere di comuni e predefinite condizioni.

Diciture e annesse condizioni d'uso costituiscono indubbio e costante parametro di riferimento della diligenza professionale richiesta alle imprese del settore alimentare allorquando utilizzino tali indicazioni nella comunicazione commerciale dei propri prodotti.

40. Va precisato che qualsiasi indicazione di vantaggio nutrizionale di tipo comparativo apposta sull'alimento (in virtù dello specifico contenuto di nutriente vantato) deve essere rettamente ed immediatamente percepita dal consumatore nella modalità del *confronto* e *soltanto* a paragone di *alimenti della stessa categoria prendendo in considerazione una gamma di alimenti nell'ambito di tale categoria*.

¹⁹ [Si richiama che, in base alla relativa tabella nutrizionale, il quantitativo di grassi recato dalla referenza qui considerata si attese a 10,5 gr. pro etto di prodotto.]

²⁰ [Si richiamano sia l'art. 8, comma 1 ("Le indicazioni nutrizionali sono consentite solo se elencate nell'allegato e conformi alle condizioni stabilite dal presente regolamento"), sia il considerando 20 secondo cui "per le indicazioni comparative, è necessario che il prodotto comparato sia chiaramente individuato a beneficio del consumatore finale".]

Nel caso in esame, invece, nonostante il rispetto delle condizioni relative alla riduzione del nutriente, come indicate dall'Allegato al fine della spendita dell'indicazione *nutrizionale comparativa* (ossia una riduzione di almeno il 30% rispetto al prodotto simile), il *claim* apposto sul prodotto non appare immediatamente quale *indicazione nutrizionale comparativa* – relativa al confronto con altri alimenti – in quanto non viene chiaramente individuato il prodotto o la gamma di alimenti oggetto di raffronto, come richiesto dallo stesso Regolamento n. 1924/2006 (cfr. articolo 9 e considerando 20).

41. In particolare, l'assenza – accanto alla percentuale in riduzione vantata – dello specifico termine di raffronto considerato non permette di comprendere quale sia il contenuto effettivo del nutriente presente nel prodotto e genera un effetto confusorio con i *claim assoluti*, inducendo in errore i consumatori sull'effettiva portata nutrizionale del medesimo prodotto.

Infatti, tutti i messaggi *de quibus* sono risultati privi del termine di raffronto adeguatamente evidenziato limitandosi ad enfatizzare la percentuale in riduzione vantata; infatti, l'integrazione del *claim* nutrizionale comprensiva del termine di raffronto collocato in analogo risalto grafico è avvenuta – sul sito aziendale – solo successivamente all'avvio del procedimento.

42. A necessario completamento dell'indicazione nutrizionale comparativa sinteticamente indicata sulla confezione e negli *spot*, occorre che sia garantito al consumatore – ove lo spazio del supporto lo consenta, *i.e.* il sito aziendale – l'agevole accesso all'individuazione puntuale dei prodotti di confronto nonché ai dati ad essi relativi al fine di verificare la veridicità del valore percentuale in riduzione presente nel *claim* speso nella comunicazione pubblicitaria.

La tabella analitica di raffronto allo scopo proposta dal professionista risponde a tali esigenze, tuttavia è risultata accessibile sul sito www.baloccovitamia.it solo a far tempo dal 5 novembre 2012.

43. Appare, inoltre, ingannevole l'apposizione della dicitura “MENO GRASSI” su tutti i supporti media utilizzati: trattasi, infatti, di indicazione nutrizionale assimilabile al *claim* assoluto “a basso contenuto di grassi”, relativo ad un ridotto quantitativo di nutrienti nel prodotto, non essendo percepibile alcun elemento tipico di un'indicazione *nutrizionale comparativa* per la quale mancherebbero comunque gli elementi sopraindicati necessari a renderla chiaramente riconoscibile come tale. E ciò soprattutto quando, come nel caso *de quo*, tali diciture risultino distintamente evidenziate ed addirittura utilizzate a denominazione della referenza.

Ne consegue lo scorretto utilizzo del *claim* in questione poiché ingannevole circa la portata nutrizionale del prodotto dal momento che il medesimo ha un contenuto di grassi superiore alla soglia consentita per la spendita del *claim assoluto* sulla riduzione di tale nutriente.

Anche a questo riguardo, la rimozione della dicitura “MENO GRASSI” sul sito aziendale è avvenuta solo successivamente all'avvio del procedimento.

44. Per tutti i motivi sopraesposti la pratica in questione risulta in contrasto con gli articoli 21, comma 1, lettera b), nonché 22, commi 2 e 5, del Codice del Consumo.

45. Sulla base del principio di diligenza richiesto nell'utilizzo di specifici *claim* nutrizionali, il professionista – che è uno dei principali operatori del settore in ambito nazionale – avrebbe dovuto attenersi ai principi desumibili dal Regolamento CE n. 1924/2006, quale canone di diligenza per il settore specifico. Egli, invece, ha svolto una campagna promozionale che, ingenerando la suggestione che il prodotto reclamizzato abbia, quanto a contenuto di grassi, una portata nutrizionale inferiore a quella effettiva, risulta idonea a fuorviare il consumatore da scelte commerciali consapevoli, specificamente quell'ampia fascia di consumatori in regime di dieta controllata o particolarmente attenti alle caratteristiche nutrizionali dei prodotti che si orientano verso alimenti “salutistici” dal ridotto apporto calorico.

Per tali motivi, la pratica in questione risulta in contrasto con l'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

46. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 di euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

47. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

48. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'importanza e della dimensione economica del professionista in quanto la società è di ampie dimensioni ed è da tempo presente in posizione consolidata sul mercato nazionale ed anche in quello internazionale²¹. Inoltre, nell'ultimo bilancio disponibile, presenta un fatturato pari a oltre 122 milioni di euro.

Al medesimo riguardo, rileva, altresì, l'ampia diffusione dei messaggi pubblicitari sia attraverso il sito *internet* sia mediante *spot* radiofonici e telepromozioni: circostanza che conduce ragionevolmente a ritenere che la pratica commerciale scorretta così posta in essere abbia elevata portata offensiva e sia stata idonea a coinvolgere un grande numero di consumatori.

²¹ [Al link http://www.balocco.it/it/da_1927.php?id_p=21 è precisato che il professionista esporta in oltre 60 paesi del mondo.]

Rilevano, altresì, i non trascurabili volumi di vendita del prodotto.

49. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 1° maggio 2011 fino, quantomeno, al momento dell'avvio del procedimento allorché il professionista ha proceduto a modificare il sito *internet* nonché ad interrompere le campagne televisive e radiofoniche. Con riferimento al *packaging* del prodotto, sebbene quello oggetto del procedimento sia ancora in commercio, rileva la proposta di modifica, come documentata con l'invio della nuova bozza grafica, che risulta priva dei profili di scorrettezza oggetto di accertamento e che, peraltro, risulta già riprodotta sul sito *internet* aziendale.

50. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Balocco Industria dolciaria S.p.A. nella misura di 40.000 € (quarantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), nonché 22, commi 2 e 5, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea - mediante diffusione di messaggi pubblicitari recanti *claim* nutrizionale di tipo comparativo ("*meno XX % di grassi*") mancante dell'adeguata indicazione del termine di raffronto e privo della tabella analitica di raffronto, sul sito aziendale, in aggiunta alla presenza della dicitura "Meno grassi" a denominazione dello stesso prodotto - a sortire effetti confusori con i *claim* assoluti e quindi a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'alimento pubblicizzato;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Balocco Industria Dolciaria S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), nonché 22, commi 2 e 5, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Balocco Industria Dolciaria S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 40.000 € (quarantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Ai sensi dell'articolo 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

ASSEGNA

alla società Balocco Industria Dolciaria S.p.A. un termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, per il necessario adeguamento della confezione di vendita dei biscotti "*VITA MIA! MENO GRASSI con orzo e mais*" secondo quanto già indicato nel corso del presente procedimento.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinqüesdecies* del Decreto Legge 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza al provvedimento l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella