

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 febbraio 2015;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

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 l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*” (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTO il proprio provvedimento del 28 ottobre 2014, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

## I. LE PARTI

**1. Ica Foods S.p.A.** (di seguito, anche “Ica”) - in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società – avente sede a Pomezia (RM) – è attiva nella produzione, lavorazione e commercio di prodotti alimentari, in particolare di *snack* e patatine fritte in busta. Il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2013 evidenzia *ricavi* per oltre 51 milioni di Euro, in flessione rispetto all’anno precedente<sup>1</sup>.

**2. Unione Nazionale Consumatori** – avente sede in Roma, in qualità di associazione consumeristica segnalante.

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

**3.** Il procedimento concerne la condotta posta in essere dal professionista, consistente nella diffusione - sul *packaging*, a mezzo spot tv e attraverso il sito internet aziendale *www.icafoods.it* – di vari messaggi promozionali con cui vengono accreditati ad alcune varianti di patatine fritte in busta, cd. *chips*, specifiche caratteristiche nutrizionali sui grassi oppure vantii salutistici, oppure ancora vengono fornite, riguardo ai medesimi prodotti, indicazioni in merito alla ricetta (segnatamente circa il contenuto di olio d’oliva) o alle modalità di produzione (cd. “fatte a mano”) con annessi vantii di “naturalità” o “artigianalità”. In particolare:

- a) sulla comunicazione commerciale adottata per le chips “*Crik Crok – 20 % di grassi*” e per lo snack “*Le Contadine – Best for you*” – spiccano, rispettivamente e in grande evidenza grafica, i **claim nutrizionali “-20% di grassi”** nonché “**meno del 10% di grassi**” privi di un individuato termine di paragone. Detti claim sono reiterati sul *frontpack* delle rispettive confezioni come riprodotte anche sul sito aziendale, in altrettante pagine web dedicate<sup>2</sup>;
- b) l’indicazione “*100 % olio extravergine di oliva*”, che compare, in grande risalto grafico, sulla confezione di due referenze della linea “Le Contadine”, una denominata proprio “100 % olio extravergine di oliva” e l’altra “Fatte a

---

<sup>1</sup> Precisamente, i *ricavi per vendite e prestazioni* di cui al bilancio 2013 ammontano a 56.050.501 Euro mentre la voce corrispondente del bilancio 2012 si attestava a 57.311.646 euro (con una variazione in ribasso di 1.261.145 Euro). Il bilancio è stato prodotto dal professionista (Doc. 9 – allegato E/17- all’indice del fascicolo).

<sup>2</sup> Sul sito, si legge: “*Le Crik Crok di sempre ma con il 20% di grassi in meno rispetto alle patatine classiche*” ed inoltre, “*Le Contadine Best for you -croccantissime grigliatine di cereali al formaggio con meno del 10% di grassi*”.

mano". Riguardo alle chips "Le Contadine – 100% olio extravergine di oliva", sul sito aziendale è anche aggiunto che *"Sono le uniche ad avere il 100% di olio extravergine di oliva, un olio ricco di vitamine e proveniente da un'unica spremitura di olive, quindi puro..."*.

Detta indicazione viene abbinata, sul fronte o sul retro dei rispettivi involucri, ad un claim nutrizionale di tipo comparativo (*"60% in meno di grassi saturi"*) riferito alla referenza e correlato, in maniera non adeguatamente evidenziata, ad analogo prodotto dello stesso professionista (la versione *standard* della linea Le Contadine).

Tuttavia il medesimo claim nutrizionale viene anche riferito all'ingrediente contenuto nel prodotto – l'olio extravergine di oliva, appunto – in correlazione agli oli vegetali impiegati nella preparazione di *chips* distinte (*"...in olio extravergine di oliva che, oltre a caratteristiche organolettiche superiori contiene il 60% in meno di grassi saturi rispetto ai normali oli vegetali"*).

c) alle chips denominate *"Crik Crok Gold & Blue"* vengono accreditati con enfasi, in seno alla pagina web dedicata del sito aziendale, vantii salutistici inadeguatamente specificati e non correttamente declinati quali *"sono naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine (le stesse che si trovano nelle verdure) in grado di combattere i radicali liberi che causano l'invecchiamento delle cellule"*;

d) Sul *frontpack* del prodotto "Le Contadine - Fatte a mano" campeggia, in grandissima evidenza cromatica e dimensionale, il claim **"Fatte a mano"** cui è aggiunto, in caratteri assai più piccoli, *"hand cooked style"*. Sul retro dell'incarto si precisa che tali patatine *"sono buone perché fatte come in casa: lentamente, delicatamente in olio extravergine di oliva..."*. Sul sito internet aziendale, nel reiterare, nella pagina web dedicata, che dette chips "sono come fatte a mano", viene nel contempo illustrato – in un video accessibile in distinta sezione ("produzione") – il procedimento di tipo industriale e meccanizzato adottato dall'azienda per la preparazione e cottura delle patatine.

4. Il seguente prospetto riepiloga, in sintesi, i claim specificamente attenzionati nei messaggi in correlazione alla denominazione delle singole referenze e dei supporti media sui quali sono stati diffusi:

<i>Claim/indicazioni</i>	<i>Nome prodotto</i>	<i>Supporto Media</i>
<b>-20% di grassi</b>  <b>-10 % di grassi</b>	“Crik Crok – 20 % di grassi” “Le Contadine – Best for you”	confezioni - sito aziendale
“ <b>100% olio extravergine di oliva</b> ”  “ <b>60% di grassi saturi in meno</b> ” (rispetto a “prodotto standard”)  rispetto a “ad altri oli vegetali”	“Le Contadine – Fatte a mano” “Le Contadine – 100% olio extravergine di oliva”	confezioni e sito aziendale
<b>vanti salutistici</b>	“Crik Crok -Gold & Blue”	confezioni e sito aziendale
<b>fatte a mano</b>	“Contadine - Fatte a mano”	confezione - sito aziendale

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L’iter del procedimento*

##### *Attività pre-istruttoria*

5. In data 18 aprile 2014, è pervenuta una documentata segnalazione con la quale l’Unione Nazionale Consumatori denunciava, nei confronti di Ica Foods Spa, l’utilizzo – asseritamente – ingannevole: a) delle indicazioni “Fatte a mano” ed “Hand cooked” apposte sulle confezioni del prodotto “Le contadine - Sapore fatte a mano” - reiterate sul sito aziendale - in quanto idonee ad ingenerare nel consumatore la convinzione – erronea – che il prodotto fosse ottenuto in esito ad una lavorazione di tipo artigianale e non industriale; b) del claim nutrizionale “meno 20 % di grassi” presente nella stessa denominazione della referenza della linea “Crik Crok” (sia sulle confezioni che nella pagina web dedicata del sito aziendale) poichè in contrasto con le disposizioni del Regolamento CE n. 1924/2006<sup>3</sup>.

Nel mese di giugno 2014, sono state svolte alcune verifiche d’ufficio in merito ai messaggi promozionali in atto diffusi dal professionista - sulle confezioni dei suddetti prodotti e sul sito internet aziendale<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Doc. 1 dell’indice del fascicolo. Ivi, inoltre, detta Associazione ha richiesto l’intervento dell’Autorità al fine di verificare la correttezza dell’uso di altre indicazioni relative, tra l’altro, alla presenza di olio d’oliva nei medesimi prodotti.

<sup>4</sup> Docc. 3 e 5 dell’indice del fascicolo.

## Attività istruttoria

6. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 14 luglio 2014 è stato comunicato alle Parti l'avvio, nei confronti del professionista, del procedimento istruttorio n. PS9525 per possibile violazione degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), 22, comma 2, del Codice del Consumo. In calce alla comunicazione di avvio, sono state formulate specifiche richieste di informazioni sui prodotti e sui messaggi attenzionati<sup>5</sup>.
7. In data 8 agosto 2014, è pervenuta da parte del professionista una documentata nota di riscontro alle richieste di informazioni contenute nella comunicazione di avvio del procedimento unitamente a note difensive<sup>6</sup>.
8. Ica Foods ha avuto accesso agli atti del procedimento il 30 ottobre 2014 e, dietro sua richiesta, è stata sentita in audizione il 3 dicembre successivo.
9. In data 11 dicembre 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni - integrati il 15 dicembre successivo - volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. Le misure proposte consistevano in modifiche/eliminazioni delle indicazioni, ove già presenti, relative alla presenza di olio d'oliva nei prodotti, nonché alla specificità del metodo

---

<sup>5</sup> Sono state richieste le seguenti informazioni in relazione a **ciascuna delle referenze menzionate nella comunicazione di avvio:**

*involucro originale della confezione, come attualmente in commercio precisandone la data di iniziale commercializzazione in Italia, ovvero da quando riporta le diciture oggetto del presente procedimento, nonché i canali di vendita utilizzati;*

*volume e valore delle vendite annuali realizzate nel 2013 e nel 2014, fino al mese di giugno (nel caso di immissione in commercio nel corso del suddetto periodo, specificare altresì la data di inizio);*

*dettagli in merito alla campagna promozionale già svolta o in corso di svolgimento a favore di ciascuno dei suddetti prodotti nel periodo sopraindicato, producendo copia di ciascuno dei messaggi diffusi (su cartellonistica, a mezzo stampa, spot tv, sito aziendale o qualsiasi altro supporto comunicativo) con la relativa programmazione, precisandone, in dettaglio, le date, le modalità di diffusione e i costi;*

*periodo a partire dal quale sono state pubblicate, nelle sezioni rispettivamente dedicate dei siti internet aziendali, le informazioni pubblicitarie relative ai prodotti in esame;*

*indicazioni precise sulla composizione di ciascuno dei prodotti indicando le percentuali/quantitativi di ciascun ingrediente nonché la tabella nutrizionale corrispondente;*

*chiarimenti documentati sull'olio extravergine di oliva presente nelle referenze "Le Contadine – Fatte a mano" e "Le Contadine – 100% olio extravergine di oliva", specificamente in ordine all'esclusivo impiego di tale ingrediente (rispetto ad altre tipologie di olio) e alle specifiche caratteristiche nutrizionali vantate nella comunicazione pubblicitaria;*

*chiarimenti documentati in ordine al termine di paragone – con relativi valori nutrizionali - effettivamente utilizzato per il calcolo della vantata riduzione percentuale di grassi per i prodotti "Crik Crok – 20 % di grassi" e "Le Contadine – Best for you";*

*chiarimenti documentati ed evidenze scientifiche a supporto dell'indicazione salutistica ("sono naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine (le stesse che si trovano nelle verdure) in grado di combattere i radicali liberi che causano l'invecchiamento delle cellule") spesa nella comunicazione pubblicitaria per le chips "Crik Crok - Gold & Blue";*

*ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.*

<sup>6</sup> Doc. 9 - e relativi allegati - dell'indice del fascicolo.

produttivo seguito (cd. “Fatto a mano”), all’illustrazione del ridotto quantitativo di grassi contenuto nelle referenze e, infine, alla spendita di vanti salutistici<sup>7</sup>.

**10.** Nella sua adunanza del 19 dicembre 2014, l’Autorità ha deliberato il rigetto di tali impegni - essendo essi giunti oltre il termine prescritto dall’art. 9, comma 1, del Regolamento - dandone comunicazione al professionista in pari data<sup>8</sup>.

**11.** In data 19 dicembre 2014 è stata comunicata alle Parti la data definitiva di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento.

## **2) Le evidenze acquisite**

**12.** I prodotti oggetto della comunicazione di avvio del procedimento PS9525 consistono in alimenti assai noti e di diffuso consumo quali le “patatine fritte in busta” (*chips*) e *snack* salati<sup>9</sup>, venduti in confezioni di diversi formati di peso e commercializzati prevalentemente attraverso il canale della grande distribuzione. I prodotti sono proposti ai consumatori in diverse varianti e quelle qui in esame sono caratterizzate, ciascuna, da un’indicazione (nutrizionale o salutistica oppure afferente alla ricetta o alla metodica produttiva) che connota anche i messaggi promozionali.

---

<sup>7</sup> Il tenore delle proposte era il seguente:

a) la società aveva già provveduto ad eliminare dal *packaging* e dalla relativa presentazione sul sito aziendale [www.icafoods.it](http://www.icafoods.it), l’indicazione nutrizionale “- **20% di grassi**” in precedenza utilizzata per il prodotto “Crik Crok – 20 % di grassi”;

b) in merito alla referenza denominata “Best for you”, la società si impegna, entro il 31 marzo 2015, a modificare il preesistente claim “con meno del 10 % di grassi” con l’indicazione “**solo 10 % di grassi**”;

c) in merito alle referenze denominate “Le Contadine – 100% olio extravergine di olio d’oliva” e “Le Contadine –fatte a mano”, la società si impegna ad eliminare tutte le già presenti diciture nutrizionali di cui al punto b) della comunicazione di avvio del procedimento (“...**in olio extravergine di oliva che, oltre a caratteristiche organolettiche superiori contiene il 60% in meno di grassi saturi rispetto ai normali oli vegetali**”...“Sono le uniche ad avere il 100% di olio extravergine di oliva, **un olio ricco di vitamine e proveniente da un’unica spremitura di olive, quindi puro**...”.) dal sito aziendale entro il 31 gennaio 2015 e dal *packaging* entro il 31 marzo 2015;

d) la società si impegna ad eliminare tutti i vanti salutistici già accreditati al prodotto “Crik Crok -Gold & Blue” dal sito aziendale entro il 31 gennaio 2015 e dalla confezione entro il 31 marzo 2015; società si impegna a sostituire il claim “sapore FATTE A MANO” – sugli omonimi prodotti - con l’indicazione “STILE FATTE A MANO” entro il 31 gennaio 2015 sul sito aziendale ed entro il 31 marzo 2015 sul *packaging*.

<sup>8</sup> Doc. 19 dell’indice del fascicolo.

<sup>9</sup> Si tratta, in particolare, della referenza denominata “Best for you con meno del 10 % di grassi” che, secondo la relativa scheda tecnica (All. B/2 al Doc. 9 dell’indice del fascicolo), è uno *snack* salato a base di farine di mais e di riso con formaggio, “ottenuto con un processo di estrusione/espansione e cotto in forno”, e destinato, al pari delle chips, ad un consumo veloce, al di fuori di un pasto ordinario.

I messaggi pubblicitari: contenuto specifico e modulazione sui supporti diffusivi<sup>10</sup>

**13.** I messaggi pubblicitari oggetto del presente procedimento sono stati diffusi sul *packaging* dei prodotti nonché, a partire dal gennaio 2013, in seno al sito aziendale *www.icafoods.it*. In particolare:

Per le indicazioni sui *grassi*:

**14.** Sul *frontpack* di **CRICK CROK – 20% DI GRASSI** spicca, in grande evidenza grafica, il **claim nutrizionali comparativo “-20% di grassi\*”** il cui asterisco rinvia solo a fondo confezione e a caratteri piccolissimi alla dicitura “*rispetto alle chips standard crick crok*”. A lato della confezione, la tabella nutrizionale riporta il contenuto di grassi per etto di prodotto pari a 28 gr<sup>11</sup>;

L’involucro è riprodotto sul sito aziendale cui è aggiunta la dicitura “*Crik Crok 20% più leggere: le Crik Crok di sempre ma con il 20% in meno rispetto alle patatine classiche*”<sup>12</sup>. (Alla data del 12 settembre 2014, l’immagine e la pagina *web* di che trattasi risultano rimosse dal sito<sup>13</sup>).

Anche le **CONTADINE – BEST FOR YOU – grigliatine MENO DEL 10 % DI GRASSI** recano in grande evidenza sul *frontpack* – anche quale denominazione - l’indicazione sui grassi che è reiterata nella pagina *web* dedicata del sito aziendale<sup>14</sup>. Nella tabella nutrizionale del prodotto è annotato un quantitativo di grassi pro etto del prodotto pari a 9,8 gr<sup>15</sup>.

Per le indicazioni sull’olio extravergine di oliva:

**15. LE CONTADINE 100% OLIO EXTRAVERGINE D’OLIVA** recano sul *frontpack*, in un riquadro cromaticamente evidenziata la dicitura “60% di grassi saturi in meno\*” il cui asterisco rinvia alla dicitura a caratteri microscopici a fondo pagina: “*rispetto alla linea standard Le Contadine*”.

A lato della confezione è annotato “*Per rendere così buone ed uniche le patatine fritte Le Contadine abbiamo scelto di utilizzare solo l’olio migliore: l’Olio extravergine di oliva. Un olio di alto livello qualitativo che nasce*

---

<sup>10</sup> Nonostante la specifica richiesta contenuta nella comunicazione di avvio, il professionista non ha reso informazioni sugli investimenti sostenuti per i messaggi pubblicitari attenzionati.

<sup>11</sup> All. A/1 al Doc. 9 dell’indice del fascicolo.

<sup>12</sup> All. 6 al Doc. 1 dell’indice del fascicolo.

<sup>13</sup> Doc. 10 dell’indice del fascicolo.

<sup>14</sup> Doc. 3 dell’indice del fascicolo.

<sup>15</sup> All. B/1 al Doc. 9 dell’indice del fascicolo.

*solamente dalla prima spremitura, senza trattamenti chimici, con un elevato contenuto di vitamine, meno dell'1% di acidità, e con il 60% di grassi saturi in meno rispetto ad un normale olio vegetale".* Sotto a tale descrittiva, la tabella nutrizionale riporta, tra altro, che il contenuto di grassi recato da un etto di prodotto è pari a 33 grammi di cui saturi sono 5 grammi<sup>16</sup>.

La pagina web dedicata sul sito aziendale riproduce l'immagine del packaging e aggiunge *"Sono le uniche ad avere il 100% di olio extravergine di oliva, un olio ricco di vitamine e proveniente da un'unica spremitura di olive, quindi puro..."*<sup>17</sup>

Anche la confezione e la pagina web dedicata del prodotto **Le CONTADINE SAPORE FATTE A MANO** evocano in grande evidenza il claim "100% di olio extravergine di oliva". Inoltre, sul retro di tale confezione, a caratteri molto piccoli, è annotato che le *chips* "sono buone perché fatte come in casa: lentamente, delicatamente in olio extravergine di oliva che oltre a caratteristiche organolettiche superiori, contiene il 60 % in meno di grassi saturi rispetto ai normali oli vegetali".



<sup>16</sup> All. C/3 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>17</sup> All. 3 al Doc. 1 e Doc. 3 dell'indice del fascicolo.



Per i vantì salutistici:

**16.** La confezione di **CRİK CROK GOLD & BLUE** reca, tra l'altro, sul retro e a caratteri piccoli, la specifica che *“le chips blue sono infatti ottenute con la qualità di patate Vitelotte che in natura presenta la colorazione blu ed è inoltre ricca di antiossidanti e proteine”*<sup>18</sup>.

In seno alla pagina web dedicata del sito aziendale, accanto all'immagine della confezione è presente una descrizione in cui si accreditano direttamente al prodotto alcuni vantì salutistici: *“La confezione contiene un mix di patatine classiche aggiunte ad una qualità di patatine speciali provenienti da coltivazione di patate francesi: la peculiarità delle patatine speciali è che sono appunto di colore blu e buonissime come quelle tradizionali. Ma in più sono **naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine** (le stesse che si trovano nelle verdure) **in grado di combattere i radicali liberi che causano l'invecchiamento delle cellule**”*<sup>19</sup>.

Per le indicazioni di “artigianalità”:

**17.** Sul *frontpack* de Le **CONTADINE** sapore **FATTE A MANO** campeggia l'indicazione “Fatte a mano” apposta su uno sfondo che richiama la carta paglia<sup>20</sup>.

Sul sito aziendale, nella sezione dedicata, accanto all'immagine del prodotto è annotato *“Le prime patatine tagliate più spesse, come fatte a mano”*<sup>21</sup>.

In distinta sezione del sito aziendale ([www.icafoods.it/produzione/](http://www.icafoods.it/produzione/)), apposito video, ivi accessibile, illustra il processo industriale di produzione delle patatine Crik Crok.

### La commercializzazione dei prodotti

**18.** I prodotti oggetto della comunicazione di avvio sono posti in vendita attraverso i canali del dettaglio e della GDO. Senza indicare la data di prima immissione in commercio degli stessi, il professionista ha precisato che sono attualmente fuori produzione sia *Le Contadine – Best for you meno del 10 % di grassi* (dal gennaio 2011) sia *Crick Crok – 20% di grassi* (da luglio 2013) e ha reso, anche per le altre referenze, i dati di vendita relativi al 2013 e fino

---

<sup>18</sup> All.D/6 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>19</sup> Doc. 3 dell'indice del fascicolo.

<sup>20</sup> All. E/1 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>21</sup> Doc. 3 dell'indice del fascicolo.

a giugno 2014<sup>22</sup>. Relativamente a tale periodo, i **volumi di vendita complessivi ammontano a [omissis]\*** confezioni e sono così ripartiti:

	VOLUME		TOTALE	
	2013	2014 (fino a giugno)		
CRICK CROK – 20% DI GRASSI	[omissis]	[omissis]	[omissis]	
LE CONTADINE 100% OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA	[omissis]	[omissis]	[omissis]	
CRICK CROK GOLD & BLUE	[omissis] [omissis]	[omissis] [omissis]	[omissis] [omissis]	= [omissis]
LE CONTADINE sapore FATTE A MANO	[omissis]	[omissis]	[omissis]	

**19. Il valore complessivo** delle vendite, nel medesimo periodo e per gli stessi prodotti, **raggiunge quota [omissis]euro** ed è ripartito come da tabella sottostante:

	VALORE €		TOTALE	
	2013	2014 (fino a giugno)		
CRICK CROK – 20% DI GRASSI	[omissis]	[omissis]	[omissis]	
LE CONTADINE 100% OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA	[omissis]	[omissis]	[omissis]	
CRICK CROK GOLD & BLUE	[omissis] [omissis]	[omissis] [omissis]	[omissis] [omissis]	= [omissis]
LE CONTADINE sapore FATTE A MANO	[omissis]	[omissis]	[omissis]	

### Le caratteristiche tecniche dei prodotti

**20. Il professionista ha prodotto le schede tecniche** – redatte nel periodo dal 12 giugno 2013 al 10 aprile 2014 – non solo per tutti i prodotti oggetto di avvio<sup>23</sup> ma anche, al fine di confronto, per le “chips standard” denominate “*Crick Crock più croccanti - extra Crunchy*”, ossia il prodotto base dal medesimo pure commercializzato<sup>24</sup>.

Sempre a motivo di paragone, viene, altresì, prodotta la scheda tecnica della referenza “base” in seno alla distinta linea “Le Contadine” denominata “*Più spesse e croccanti*”<sup>25</sup>.

Ciascuna scheda reca varie informazioni riguardanti, tra altro, gli ingredienti della referenza, le sue caratteristiche organolettiche, le informazioni

<sup>22</sup> doc. 9 dell' indice del fascicolo.

\* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>23</sup> All.ti A/2-B/2-C/1-D/8-E/19 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>24</sup> All. A/3 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>25</sup> All. C/4 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

nutrizionali, le caratteristiche microbiologiche nonché termine e modalità di conservazione.

**21.** Per quel che qui interessa e in relazione al singolo prodotto, da dette schede tecniche – e da altra documentazione prodotta dal professionista – risulta che:

- **CRICK CROK – 20% DI GRASSI** reca un quantitativo di grassi – per etto – pari a 28 gr a fronte dei 33 gr. presenti nel prodotto *standard*, ossia reca un contenuto di tale nutriente ridotto del 20 % rispetto alla versione base della referenza prodotta dal medesimo professionista;
- **LE CONTADINE – BEST FOR YOU – grigliatine MENO DEL 10 % DI GRASSI** recano un contenuto in grassi, per etto pari a 9,8 gr.;
- **LE CONTADINE 100% OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA** recano un contenuto in grassi pari a 33 gr. per etto, di cui 5 gr sono *saturi*, a fronte dei 12 gr di *grassi saturi* posseduti dalla versione *standard* della medesima linea: esse, cioè, recano un contenuto di tale nutriente ridotto del 60 %, rispetto al prodotto base.

Analoga riduzione è confermata anche in relazione al confronto, sui quantitativi di grassi saturi, tra referenza in esame e le *chips standard Crick Crok* lavorate con oli vegetali (diversi dall'olio di oliva), le quali pure possiedono un quantitativo di grassi saturi, pro etto, pari a 12,5 grammi<sup>26</sup>.

Inoltre, coerentemente alla specifica denominazione, per la referenza *de qua* viene impiegato esclusivamente *olio extravergine di oliva* le cui caratteristiche di chimico-fisiche (presenza di vitamina E, presenza di acidi grassi saturi nel valore medio del 13,5 %, “acidità non superiore allo 0,25%” nonché preparazione “ottenuta esclusivamente per frangitura meccanica senza trattamenti chimico-fisici”) sono attestate dall'azienda olearia fornitrice del professionista<sup>27</sup>;

- la materia prima utilizzata per la produzione delle **CRICK CROK GOLD & BLUE** è costituita dalla patata “Vitelotte”, un tubero pregiato, di selezionata coltivazione e piuttosto costoso, avente un naturale colore blu-violaceo che rilascia anche al prodotto finito<sup>28</sup>. Tale colore è dovuto alla naturale presenza, nel tubero, di alcuni pigmenti, le *antocianine* (presenti anche nelle melanzane), le cui proprietà antiossidanti e antinfiammatorie sono segnalate nell'eterogenea documentazione estratta dal web (di fonte

---

<sup>26</sup> Che pure possiedono un quantitativo di grassi saturi, pro etto, pari a 12,5 grammi: allegati C/6 e C/7 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>27</sup> All.ti C/2 e C/9 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>28</sup> La patata in questione è originaria del Perù e prodotta su vasta scala in Francia.

Wikipedia o desunta da siti internet di informazione o di culinaria<sup>29</sup>) come prodotta dal professionista. Questi, inoltre, trasmette il video della puntata di una nota trasmissione televisiva ove viene riferito di studi scientifici tuttora in corso sui benefici di tali molecole sull'organismo umano al fine del loro possibile impiego più concentrato – necessario per ottenere l'effetto salutistico - in svariati altri alimenti<sup>30</sup>;

- le **CONTADINE sapore FATTE A MANO** sono preparate, come da relativa scheda tecnica, esclusivamente con olio extravergine di oliva<sup>31</sup>.

Si tratta di una tipologia di alimento che ricorda, nelle caratteristiche organolettiche (aspetto e sapore), le patate fritte casalinghe anche se rimane un prodotto di tipo industriale. La relativa produzione è differenziata rispetto a quella tradizionalmente industriale in quanto destinata a volumi più ridotti, avente parametri di cottura differenti e, soprattutto, caratterizzata da un maggiore intervento diretto – e correttivo - di mano d'opera nelle varie fasi di lavorazione<sup>32</sup>.

La dicitura “Sapore-fatteamano” è anche un marchio italiano già registrato anni fa dall'azienda; attualmente è protetto con la Reg. no. 1551423 del 15 luglio 2013 per prodotti in classe 29 e 30<sup>33</sup>.

### ***3) Le argomentazioni difensive del professionista***

**22.** Nella prima memoria difensiva pervenuta l'8 agosto 2014, la società, oltre a fornire riscontro documentale alle richieste contenute nella comunicazione di avvio, ha svolto alcune osservazioni e difese rivendicando

---

<sup>29</sup> All.ti D/1, D/2, D/3, D/4, D/5 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>30</sup> All. D/7 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo. Nel corso di un servizio dedicato, durante la puntata di Superquark trasmessa il 31 luglio 2014, si riferisce di alcuni studi epidemiologici effettuati riguardo alle proprietà antinfiammatorie e antiossidanti delle antocianine e ai loro effetti benefici sulle malattie cardiovascolari. Inoltre, si informa di un progetto di studio in corso – Pathway27 che terminerà nel 2018 – in cui si stanno testando gli effetti delle antocianine su cellule in coltura in previsione di sperimentarle direttamente su esseri umani, con mirati studi clinici. Il progetto riguarda la possibilità di inserire tali sostanze, in quantità significative, in alimenti di uso comune atteso che le concentrazioni di antocianine naturalmente presenti negli alimenti di origine (come la patata Vitelotte) “non sono sufficienti a garantire benefici salutistici” (dichiarazione della Dott.ssa Alessandra Bordoni del Dipartimento di scienze e tecniche alimentari dell'Università di Bologna).

<sup>31</sup> All. E/16 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>32</sup> Come il controllo visivo, i rimescolamenti e i vari interventi in corso di lavorazione finalizzati all'ottenimento di un particolare tipo di prodotto.

<sup>33</sup> La classe 29, in base all'edizione vigente al momento della presentazione della domanda di primo deposito della Classificazione di Nizza consiste nei prodotti: “*patatine fritte, chips, pop corn, noccioline, nocciole, mandorle, pistacchi, noci, tostati e salati*”. La classe 30 consiste in: “*salatini, crackers salati, biscottini per aperitivi, prodotti snack in genere ottenuti mediante procedimenti di estrusione, soffiatura e cottura di cereali, focaccine, riso soffiato, preparati fatti di cereali, merendine salate.*” La circostanza è confermata da verifiche d'ufficio effettuate il 15 settembre 2014 nella banca dati del Ministero dello Sviluppo Economico ([www.uibm.gov.it](http://www.uibm.gov.it)).

la correttezza delle diverse indicazioni presenti nei messaggi promozionali contestati. In sintesi:

Le indicazioni sui grassi

**23.** Nonostante che *Crik Crok* “-20% di grassi” sia in *delisting* dal luglio 2013, la pubblicità è rimasta sul sito aziendale a causa della revisione a cadenza annuale di quest’ultimo. Il professionista asserisce la presenza e, a suo dire, la piena visibilità, sul *frontpack*, del termine di paragone (“rispetto alle chips standard Crik Crok”) relativo al claim nutrizionale comparativo ivi utilizzato. In ogni caso il messaggio promozionale per tale referenza è stato rimosso dal sito aziendale.

Nonostante che *Le contadine best for you meno del 10 % di grassi* sia in *delisting* dal gennaio 2011, il professionista asserisce che la pubblicità è comunque rimasta sul sito aziendale a causa della possibile ripresa della produzione. Tiene, soprattutto, a chiarire che l’indicazione sui grassi ivi adottata non è un claim nutrizionale di tipo comparativo con altri prodotti bensì una semplice informazione sul prodotto in sè e circa il quantitativo di nutriente ivi contenuto, coerente, del resto, all’ indicazione compresente nella tabella nutrizionale a lato del medesimo *packaging*

La veridicità delle suddette indicazioni sui grassi sarebbe confermata dalle schede tecniche dei prodotti.

I claim sulla presenza esclusiva di olio extravergine d’oliva e le connesse indicazioni sui grassi saturi

**24.** La veridicità di tali indicazioni sarebbe attestata dalle schede tecniche dei prodotti interessati (e da quelli di raffronto) in base alle quali, in particolare, risulterebbe confermata la vantata percentuale in riduzione di grassi saturi (60 %) sia nel raffronto tra prodotti della stessa linea Le Contadine (la versione *standard* e quella “100% olio extravergine di oliva”) sia nel confronto dei prodotti della linea Le Contadine cotti in olio extravergine (le referenze “100% olio extravergine di oliva” e “Sapore Fatte a mano”) rispetto ad altre *chips* - realizzate dalla stessa azienda (oppure anche da concorrenti) cotte in oli vegetali diversi.

Inoltre, la varie attestazioni trasmesse dal professionista acclarerebbero le caratteristiche di qualità vantate in pubblicità per l’olio extravergine di oliva utilizzato. Tale tipologia di olio risulta più idoneo alla cottura ad alte

temperature anche in base a quanto affermato dal Ministero della salute in una sua (assai risalente) circolare<sup>34</sup>.

### I claim salutistici

**25.** Il professionista rivendica la correttezza delle indicazioni salutistiche accreditate al **CRİK CROK GOLD & BLUE** sulla base della documentazione di asserito supporto trasmessa in allegato alla prima memoria difensiva<sup>35</sup>, precisando che sulla confezione, il vanto compare solo sul retro e viene espressamente riferito non al prodotto finito bensì alla materia prima utilizzata<sup>36</sup>. Il professionista ammette che sul sito aziendale compare effettivamente un claim salutistico riferito alle chips e ampliato nella portata<sup>37</sup> ma esso sarebbe comunque giustificato e supportato dalla documentazione prodotta all'Autorità.

### L'indicazione "Fatte a mano"

**26.** Vengono commercializzate nel solco di quella che, sul mercato europeo rappresenta da tempo una connotata e distinta categoria di *chips*, denominata, appunto "fatte a mano" o "hand cooked" e svariati sono, attualmente, i professionisti del settore, che hanno una linea dedicata<sup>38</sup>.

Il professionista dichiara che il video "produzione" (tuttora) presente sul proprio sito web illustra il procedimento di lavorazione delle *chips* "classiche" ma non può, per ciò stesso, considerarsi in contrasto con l'indicazione "fatte a mano" in quanto la presentazione è stata pensata in riferimento all'azienda in generale e non soltanto per un segmento produttivo (che non è il prevalente).

Infatti, accanto alla linea di produzione delle *chips* tradizionali – strutturata per provvedere a grossi volumi di prodotto - Ica ha dichiarato, senza documentazione di supporto, di disporre di un piccolo impianto - di soli 250 kg/ora - dedicato esclusivamente alle chips "fatte a mano" per il quale sono

---

<sup>34</sup> La n. 1 dell'11 gennaio 1991 "Oli e grassi impiegati per friggere alimenti".

<sup>35</sup> Vedi supra, sub "caratteristiche dei prodotti", nonché gli allegati dal D/1 al D/5 nonché il D/7 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

<sup>36</sup> "Le chips blue sono infatti ottenute con la qualità di patata Vitelotte che in natura presenta la colorazione blu ed è inoltre ricca di antiossidanti e proteine".

<sup>37</sup> sono naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine (le stesse che si trovano nelle verdure) in grado di combattere i radicali liberi che causano l'invecchiamento delle cellule".

<sup>38</sup> Il professionista ne indica alcuni allegando le foto del relativo packaging - All.ti da E/2 a E/13 al Doc. 9 dell'indice del fascicolo.

in uso parametri di cottura differenti da quelli tradizionalmente adottati<sup>39</sup> e dove la lavorazione delle patate sarebbe connotata da un'alta intensità di intervento di mano d'opera, asseritamente *“pari al 600% di quello delle chips normali”*. Tale procedura consente di ottenere *“un particolare tipo di prodotto che ricorda, nelle caratteristiche organolettiche, le chips fatte in casa: più croccanti, più contorte, più colorite”*.

Secondo il professionista, la dicitura contestata sarebbe idonea ad evocare non certo la completa “manualità” della lavorazione (essendo – intuitivamente – impossibile, ancorchè si tratti di una produzione industriale ridotta e “differenziata”, con ingente impiego di manodopera) bensì soltanto caratteristiche di forma e gusto più vicine alla frittura casalinga.

In ogni caso, tale dicitura fa parte di un marchio protetto al quale, tempo addietro, fu peraltro aggiunta la parola “sapore” al fine di evitare ulteriori equivoci e contestazioni da parte dei concorrenti<sup>40</sup>.

**27.** Nell'audizione svoltasi dietro sua richiesta, il 3 dicembre 2014, il professionista ha, in ogni caso, manifestato l'intento di adeguarsi pienamente ai rilievi ipotizzati in avvio mediante spontanea riformulazione delle indicazioni contestate attraverso *“modifiche/eliminazioni relative, ove già presenti, alla presenza di olio d'oliva nei prodotti, nonché alla specificità del metodo produttivo seguito (cd. “Fatto a mano”), all'illustrazione del ridotto quantitativo di grassi contenuto nelle referenze e, infine, alla spendita di vanti salutistici”*<sup>41</sup>.

Pertanto, Ica Foods ha dapprima presentato un proposta di impegni<sup>42</sup> che tuttavia sono stati rigettati dall'Autorità in quanto inammissibili per tardività.

**28.** Ciò nonostante, nell'ultima memoria prodotta il 24 dicembre 2014<sup>43</sup>, il professionista ha dichiarato di volersi comunque vincolare alle misure – e alla tempistica di implementazione - precedentemente proposte in sede di impegni.

Al riguardo, oltre alla già avvenuta eliminazione dal sito aziendale [www.icafoods.it](http://www.icafoods.it) dell'indicazione nutrizionale “- 20% di grassi” già utilizzata per il prodotto “Crik Crok – 20 % di grassi, attualmente fuori commercio, la

---

<sup>39</sup> Si tratta cioè, della *“selezione di materia prima specifica, di tempi di cottura più lunghi, dello spessore più alto delle fettine e della temperatura dell'olio più bassa”*.

<sup>40</sup> Il professionista riferisce che venti anni or sono subì un ricorso ex art. 700 cpc. da parte di un concorrente che contestava proprio l'indicazione “sapore fatte a mano”, Il giudice adito, nell'ordinanza di decisione – non allegata dal professionista – stabilì la liceità dell'indicazione alla luce, tra altro, della specifica “sapore”.

<sup>41</sup> Doc. 16 dell'indice del fascicolo.

<sup>42</sup> In data 11 dicembre 2014 e integrati il successivo 15 dicembre. Docc. 17 e 18 dell'indice del fascicolo.

<sup>43</sup> Il 24 dicembre 2014. Doc. 22 dell'indice del fascicolo.

società si è impegnata, in particolare, entro il termine del 31 marzo 2015:

- a modificare, in seno alla referenza denominata “Best for you”, il preesistente claim “con meno del 10% di grassi” con l’indicazione “solo 10 % di grassi”. Entro il medesimo termine, sarà modificata anche l’informativa dedicata sul sito aziendale ivi riproducendosi la confezione rinnovata unitamente alla diversa dicitura di accompagnamento: “Le Contadine – Best for you – croccantissime grigliatine di cereali al formaggio con solo il 10 % di grassi”;

- ad eliminare il claim “60 % di grassi saturi in meno\*” sul fronte della confezione de “Le Contadine – 100% olio extravergine di olio d’oliva” e, conseguentemente, la dicitura di riferimento già presente a fondo confezione<sup>44</sup>. Sul retro, verrà rimosso anche l’attuale body copy<sup>45</sup>. Sul sito aziendale, verrà riprodotta la confezione rinnovata eliminandosi altresì la dicitura “*un olio ricco di vitamine e proveniente da un’unica spremitura di olive, quindi puro*”.

Dal retro della confezione del prodotto Le contadine Sapore fatte a mano verrà eliminato l’analogo claim nutrizionale comparativo sui grassi saturi<sup>46</sup> per essere sostituito dalla dicitura “*Le contadine Stile fatte a mano sono cotte lentamente e delicatamente in olio extravergine di oliva con una tecnologia che riproduce il sapore di una volta: quello delle chips fatte a mano*”;

- ad eliminare, dalle confezioni e dal sito aziendale, i vantì salutistici già accreditati al prodotto “Crik Crok -Gold & Blue”<sup>47</sup>;

- a sostituire, sulla confezione del prodotto LE CONTADINE FATTE A MANO, il claim “sapore FATTE A MANO” con l’ indicazione “STILE FATTE A MANO”, in cui le parole sono tutte di pari evidenza cromatica e dimensionale. La nuova confezione verrà riprodotta anche in seno alla pagina web dedicata del sito aziendale e, dall’attuale body copy verrà eliminata la dicitura “*sono come fatte a mano*”. Nella distinta pagina web (“produzione”) del sito aziendale – ov’è accessibile il video illustrativo della produzione aziendale - sarà specificato che esso si riferisce alla lavorazione *standard* delle chips.

---

<sup>44</sup> “rispetto alla linea standard Le contadine”.

<sup>45</sup> “Per rendere così buone ed uniche le patatine fritte Le Contadine abbiamo scelto di utilizzare solo l’olio migliore: l’Olio extravergine di oliva. Un olio di alto livello qualitativo che nasce solamente dalla prima spremitura, senza trattamenti chimici, con un elevato contenuto di vitamine, meno dell’1% di acidità, e con il 60% di grassi saturi in meno rispetto ad un normale olio vegetale”.

<sup>46</sup> “sono buone perché fatte come in casa: lentamente, delicatamente in olio extravergine di oliva che oltre a caratteristiche organolettiche superiori, contiene il 60 % in meno di grassi saturi rispetto ai normali oli vegetali”.

<sup>47</sup> “sono naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine (le stesse che si trovano nelle verdure) in grado di combattere i radicali liberi che causano l’invecchiamento delle cellule”.



Il professionista ha prodotto in bozza le nuove versioni grafiche del packaging rimodulato<sup>48</sup>.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**29.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo internet, in data 30 dicembre 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

**30.** Con parere pervenuto in data 30 gennaio 2015, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1 lettera b), 22, comma 2, del Codice del Consumo, sulla base di considerazioni che si riportano in sintesi.

**31.** Anzitutto, in riferimento al claim *“fatte a mano”* riservato a talune referenze, detta Autorità ha considerato che, nonostante che le stesse vengano realizzate con modalità produttive parzialmente diverse rispetto alla produzione su larga scala, *“appare comunque scorretto qualificare il prodotto come <<fatte a mano>> quando la sua produzione deve comunque ritenersi, per una parte preponderante, industriale”*, anche in base a quanto descritto nello stesso sito aziendale. Al riguardo, aggiunge che l'accoglimento della domanda di registrazione da parte dell'UIMB del marchio *“fatte a mano”*, in osservanza della normativa relativa ai diritti di proprietà intellettuale (D. lgs 10 febbraio 2005, n. 30), *“non è certamente tale da escludere l'ingannevolezza ai sensi del Codice del Consumo”*<sup>49</sup>.

**32.** Assume rilevanza, secondo detto Collegio, anche l'utilizzo dei claim *“-20% di grassi”* e *“-10 % di grassi”* ove il termine di paragone *“non è espressamente individuato o lo è con generico riferimento alla versione classica del prodotto”*. Inoltre le suddette diciture vantano una riduzione in grassi inferiore a quella minima – pari al 30 % - prevista dal Regolamento CE n. 1924/06 al fine della loro legittima spendita.

**33.** Infine, il Collegio ravvisa che l'impiego di un particolare tipo di patata

---

<sup>48</sup> Doc. 22 dell'indice del fascicolo.

<sup>49</sup> L'Autorità richiama che la sopravvenuta ingannevolezza del marchio costituisce una causa di decadenza dello stesso in base all'art. 14, comma 2, del suddetto decreto (recante *“Codice della proprietà intellettuale”*) che recita: *“[i]l marchio d'impresa decade [...] se sia divenuto idoneo ad indurre in inganno il pubblico, in particolare circa la natura, qualità o provenienza dei prodotti o servizi a causa del modo e del contesto in cui viene utilizzato dal titolare o con il suo consenso, per i prodotti o servizi per i quali è registrato”*.

(la Vitelotte) solo in ipotesi più ricca in antiossidanti e proteine – secondo quanto emerge nella documentazione prodotta dal professionista - non è tale da giustificare i vantì salutistici comunque ricollegati al prodotto.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**34.** Preliminarmente si rileva che, pur essendo diversi i rilievi oggetto di indagine e ancorchè interessino distinte referenze, le condotte attengono alla medesima categoria merceologica – le patatine fritte in busta – ed allo stesso profilo di scorrettezza, ossia le caratteristiche – nutrizionali o produttive – dei prodotti. Si ritiene, pertanto, ragionevole operare una valutazione unitaria degli stessi nell’ambito della medesima pratica commerciale relativa appunto alle modalità di promozione delle caratteristiche di prodotti congeneri.

**35.** Dall’istruttoria svolta emerge la scorrettezza – ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e 22, comma 2, del Codice del Consumo - della pratica commerciale posta in essere da Ica Foods, consistente nella diffusione, attraverso il *packaging* e nelle pagine *web* dedicate del sito *internet* aziendale *www.icafoods.it*, di messaggi pubblicitari intesi a presentare le diverse linee di *patatine fritte in busta* con specifiche indicazioni di tipo nutrizionale o salutistico, di ricetta o sul tipo di produzione, che risultano oltre che di particolare *appeal* per i consumatori - soprattutto per quelli attenti, anche per motivi di salute, ad un’alimentazione più sana - ingannevoli ed omissive.

**36.** In particolare, in relazione al prodotto “*Crik Crok - meno 20 % di grassi*” viene adottato, anche in seno alla stessa denominazione nonché sul *packaging* e sul sito aziendale, un claim nutrizionale comparativo sui *grassi* non immediatamente ed adeguatamente accostato al termine di paragone mentre l’indicazione “con meno del 10 % di grassi” - presente sul prodotto “Le Contadine – Best for you” - non rispetta i limiti quantitativi imposti, per la legittima spendita, dalla normativa comunitaria; per due referenze della linea “Le Contadine” cotte in olio extravergine di oliva (“Le Contadine-100% olio extravergine di oliva” e Le Contadine –*sapore Fatte a mano*”) viene speso enfaticamente un claim nutrizionale di tipo comparativo sui *grassi saturi* non adeguatamente accostato al termine di paragone costituito dal prodotto base della medesima linea oppure da altri prodotti – della stessa azienda o concorrenti - realizzati con oli vegetali; al prodotto “Crik Crok Gold & Blue” vengono attribuiti enfatici vantì salutistici in relazione

all'asserito contenuto di antiossidanti presenti nella materia prima utilizzata; infine, viene adottata, con notevole evidenza cromatica e dimensionale, l'indicazione *"Fatte a mano"* sull'omonimo prodotto della linea *Le Contadine*, a fronte della natura comunque industriale della relativa lavorazione.

**37.** È stato rilevato, anche alla luce delle risultanze istruttorie, che tali indicazioni e vantì non risultano, rispettivamente, coerenti alla vigente disciplina comunitaria di riferimento, inadeguatamente circostanziate o, addirittura, ingannevoli.

In merito alle distinte indicazioni, si osserva quanto segue.

#### Il claim nutrizionale sui grassi

**38.** Le indicazioni nutrizionali contenute nell'etichetta e nella presentazione pubblicitaria degli alimenti sono, come noto, disciplinate dal *Regolamento Claim* (n. 1924/2006 CE) il cui *Allegato* elenca le *"Indicazioni nutrizionali e relative condizioni di applicazione"* ammesse<sup>50</sup>. L'art. 8 precisa che *"Le indicazioni nutrizionali sono consentite solo se elencate nell'Allegato e conformi alle condizioni stabilite dal presente regolamento"*.

Nell'*Allegato* sono individuati, oltre ai claim c.d. "assoluti", in relazione allo specifico nutriente vantato<sup>51</sup>, anche alcuni *claim comparativi* generici, utilizzabili per qualsiasi sostanza nutritiva eventualmente presente nel reclamizzando alimento. Tra questi ultimi è ricompreso *"A TASSO RIDOTTO DI [nome della sostanza nutritiva]"* al cui riguardo l'*Allegato* prescrive che *"L'indicazione che il contenuto di una o più sostanze nutritive"*

---

<sup>50</sup> Nel *considerando* 8 del 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"*.

Il *considerando* 15 prevede che *"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"*.

Gli artt. 3 e 5 del Regolamento individuano i *"principi generali"* e le *"condizioni generali"* per l'utilizzo di qualsivoglia *claim* - nutrizionale o salutistico<sup>50</sup>. L'art. 5, comma 2, prevede 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"*.

<sup>51</sup> Ad es anche sui grassi o sui grassi saturi: *"A BASSO CONTENUTO DI GRASSI"*, *"A BASSO CONTENUTO DI GRASSI SATURATI"*. Tali claim possono essere apposti nella comunicazione pubblicitaria solamente se il nutriente vantato in riduzione non supera, *pro etto* di prodotto, un quantitativo ivi fissato.

*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 (...)*”.

**39.** A fronte di tale dato testuale, è evidente che l’indicazione di riduzione di grassi del (solo) 20 % vantata per l’omonimo prodotto della linea Crick Crok ancorchè veridica, risulta, in fatto, non ammessa dalla norma comunitaria poiché evidentemente “*sotto soglia*” rispetto a quella fissata per il legittimo utilizzo del claim nutrizionale. Infatti, la *ratio* della norma è evidentemente quella di veicolare al consumatore un’informazione veridica sull’effettività del beneficio (in questo caso, nutrizionale) conseguente dall’assunzione dell’alimento, evitando l’enfaticizzazione di informazioni che, proprio per il limitato vantaggio, rischiano di essere eccessivamente valorizzate dal consumatore inducendolo in errore e deviandolo da una scelta commerciale consapevole.

**40.** In ogni caso, in riferimento generico all’uso di un claim nutrizionale comparativo, l’Autorità ha più volte ribadito che, al fine di veicolare un’informazione trasparente e completa al consumatore, occorre che venga puntualmente individuato - nel medesimo spazio visivo e in stretta contiguità, adottando la medesima evidenza grafica o sonora, a seconda del supporto utilizzato - il termine di raffronto preso in considerazione dal professionista, che può essere sia la versione “tradizionale” del medesimo alimento sia un prodotto dello stesso genere commercializzato da altri professionisti<sup>52</sup>.

Nel caso in esame, invece, come già riportato, il *frontpack* del prodotto vanta la riduzione percentuale di nutriente in grandissima evidenza rinviando, solo tramite un piccolo asterisco, il chiarimento del termine di paragone (“*rispetto le chips standard Crick Crok*”) al fondo della confezione e utilizzando caratteri a malapena visibili. Tale prospettazione non permette al consumatore di comprendere appieno quale sia il contenuto reale di nutriente presente nel prodotto e genera un effetto confusorio con i claim cd “assoluti”, inducendo in errore i futuri acquirenti sull’effettiva portata nutrizionale del medesimo prodotto.

**41.** È evidente, dunque, che la detta informazione sulla riduzione di grassi non è consentita in base alla richiamata norma comunitaria, né viene

---

<sup>52</sup> Cfr. provv. n. 24031 del 31 ottobre 2012, PS8282 - *COLUSSI-MISURA RIDOTTA PERCENTUALE DI GRASSI*, in Boll. n. 45/12; provv. n. 24032 del 31 ottobre 2012, PS 8283 - *GALBUSERA – MENO GRASSI*; provv. n. 24080 del 28 novembre 2012, PS/8333 - *BALOCCHO VITA MIA! CON MENO GRASSI*, in Boll. n. 48/12; provv. n. 24447 del 10 luglio 2013, PS8692 - *COCCODÌ-OVO LIGHT SENZA COLESTEROLO*, in Boll. n. 29/13.

trasparentemente resa al consumatore risultando, altresì, ingannevole in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

**42.** A fronte delle evidenze fornite al riguardo da Ica Foods (soprattutto il quantitativo di nutriente effettivamente recato, pro etto, dal prodotto pari a 9,8 gr.), appare, altresì, ingannevole l'indicazione **“meno del 10 % di grassi”** presente nei messaggi diffusi per *Le Contadine – Best for you*. Tale claim - anche sulla base di quanto espressamente indicato dal professionista - è di tipo “assoluto”, in quanto volto a rendere informazioni sul contenuto di grassi nel prodotto in sé (e non a comparazione con altri prodotti). Esso pure, quindi, resta assoggettato alla disciplina contenuta nell'*Allegato al Regolamento Claim* il quale prevede, al fine della spendibilità di claim sul contenuto di *grassi*, condizioni assai stringenti: in particolare, per quella relativa al ridotto contenuto di grassi di un alimento, occorre che il prodotto reclamizzato contenga *pro etto*, **“non più di 3 gr. di grassi”** per vantare l'indicazione **“A BASSO CONTENUTO DI GRASSI”**.

Appare, pertanto, evidente che la dicitura utilizzata dal professionista - *avente lo stesso significato, per il consumatore*, di quella indicata nell'*Allegato* - risulta in violazione della disciplina comunitaria a fronte del (ben maggiore) quantitativo di nutriente recato dalla referenza in esame.

Risulta inconferente la modifica proposta dall'azienda di cambiare il claim contestato con l'espressione “con solo il 10 % di grassi” in quanto essa non vale a superare i suddetti limiti di quantità fissati dall'*Allegato*.

**43.** Quanto alla confezione del prodotto “Le Contadine - “100% olio extravergine di oliva”, appare, invece, scorretta ed omissiva la compresente indicazione nutrizionale sui *grassi saturi* che afferma – con grandissima enfasi cromatica e dimensionale - una riduzione percentuale molto alta (60%) di tali nutrienti che è in grado, da sé sola, di esercitare una forte suggestione (e attrazione) dei consumatori circa l'apporto nutrizionale in sé per sé del prodotto.

La presenza del piccolo asterisco – che rinvia, solo a fondo confezione alla dicitura **“rispetto alla versione standard de Le Contadine”** in caratteri minutissimi - non è sufficiente a dare specifica contezza al consumatore che si tratta, in realtà, di un claim comparativo e non di un claim assoluto sui grassi saturi per il quale, peraltro, il richiamato *Allegato* prescrive criteri assai stringenti per un uso consentito<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Il claim assoluto previsto per tali nutrienti è “A BASSO CONTENUTO DI GRASSI SATURI”, per il quale è ivi prescritto che: “L'indicazione che un alimento è a basso contenuto di grassi saturi e ogni altra indicazione che può avere lo stesso significato per il consumatore sono consentite solo se la somma degli acidi grassi saturi e degli acidi grassi trans contenuti nel prodotto non supera 1,5 g/100 g per i solidi o

L'effetto ingannevole – e confusorio - per il consumatore derivante da tale prospettazione risulta, altresì, rafforzato dal carattere “variabile” della comparazione connessa alla suddetta percentuale di riduzione di grassi saturi in quanto, anche nella stessa confezione – sul lato – e nel sito aziendale, risulta compresente un paragone non tra prodotti ma tra ingredienti, ossia tra l'olio extravergine di oliva, presente nella referenza reclamizzata, ed i “normali oli vegetali” con cui vengono cotte altre – e non meglio specificate -chips<sup>54</sup>. E' evidente che, in tal modo, il raffronto non viene operato tra prodotti adeguatamente congeneri – come impone la norma comunitaria – bensì indebitamente spostato sugli ingredienti e tra ingredienti<sup>55</sup>.

Nelle proprie difese, sul punto, il professionista afferma e documenta che detta percentuale di riduzione di grassi saturi è comunque fedelmente rispettata anche in seno al confronto della referenza Le Contadine, qui all'esame, con altra referenza aziendale (*chips standard Crik Crok*) e anche altro prodotto di un concorrente, cotti entrambi “*con normali oli vegetali*”<sup>56</sup>. Tuttavia, di tale puntuale comparazione – e, soprattutto, dei relativi prodotti e valori di riferimento – non è data contezza alcuna al consumatore né sul *packaging* attenzionato e né sul sito aziendale.

**44.** Ne consegue che anche il claim sulla riduzione di grassi saturi non è modulato in coerenza alla vigente normativa comunitaria né viene perspicuamente trasmesso al consumatore risultando, altresì, ingannevole in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del Codice del Consumo.

---

*0,75 g/100 ml per i liquidi; in entrambi i casi la somma degli acidi grassi saturi e acidi grassi trans non può corrispondere a più del 10% dell'apporto energetico”.*

<sup>54</sup> Come si è detto supra, *sub* evidenze acquisite, a lato della confezione “Le Contadine - “100% olio extravergine di oliva” è presente la dicitura “Per rendere così buone ed uniche le patatine fritte Le Contadine abbiamo scelto di utilizzare solo l'olio migliore: l'Olio extravergine di oliva. Un olio di alto livello qualitativo che nasce solamente dalla prima spremitura, senza trattamenti chimici, con un elevato contenuto di vitamine, meno dell'1% di acidità, e con il 60% di grassi saturi in meno rispetto ad un normale olio vegetale”. Analoga descrittiva è reiterata sul retro della confezione del Le Contadine sapore Fatte a mano.

<sup>55</sup> L'art. 9 del Regolamento Claims, all'art. 9 ( *Indicazioni comparative*) recita: - 1. 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. 2. 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.

<sup>56</sup> Vedasi supra, *sub* Le evidenze acquisite/le caratteristiche tecniche dei prodotti (parag. 21).

### I claim salutistici

**45.** Scorretto, altresì, è l'utilizzo in seno alla presentazione commerciale delle *chips* “*Crik Crok - Gold & Blue*” del claim “*sono naturalmente ricchissime di antiossidanti e proteine (le stesse che si trovano nelle verdure) in grado di combattere i radicali liberi che causano l'invecchiamento delle cellule*” in quanto operato in elusione delle prescrizioni dettate dal Regolamento n. 1924/06, in relazione alle indicazioni sulla salute<sup>57</sup> apponibili alla presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari.

**46.** Come noto, la suddetta normativa (artt. 10, 13 e 14) ha individuato e disciplinato indicazioni salutistiche di diversa tipologia e, per garantire che esse risultino “*veritiere, chiare, affidabili e utili ai consumatori*”, ha definito agli artt. 13 e ss. una scandita procedura di autorizzazione da parte della Commissione Europea con la collaborazione scientifica dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare-EFSA, chiamata a rendere pareri mirati sulla base di evidenze scientifiche acquisite<sup>58</sup>.

**47.** Giova richiamare che le indicazioni salutistiche devono essere basate su prove scientifiche generalmente accettate<sup>59</sup> e, in base all' art. 10, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1924/2006, possono essere utilizzate solo ove siano state autorizzate dalla Commissione ed incluse in un apposito elenco. Questo è stato formalizzato ed allegato al Reg. n. 432/2012<sup>60</sup> (in vigore dal 14 dicembre 2012) recante 222 indicazioni salutistiche ex art. 13, parag. 1, autorizzate, il cui uso è consentito solo in esito al rispetto dei *wordings* e delle annesse condizioni d'uso ivi prescritte (incluse eventuali restrizioni).

**48.** Ciò premesso, va osservato che il claim salutistico accreditato al prodotto in esame non risulta essere stato autorizzato ai sensi del Regolamento CE n. 1924/06 e non è contemplato nel suddetto elenco di cui al Reg. n. 432/2012 né in riferimento alle “*proteine*” e nemmeno in riferimento agli “*antiossidanti*”.

---

57 Il Regolamento definisce come indicazione salutistica da “qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda l'esistenza di un rapporto tra un categoria di alimenti, un alimento o uno dei suoi componenti e la salute”.

58 L'opinione tecnica dell'EFSA ha costituito il riferimento più puntuale, durante la procedura e prima dell'approvazione della Commissione, per accertare la correttezza, nel senso dell'adeguato fondamento scientifico, dei *claim* utilizzabili dagli operatori alimentari (L'assunto è già stato precisato dall'Autorità nel caso PS5595 *PASTARISO SCOTTI- ATTIVA* - Delibera in data 1° dicembre 2010, n. 21851, in Boll. n. 47/2010- e confermato da Tar Lazio, Sez. I, sentenza 3 luglio 2012, n. 6047).

59 Articolo 6, paragrafo 1, e articolo 13, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 1924/2006.

60 REGOLAMENTO (UE) N. 432/2012 DELLA COMMISSIONE del 16 maggio 2012 *relativo alla compilazione di un elenco di indicazioni sulla salute consentite sui prodotti alimentari, diverse da quelle facenti riferimento alla riduzione dei rischi di malattia e allo sviluppo e alla salute dei bambini.*

**49.** Ica Foods accredita direttamente alle *chips Gold & Blue* il claim salutistico utilizzato sulla base della “naturale presenza” di antocianine in seno alla tipologia di patata “Vitelotte” impiegata in tale produzione. Al riguardo va, in primo luogo, osservato che il professionista non rende alcuna evidenza o studio che attesti effettivamente la presenza e il contenuto di *antocianine* nel prodotto finito nonostante che esso, com’è ovvio, risulti da una “trasformazione” della materia prima in esito all’ esposizione ad anche molto alte temperature di cottura.

**50.** Inoltre, ad oggi, non esiste ancora un’acclarata convergenza della comunità scientifica circa il sicuro ottenimento dei tali benefici per la salute in esito al consumo di alimenti recanti naturalmente antocianine: l’assunto è dichiarato e documentato dallo stesso professionista<sup>61</sup> che, peraltro, non produce alcuna sperimentazione mirata al proprio prodotto e si limita a trasmettere, a conforto del suggestivo claim utilizzato, solo materiale informativo generico - estratto variamente da siti internet non istituzionali e nè accademici - e non avente, comunque, carattere di rigore scientifico.

**51.** Pertanto, e atteso che, in tal modo, il professionista finisce per attribuire al suo prodotto caratteristiche ed effetti salutistici che non possiede, il messaggio appare idoneo a sviare i consumatori da una scelta commerciale consapevole: esso risulta, quindi, scorretto ai sensi dell’art. 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

#### L’indicazione “Fatte a mano”

**52.** L’enfasi grafica dell’indicazione “*fatte a mano*” – utilizzata anche a denominazione della referenza della linea Le Contadine e che campeggia a integrale copertura del *frontpack* su incarto di foggia e colore decisamente rustici – è immediatamente idonea a trasmettere la convinzione del carattere interamente *artigianale* della relativa lavorazione che, com’è evidente, risulta suggestivamente preferibile, per i consumatori, rispetto al trattamento industriale. Diversamente da quanto sostiene il professionista, la parola “*sapore*” – ancorchè giustapposta alla dicitura - non è tale da spostare tale suggestione esclusivamente sulle caratteristiche organolettiche del prodotto finale anche per via delle più ridotte dimensioni.

**53.** È di assoluta evidenza che tale indicazione resta, in fatto, smentita non solo dalla natura giuridica dell’azienda (Ica Foods S.p.a. non risulta essere

---

<sup>61</sup> Vedi supra, paragrafi 21e All.ti D/1, D/2, D/3, D/4, D/5, D/7 al Doc. 9 dell’indice del fascicolo.



registrata come impresa artigiana, in base alla visura camerale), ma anche dalle stesse dichiarazioni rese dal professionista circa la natura comunque industriale della produzione delle *chips fatte a mano*, nonostante l'asserito maggiore apporto di manodopera. Inoltre, la società non rende alcuna evidenza documentale circa la reale diversificazione dell'impianto e della procedura utilizzati rispetto al procedimento standard – del tutto meccanizzato e su vasta scala – di lavorazione in uso per le diverse tipologie di chips commercializzate, così come illustrati nel video dedicato sul sito aziendale.

**54.** Pertanto, alla luce delle evidenze acquisite, il *claim*, così com'è, resta sostanzialmente non veritiero e idoneo a sviare il consumatore da una consapevole scelta commerciale inducendolo a ritenere che le *chips* “sapore FATTE A MANO” siano un prodotto di tipo artigianale laddove, in realtà, - e come ha spiegato il professionista nelle sue difese - esso ricalca solo lo “stile” artigianale, pur avendo una lavorazione industriale. Precisazione questa che, all'atto, viene omessa e, pertanto, non può essere percepita chiaramente dai consumatori.

**55.** Il fatto, poi, che il claim in discorso costituisca anche un marchio registrato non esclude, in ogni caso, la valutazione di ingannevolezza *ex se* della dicitura, per i motivi sovra esposti, alla luce del fatto che il “marchio” rientra espressamente nella varia tipologia di “etichetta” ed “etichettatura” definita dal vigente Regolamento CE del 25 ottobre 2011, n. 1169/2011 *relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*<sup>62</sup> e , pertanto, al pari delle altre informazioni rese nella pubblicità e nella presentazione degli alimenti, non deve indurre in errore, tra altro, anche “*sul metodo di fabbricazione o di produzione*” del prodotto (art. 7-*Pratiche leali d'informazione*)<sup>63</sup>.

---

<sup>62</sup> Reg. (CE) 25 ottobre 2011, n. 1169/2011. REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO 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. In particolare, l'art. 2 (che reca l'elenco delle definizioni ai fini del Regolamento) individua quale “etichetta” “qualunque marchio commerciale o di fabbrica, segno, immagine o altra rappresentazione grafica scritto, stampato, stampigliato, marchiato, impresso in rilievo o a impronta sull'imballaggio o sul contenitore di un alimento o che accompagna detto imballaggio o contenitore” (comma 2, lettera i). Individua, altresì, come “etichettatura” “qualunque menzione, indicazione, marchio di fabbrica o commerciale, immagine o simbolo che si riferisce a un alimento e che figura su qualunque imballaggio, documento, avviso, etichetta, nastro o fascetta che accompagna o si riferisce a tale alimento” (comma 2, lettera j).

<sup>63</sup> Articolo 7

1. Le informazioni sugli alimenti **non inducono in errore, in particolare:**

**56.** Pertanto, l'indicazione risulta scorretta ai sensi degli artt. 21, comma 1, lettera b), e 22 del Codice del Consumo.

**57.** In merito alla contrarietà alla diligenza professionale della condotta, non si riscontra nel caso di specie, da parte di Ica Foods il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista e al settore di mercato in cui opera, quello alimentare. Difetta, infatti, nelle scelte operate dall'azienda, la cautela necessaria nell'utilizzo, in primo luogo, di indicazioni nutrizionali e vantì di natura salutistica - per i quali la Parte avrebbe dovuto osservare la stringente disciplina comunitaria di cui ai Regolamenti CE n. 1924/06 e n. 432/12 - ed in secondo luogo di indicazioni di artigianalità più opportunamente modulate.

Il professionista ha, invece, predisposto e diffuso messaggi promozionali incentrati sull'utilizzo di claim nutrizionali comparativi inadeguatamente prospettati, di claim salutistici non autorizzati nonché di vantì di artigianalità stridenti con la natura industriale della produzione: ciò allo scopo accreditare alle proprie referenze virtù nutritive, effetti benefici mirati e un carattere di produzione "casalinga" che ad esse non possono riconoscersi, con ciò pregiudicando una consapevole ed avveduta scelta commerciale dei consumatori.

Pertanto, le suddette condotte risultano contrarie all'art. 20 del Codice del Consumo.

---

a) **per quanto riguarda** le caratteristiche dell'alimento e, in particolare, la natura, l'identità, le proprietà, la composizione, la quantità, la durata di conservazione, il paese d'origine o il luogo di provenienza, **il metodo di fabbricazione o di produzione;**

b) attribuendo al prodotto alimentare effetti o proprietà che non possiede;

c) suggerendo che l'alimento possiede caratteristiche particolari, quando in realtà tutti gli alimenti analoghi possiedono le stesse caratteristiche, in particolare evidenziando in modo esplicito la presenza o l'assenza di determinati ingredienti e/o sostanze nutritive;

d) suggerendo, tramite l'aspetto, la descrizione o le illustrazioni, la presenza di un particolare alimento o di un ingrediente, mentre di fatto un componente naturalmente presente o un ingrediente normalmente utilizzato in tale alimento è stato sostituito con un diverso componente o un diverso ingrediente.

**2. Le informazioni sugli alimenti sono precise, chiare e facilmente comprensibili per il consumatore.**

3. Fatte salve le deroghe previste dalla legislazione dell'Unione in materia di acque minerali naturali e alimenti destinati a un particolare utilizzo nutrizionale, le informazioni sugli alimenti non attribuiscono a tali prodotti la proprietà di prevenire, trattare o guarire una malattia umana, né fanno riferimento a tali proprietà.

**4. I paragrafi 1, 2 e 3 si applicano anche: a) alla pubblicità; b) alla presentazione degli alimenti, in particolare forma, aspetto o imballaggio, materiale d'imballaggio utilizzato, modo in cui sono disposti o contesto nel quale sono esposti.**

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**58.** Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**59.** Con riguardo alla gravità della violazione, deve tenersi conto della dimensione economica del professionista Ica Foods S.p.a che è presente ormai da tempo in posizione consolidata sul mercato nazionale<sup>64</sup> e che realizza, in base ai dati dell'ultimo bilancio disponibile, un fatturato pari a oltre 51 milioni di euro.

La gravità si apprezza, per la pluralità di rilievi di scorrettezza nonché in ragione della relativa diffusione *via internet*: in tal modo, i messaggi risultano idonei a raggiungere un vasto pubblico di utenti ed hanno, verosimilmente, contribuito ai risultati di vendita dei prodotti.

**60.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che tutte le pratiche commerciali sono state poste in essere sul sito aziendale a far tempo dal 2013 e sono tuttora in corso, ad eccezione della pagina web, rimossa dal 12 settembre 2014, del prodotto "*Crik Crok meno 20 % di grassi*". Invece, la versione contestata delle confezioni, dal 2013 è tuttora in vendita: fanno eccezione *Le Contadine Best for you meno 10 % di grassi* e *Crik Crok meno 20 % di grassi* che sono fuori commercio, rispettivamente, dal gennaio 2011 e dal luglio 2013.

**61.** Sulla base di tutti tali elementi nonché tenuto conto della natura simile dei prodotti in esame costituiti da *patatine fritte in busta e snack salati*, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Ica Foods S.p.A. nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro).

---

<sup>64</sup> Al link <http://www.icafoods.it/azienda/> si legge, tra altro: "*L'Azienda, con quasi 65 anni di presenza sul mercato, produce nei suoi 2 stabilimenti di proprietà (Pomezia, Brescia), oltre 9.200 tonnellate di chips e snacks, distribuiti in 14 differenti prodotti e oltre 180 formati differenti. (...) oggi ICA FOODS è presente in più di 25 paesi del mondo, spaziando dall' Europa all'Africa e dall'estrema Asia, fino al sud dell'America. La rete di distribuzione in Italia invece, negli oltre 40 anni di sviluppo, ha raggiunto dimensioni assolutamente importanti: 80 centri di distribuzione diretta, 750 venditori in azione sul territorio nazionale e oltre 55.000 punti vendita raggiunti ogni settimana*".

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 22, comma 2, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l’adozione di informazioni contrarie alla normativa comunitaria oppure inadeguatamente rese o inveritiere, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dal professionista;

RITENUTO infine, ai sensi dell’articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, che l’azienda ha già indicato le modifiche coerenti al Codice del Consumo – e relativa tempistica di implementazione - al *packaging* di alcuni prodotti (segnatamente, per “*Le Contadine – 100% olio extravergine di oliva*”, “*Le Contadine – Sapore fatteamano*” nonché “*Crick-Crok Gold & Blue*”; vedasi *sub* parte III, punto 28);

#### DELIBERA

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

b) di irrogare alla società Ica Foods S.p.A., con riguardo alla pratica commerciale scorretta di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 €(centocinquantamila euro);

c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa di cui alle precedenti 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'art. 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'art. 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.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, 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'art. 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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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*