

## **PS10288 - CARREFOUR OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA**

Provvedimento n. 26074

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 giugno 2016;

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 il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 23 marzo 2016, con il quale, ai sensi dell'articolo 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.** GS S.p.A. – S.S.C. Società Sviluppo Commerciale S.r.l. – Diperdi S.r.l. (nel prosieguo GS S.p.A.<sup>1</sup>), in qualità di professionisti, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. Le società, aventi sede in Italia, sono tutte appartenenti al Gruppo Carrefour che opera in Italia, tramite la propria rete vendita, nella commercializzazione di generi alimentari tra cui l'olio con il marchio "Carrefour Classico".

**2.** Associazione Konsumer Italia, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

**3.** Rete Consumatori Italia, in qualità di network fra Associazioni maggiormente rappresentative degli interessi e diritti dei consumatori (Associazione CODICI, Associazione Casa del Consumatore e Associazione Assoutenti)<sup>2</sup>

### **II. LA PRATICA COMMERCIALE**

**4.** Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella commercializzazione di un olio a marchio "Carrefour Classico" con caratteristiche qualitative, in ipotesi, inferiori a quelle dichiarate.

**5.** In particolare, secondo la segnalazione dell'associazione di consumatori Konsumer Italia, pervenuta il 22 maggio 2015 ed integrata il successivo 12 novembre nonché alle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, il professionista avrebbe reso comunicazioni commerciali non veritiere sull'etichetta apposta sulle confezioni del prodotto - pubblicizzato anche sul sito aziendale [www.carrefour.it](http://www.carrefour.it)<sup>3</sup> - circa le proprietà organolettiche dell'olio, presentando lo stesso come extravergine di oliva sebbene appartenente a categoria merceologica inferiore (olio di oliva vergine).

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **1) Quadro normativo**

**6.** L'olio extravergine di oliva, per essere qualificato come tale, oltre a dover esser estratto con metodi meccanici, deve rispettare specifici parametri chimici fisici e limiti analitici [Regolamento (CEE) n. 2568/91, Regolamento di esecuzione (UE) n. 1348/2013 e Regolamento delegato (UE) n. 1830/2015]. Più precisamente, i Regolamenti (UE) nn. 1348/2013 e 1830/2015 della Commissione<sup>4</sup>, prevedono i parametri chimico - fisici unitamente ai relativi limiti analitici necessari a garantire la genuinità e la qualità dell'olio, nonché apposito esame organolettico, c.d. "*Panel-test*" la cui metodologia, criteri di valutazione, nonché gli strumenti per la valutazione sensoriale sono disciplinati in dettaglio nell'Al. XII del Regolamento (CEE) n. 2568/91 e successive modifiche. Siffatto esame, in particolare, è realizzato dai *panel* di assaggiatori riconosciuti dagli Stati membri secondo precise modalità fissate, in Italia, dal decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali del 18 giugno 2014, rubricato "*Criteri e modalità per il riconoscimento dei panel di assaggiatori ai fini della valutazione e del controllo delle caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini di cui al Regolamento (CEE) n. 2568/91, nonché per l'iscrizione nell'elenco nazionale di tecnici ed esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini*".

<sup>1</sup> [Nel presente procedimento la società GS S.p.A. è intervenuta anche per conto delle sue controllate SSC S.r.l. e DiperDi S.r.l. ]

<sup>2</sup> [Rete Consumatori Italia ha inoltrato istanza di partecipazione al presente procedimento in data 25 febbraio 2016, il cui accoglimento è stato comunicato alla Parte con nota del 2 marzo 2016.]

<sup>3</sup> [Rilevazioni compiute d'ufficio in data 12 novembre 2015]

<sup>4</sup> [che modificano il regolamento (CEE) n.2568/91 relativo alle caratteristiche degli oli d'oliva e degli oli di sansa d'oliva nonché ai metodi a essi attinenti]

**7.** Giova evidenziare che l'olio viene classificato - in funzione della "*mediana dei difetti*" e della "*mediana dell'attributo fruttato*" - in tre categorie, ossia:

- a) olio extravergine di oliva se la mediana dei difetti è pari a 0 e la mediana del fruttato è superiore a 0;
- b) olio di oliva vergine se la mediana dei difetti è superiore a 0 e inferiore o pari a 3,5 e la mediana del fruttato è superiore a 0;
- c) olio di oliva lampante se la mediana dei difetti è superiore a 3,5.

## **2) L'iter del procedimento**

### **Attività istruttoria**

**8.** In relazione alla condotta sopra descritta, in data 13 novembre 2015 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10288 nei confronti di GS S.p.A., S.S.C. Società Sviluppo Commerciale S.r.l. e Diperdi S.r.l., in tale sede è stato ipotizzato che la condotta del professionista (gruppo Carrefour) fosse suscettibile di integrare una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e tale da far ritenere che l'olio possedesse le proprietà organolettiche della categoria merceologica riportata in etichetta.

**9.** Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni in merito: alle etichette apposte sulle confezioni del prodotto; agli eventuali *spot* pubblicitari trasmessi su mezzo televisivo o radiofonico e messaggi diffusi a mezzo stampa nel corso del 2015; alle procedure adottate e ai controlli svolti per verificare la sussistenza delle qualità vantate e riportate in etichetta, nonché le relative tempistiche; al volume e valore delle vendite sul mercato italiano nel corso degli anni 2014 e 2015.

**10.** In data 10 dicembre 2015, GS S.p.A. ha fatto pervenire la risposta alla richiesta di informazioni, unitamente ad una memoria difensiva.

**11.** A seguito di specifica istanza, GS S.p.A. è stata sentita in audizione presso la sede degli Uffici in data 14 gennaio 2016.

**12.** In data 14 aprile 2016, è stato comunicato alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

### **3) Le evidenze acquisite**

**13.** La segnalazione dell'associazione di consumatori Konsumer Italia riportava gli esiti dell'indagine condotta dalla rivista mensile "*Il test*", edita da Editorialenovanta S.r.l., su alcuni oli extravergine di oliva, tra cui quello a marchio "Carrefour Classico", finalizzata a verificarne l'esatta classificazione.

**14.** Nel dettaglio, i risultati delle analisi, eseguite dal Laboratorio Chimico di Roma - Direzione interregionale per il Lazio e l'Abruzzo dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli, dietro commissione della testata giornalistica, hanno mostrato che alcuni campioni di olio sottoposto a verifica - tra cui quello contraddistinto dal lotto L026U - non erano conformi alla categoria dichiarata ("olio extravergine di oliva") atteso che il valore della mediana del difetto risultava > 0.

**15.** Inoltre, poiché da notizie di stampa è emerso che la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino avrebbe iscritto nel registro degli indagati, per i reati di cui agli artt. 515 e 517 c.p. alcuni professionisti che commercializzavano olio extravergine di oliva, gli Uffici hanno chiesto a detta Procura la trasmissione degli esiti dei *test* chimici e organolettici fatti eseguire dai N.A.S. di Torino nell'ambito delle indagini giudiziarie.

**16.** Nell'ambito della corrispondenza intercorsa con le varie Procure, è stato ricevuto un report del Comando Carabinieri per la Tutela della Salute N.A.S. di Torino contenente, tra l'altro, i rapporti di prova e i verbali di prelevamento di campioni di olio eseguiti su taluni prodotti in esame. Nello stesso documento viene dato atto che alcuni rapporti di prova degli oli sono risultati regolamentari e fra questi figura anche l'olio "Carrefour Classico".

**18.** In esito ad una richiesta di collaborazione, il N.A.S. di Torino provvedeva a trasmettere copia del rapporto di prova di un campione dell'olio "Carrefour Classico", rilasciato dal Laboratorio Chimico di Genova dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli,<sup>5</sup> relativo al lotto L27DV, che effettivamente dava conferma essere "*olio con caratteristiche organolettiche corrispondenti alla categoria "1. Olio extra vergine di oliva" ai sensi dell'Allegato del Reg. CEE 2568/1991 e successive modifiche e integrazioni*".

### **4) Le argomentazioni difensive del Professionista**

**19.** GS S.p.A. ha esposto le proprie argomentazioni difensive con memorie pervenute il 10 dicembre 2015 e il 14 gennaio 2016<sup>6</sup>, quest'ultima consegnata nel corso dell'audizione tenutasi lo stesso giorno.

---

<sup>5</sup> [Cfr. doc. n.43]

<sup>6</sup> [Cfr. doc. n.23 Trattasi delle osservazioni rilasciate dal Consulente Tecnico di Parte sulla fattispecie in esame. Quest'ultimo, in particolare, in relazione all'esame eseguito dal laboratorio chimico delle dogane sul campione di olio "Carrefour Classico", esprime dubbi circa l'idoneità del campione sottoposto alle indagini analitiche, in quanto la documentazione resa disponibile dalla rivista "Il test" non consente di assumere alcuna contezza se le modalità di campionamento osservate da chi ha eseguito le attività di prelievo siano avvenute conformemente o meno a quanto previsto dalla normativa comunitaria di riferimento (All.1 bis del Reg. CEE 2568/91). Viene,

**20.** Nella sua rappresentazione dei fatti, il professionista ha escluso l'ingannevolezza delle comunicazioni commerciali rese sull'etichetta dell'olio extravergine di oliva "Carrefour Classico". In particolare, la Parte, con riferimento alle analisi eseguite su commissione della rivista "Il Test", ha preliminarmente messo in evidenza l'impossibilità di accertare se il campionamento sia stato curato nel rispetto della procedura prevista dalla normativa vigente, evidenziando come non fosse nota la modalità di conservazione dell'olio dalla data di acquisto al momento delle analisi e rammentando che il legislatore ha previsto un meccanismo complesso e articolato di valutazione dell'olio nella consapevolezza che trattasi di prodotto estremamente delicato<sup>7</sup>.

**21.** Nel merito, GS S.p.A., allegando documentazione probatoria, fa presente che Monini<sup>8</sup> ha fornito analisi chimiche complete sul lotto de quo che attestano la piena regolarità del prodotto, eseguite sia sulle materie prime in data 26 giugno 2014, antecedente all'imbottigliamento (2 luglio 2014), sia sulla massa finale di olio extravergine destinato al confezionamento. Inoltre anche le analisi chimiche effettuate da Chemiservice (Laboratorio incaricato da Monini) in data 7 maggio 2015 sul contro campione dello stesso lotto, messo a disposizione dal fornitore, nonché la valutazione organolettica eseguita dal Gruppo Panel AMEDOO - comitato d'assaggio riconosciuto dal MIPAF, hanno confermato che si tratta di olio extravergine di oliva<sup>9</sup>.

**22.** Inoltre, il professionista, nell'illustrare le procedure e i controlli in atto sui propri prodotti per verificare la sussistenza delle qualità vantate in etichetta, fa osservare che, dal 2011 al 2015, sono stati eseguiti, come da contratto, i controlli dal laboratorio Chemiservice in cui opera il citato Gruppo Panel AMEDOO (15 rapporti di prova con valutazione organolettica secondo Regolamento e analisi complete più un ulteriore rapporto con sola valutazione organolettica del laboratorio chimico merceologico della CCIAA di Savona, riconosciuta dal MIPAF) tutti risultati pienamente conformi ai limiti di legge<sup>10</sup>, precisando, pure, che tutti i controlli sono stati eseguiti su campioni prelevati presso i punti vendita, quindi su confezioni che hanno subito il fisiologico stress delle fasi logistiche e di commercializzazione. Detti controlli e i relativi esiti hanno confermato che si tratta di olio extravergine di oliva e in nessun caso le analisi chimiche hanno evidenziato parametri oltre i limiti di legge.

**23.** Viene fatto notare, poi, che tra il 2011 e il 2015 sono stati eseguiti prelievi e campionamenti da parte degli organi di controllo (Mipaf, Nas Asl) presso vari punti della rete commerciale del gruppo Carrefour, che non hanno mai dato luogo ad anomalie o esiti di non conformità<sup>11</sup>.

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

**24.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 5 maggio 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 7 giugno 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che tale mezzo è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a incidere sul suo comportamento.

#### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**26.** Il presente procedimento è incentrato sulla presunta ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva" apposta sull'etichetta del prodotto, pubblicizzato anche sul sito *internet* [www.carrefour.it](http://www.carrefour.it).

**27.** Dall'esame complessivo della documentazione agli atti, tuttavia, non emergono elementi tali da supportare l'ipotesi che siano state pubblicizzate con l'indicazione di "olio extra vergine" partite di olio che non ne avevano invece i requisiti.

---

*altresi, fatto osservare il mancato rispetto della procedura disciplinata dal medesimo Regolamento che riconosce alla Parte contestata la possibilità di ottenere la ripetizione della prova analitica che è causa di irregolarità. Infine, evidenzia che, nella fattispecie in esame, la valutazione organolettica è l'unico parametro risultato irregolare e che mancherebbe l'analisi spettrofotometrica nell'ultravioletto (All. IX al Reg. CE 2568/91 e s.m.) – normalmente eseguita per avere un quadro completo sulla qualità del prodotto – che avrebbe fornito indicazioni piuttosto univoche circa lo stato di conservazione dell'olio.]*

<sup>7</sup> *[Ad esempio, il professionista fa notare che "il metodo del panel test e cioè la valutazione organolettica prevista dall'articolo 2 del Regolamento 2568/1991 e successive modificazioni, in caso di esito negativo deve essere ripetuta in doppio da due comitati d'assaggio tra quelli riconosciuti con D.M. MIPAF (oggi D.M. n.1334 del 28.2.2012) per garantire una maggiore oggettività (v.allegato 12 del Reg. 2568/91), mentre nel caso di specie non si ha evidenza che sia stata effettuata la ripetizione della valutazione organolettica sul prodotto interessato; inoltre, i difetti rilevabili da una valutazione organolettica, così come alcuni indici chimici, potrebbero essere legati non necessariamente alla qualità delle olive bensì alle condizioni di conservazione dell'olio in tutte le fasi, ivi compresa la sua detenzione dopo l'acquisto..."]*

<sup>8</sup> *[Produttore e fornitore dell'olio commercializzato con il marchio "Carrefour Classico".]*

<sup>9</sup> *[Cfr doc. n.14 – Memoria presentata da Carrefour in data 10 dicembre 2015 (all.n.4 P)]*

<sup>10</sup> *[Cfr doc. n.14 – Memoria presentata da Carrefour in data 10 dicembre 2015 (all.n.3 D)]*

<sup>11</sup> *[Cfr doc. n.14 – Memoria presentata da Carrefour in data 10 dicembre 2015 (all.n.3 E)]*

Con riguardo ai test fatti eseguire dalla rivista "Il Test", su un campione riferibile al lotto L026U, si osserva che gli stessi non appaiono idonei a fondare la scorrettezza della pratica, dal momento che non assicurano la riconducibilità certa del campione analizzato al marchio di olio del professionista.

Invero, le preliminari operazioni di prelievo sono state effettuate da un soggetto privato privo di poteri di certificazione (la rivista "Il Test"), senza il rispetto delle procedure normativamente previste e con riguardo ad una pluralità di campioni prelevati, talché la possibilità di una errata attribuzione del campione al professionista non può essere esclusa.

**28.** Diversamente, le analisi fatte svolgere dalla Procura di Torino, su un campione riferibile al lotto L27DV, risultano della massima attendibilità, in quanto sia le operazioni di prelievo che le successive analisi sono state effettuate da soggetti pubblici, preposti a tali tipo di controlli (N.A.S./Agenzia delle Dogane e dei Monopoli)<sup>12</sup>, che hanno attestato ogni singola fase procedurale, dal prelevamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute.

Sulla base degli esiti di tali analisi su campioni di olio "Carrefour Classico", acquisiti nell'ambito di analisi giudiziarie, emerge che tale prodotto corrisponde alla categoria "olio extravergine di oliva" dichiarata in etichetta.

**29.** Vanno, inoltre, considerati gli elementi di prova documentale forniti dal professionista in ordine alle procedure e agli esiti dei controlli periodici eseguiti, in generale, sul prodotto in questione e, nello specifico, sul lotto in questione, che confermano la veridicità delle comunicazioni commerciali rese dal professionista sull'etichetta dell'olio "Carrefour Classico".

**30.** Alla luce delle predette considerazioni, la pratica commerciale non risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b) e 22 del Codice del Consumo nella misura in cui, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, non sono emersi elementi in ordine all'ingannevolezza della categoria merceologica "olio extravergine di oliva", riportata sull'etichetta delle confezioni e sul sito aziendale [www.carrefour.it](http://www.carrefour.it).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame non costituisce, limitatamente ai profili oggetto di valutazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 22 del Codice del Consumo;

#### DELIBERA

che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società GS S.p.A., S.S.C Società Sviluppo Commerciale S.r.l. e DiperDi S.r.l. (Gruppo Carrefour), non costituisce, limitatamente ai profili oggetto di valutazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 22 del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione.

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

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 comunicazione 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*

---

<sup>12</sup> [Cfr. documento n.42]