

## **PS10285 - PIETRO CORICELLI OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA**

Provvedimento n. 26072

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.** Pietro Coricelli S.p.A. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, opera, tra l'altro, nella commercializzazione di olio con il marchio omonimo e nell'esercizio 2015 ha realizzato un fatturato pari a circa 107 milioni di euro<sup>1</sup>.

**2.** Konsumer Italia, nella qualità di associazione dei consumatori; Rete Consumatori Italia, *network* di associazioni dei consumatori.

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

**3.** Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella commercializzazione di un olio con caratteristiche qualitative inferiori a quelle dichiarate.

**4.** In particolare, secondo la segnalazione dell'associazione di consumatori Konsumer Italia, pervenuta il 21 maggio 2015 ed integrata il successivo 12 novembre e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo (rilevazioni *internet* compiute d'ufficio il 12 novembre 2015), il professionista avrebbe reso comunicazioni commerciali non veritiere, sull'etichetta apposta sulle confezioni del prodotto, circa le proprietà organolettiche dell'olio, presentando lo stesso come extravergine sebbene appartenente a categoria merceologica inferiore (olio di oliva vergine).

**5.** Ciò premesso, la pratica commerciale oggetto del presente procedimento investe la possibile ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto e riportata sul sito *internet* del professionista<sup>2</sup>.

### **II. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **1) Il 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 [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>3</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'All. 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*".

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

---

<sup>1</sup> [Cfr. doc. 44, allegato 45]

<sup>2</sup> [Cfr. doc. 5.]

<sup>3</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.]

- 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. PS10285 nei confronti di Pietro Coricelli S.p.A.. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta del professionista 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.** Il professionista ha presentato memorie in data 17 dicembre 2015, il 16 marzo 2016 e il 4 maggio 2016.

**10.** Il 17 novembre 2015 è stata effettuata una richiesta di informazioni a Editoriale Novanta S.r.l., che ha risposto il 20 novembre 2015. Il 22 dicembre 2015 è stata effettuata una richiesta di informazioni alla procura di Torino, riscontrata il 15 gennaio 2016, e in data 19 gennaio 2016 alla Procura di Spoleto, che ha risposto in data 15 febbraio 2016.

**11.** Il 25 febbraio 2015 Rete Consumatori Italia ha presentato istanza di partecipazione al presente procedimento, accolta con comunicazione del 3 marzo 2016.

**12.** A seguito di specifiche istanze, la Parte ha avuto accesso agli atti del procedimento il 19 novembre 2015 e il 31 marzo 2016.

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

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

**14.** 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 Pietro Coricelli, finalizzata a verificarne l'esatta classificazione. Nel dettaglio, i risultati delle analisi, eseguite dal Laboratorio Chimico di Roma, Direzione interregionale per il Lazio e l'Abruzzo delle Agenzie 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 43516006 TMC 31.01.2016, imbottigliato il 17 dicembre 2014, non erano conformi alla categoria dichiarata ("olio extravergine di oliva") atteso che il valore della mediana del difetto risultava  $> 0^4$ .

**15.** Inoltre, poiché da notizie di stampa è emerso che la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino aveva iscritto nel registro degli indagati, per i reati di cui agli artt. 515 e 517 c.p., alcuni professionisti che commercializzano olio extravergine di oliva, gli Uffici hanno chiesto a detta Procura informazioni in merito alle indagini giudiziarie in corso.

**16.** In data 15 gennaio 2016 la Procura inviava una nota in cui segnalava di aver trasmesso alle Autorità giudiziarie competenti per territorio alcuni procedimenti<sup>5</sup>. Contattata, pertanto, la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Spoleto, quest'ultima trasmetteva agli Uffici, in data 15 febbraio 2016, una nota con allegati gli esiti dei test chimici e organolettici eseguiti dai N.A.S. di Torino su richiesta della Procura. I risultati di dette analisi, realizzate il 13 agosto 2015, su campioni del prodotto prelevati da bottiglia originale in vetro scuro con tappo sigillato, etichetta "Pietro Coricelli 1939 olio extravergine di oliva", lotto 51333000, TMC 30.06.2016, imbottigliato il 13 maggio 2015, attestano che l'olio presenta caratteristiche organolettiche corrispondenti alla categoria "olio di oliva vergine"<sup>6</sup>.

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

**17.** Nelle memorie depositate nel corso del procedimento il professionista ha, in primo luogo, escluso fermamente l'ingannevolezza della dicitura "extravergine di oliva" dell'olio a marchio Pietro Coricelli, evidenziando che il medesimo è sottoposto a verifiche e controlli interni rigorosi prima dell'imbottigliamento, durante il processo di fabbricazione, etichettatura e commercializzazione<sup>7</sup>.

**18.** In secondo luogo, il professionista ha prodotto copia di un rapporto di prova effettuato dai propri laboratori di analisi, avente esito favorevole su un olio appartenente al medesimo lotto 43516006 di quello oggetto di campionamento da parte di Editorialenovanta e di analisi ad opera del laboratorio chimico di Roma delle Agenzie delle Dogane e dei Monopoli.

Il professionista ha sollevato numerose contestazioni in merito alle procedure utilizzate per tali ultime analisi, che sarebbero state effettuate in palese violazione della vigente normativa, evidenziando, in particolare, la mancanza di

---

<sup>4</sup> [Doc. 4, 11 e 20.]

<sup>5</sup> [Doc. 22]

<sup>6</sup> [Doc. 29.]

<sup>7</sup> [Doc 20 e 44.]

informazioni circa la provenienza del prodotto analizzato e la prova che lo stesso fosse effettivamente un olio a marchio Pietro Coricelli, il mancato rispetto delle regole di campionamento, di conservazione del campione, nonché la mancata indicazione della data di campionamento<sup>8</sup>.

Inoltre, ha rappresentato che Altroconsumo, analizzando un diverso lotto della medesima tipologia di olio, ha riscontrato la natura extravergine del medesimo<sup>9</sup>.

**19.** Con riferimento alle analisi realizzate a seguito del campionamento operato dai N.A.S. di Torino nell'ambito delle indagini giudiziarie sul lotto 51333000, il professionista osserva che sebbene le analisi includano la descrizione del campione nei termini di legge, questi non sono stati inviati al laboratorio per le analisi entro 5 giorni.

Peraltro, il professionista ha prodotto un rapporto di analisi di un laboratorio esterno, denominato Chemiservice e certificato Accredia, eseguito il 4 maggio 2015 (prima dell'imbottigliamento), su campioni di prodotto tratti dallo stesso lotto 51333000 oggetto delle analisi fornite della Procura di Spoleto, che classifica l'olio come extravergine (mediana del difetto pari a 0 e mediana del fruttato pari a 2,3). Tali analisi sono state commissionate dallo stesso professionista, che ha curato il prelevamento e campionato il prodotto<sup>10</sup>.

**20.** Il professionista, infine, contesta, più in generale la validità di un giudizio di non conformità fondato unicamente sui risultati delle prove organolettiche, che sarebbero caratterizzate da un notevole grado di soggettività.

**21.** Con riferimento alla durata della condotta, il professionista osserva che la stessa, se riferita al solo lotto 51333000 oggetto delle analisi fornite della Procura della repubblica presso il Tribunale di Spoleto, dovrebbe limitarsi a 7 mesi, in quanto tale lotto è stato imbottigliato il 13 maggio 2015 ed è stato ritirato dal commercio il 30.12.2015, sebbene la sua scadenza sarebbe stata nel giugno 2016<sup>11</sup>.

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

**22.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, 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 il consumatore, sollecitato dalle comunicazioni commerciali dell'olio di oliva qualificato come extra vergine diffuse tramite internet e condizionato dalle informazioni non veritiere poste sull'etichettatura del prodotto riguardo alle sue caratteristiche organolettiche, potrebbe poi effettivamente aderire all'acquisto del prodotto pubblicizzato, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

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

**23.** Il presente procedimento è incentrato sulla presunta ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto Pietro Coricelli e riportata sul sito internet del professionista.

**24.** In via preliminare, con riguardo alle analisi fatte eseguire per conto della rivista "*Il Test*", su un campione riferibile al lotto 43516006 TMC 31.01.2016, si osserva che le stesse non appaiono idonee 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 operazioni di prelievo sono state effettuate da un soggetto privato privo di poteri di certificazione (ossia da Editorialenovanta S.r.l.), 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. Pertanto, tali elementi probatori non sono sufficienti a fondare un giudizio di scorrettezza della pratica commerciale in esame.

**25.** Diversamente, le analisi fatte svolgere dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino, su un campione riferibile al lotto 51333000 TMC 30.06.2016, 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), 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 a marchio Pietro Coricelli, acquisiti nell'ambito di analisi giudiziarie, emerge che tale prodotto non corrisponde alla categoria "olio extravergine di oliva" dichiarata in etichetta trattandosi, invece, di olio vergine di oliva.

**26.** Con riguardo al rapporto di prova prodotto dal professionista che si riferisce al medesimo lotto 51333000 oggetto di analisi commissionate dalla Procura, occorre rilevare che lo stesso non appare idoneo a confutare il sopracitato accertamento in quanto – non diversamente dagli esiti delle analisi fatte eseguire dalla rivista "*Il Test*" – risultano

---

<sup>8</sup> [Doc. 20 e 44.]

<sup>9</sup> [Doc. 44, all. 43.]

<sup>10</sup> [Doc. 44, allegati 40, 41, 42]

<sup>11</sup> [Doc. 44 all. 39]

commissionati da un soggetto non terzo - il professionista stesso - ad un laboratorio chimico certificato che si è limitato ad analizzare il campione ad esso sottoposto sulla base di riferimenti indicati dal professionista stesso, che, peraltro, non ha dato conto delle modalità di prelevamento e campionamento. Pertanto, l'esito del menzionato rapporto di prova non può essere equiparato ad un accertamento effettuato ai fini di controllo e non può, dunque, inficiare la validità e la solidità delle prove trasmesse dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Spoleto ed acquisite al procedimento dell'Autorità. Né, in ogni caso, rilevano gli esiti di altri controlli effettuati su iniziativa del professionista perché realizzati su lotti differenti da quelli oggetto delle analisi fatte svolgere dalla Procura, su cui si basano le valutazioni del presente provvedimento.

**27.** Con riferimento, inoltre, alle argomentazioni della Parte riguardanti la presunta inaffidabilità delle prove organolettiche, in quanto presenterebbero risultati altamente soggettivi, si richiama quanto previsto dai citati Regolamenti comunitari, che, nello schema decisionale per la verifica della conformità di un campione di olio alla categoria dichiarata prevedono che, anche in presenza di analisi chimiche che attestano la conformità dell'olio, l'esito della prova organolettica sia sufficiente per dichiarare l'olio non conforme alla categoria dichiarata.

**28.** In via conclusiva si osserva che la categoria merceologica del prodotto è in grado di orientare le scelte di natura commerciale del consumatore, che può preferire un prodotto presentato con caratteristiche qualitative superiori ed è disposto a pagarlo ad un prezzo più elevato. Pertanto, l'indicazione dell'appartenenza di olio alla categoria extravergine quando, in realtà, lo stesso presenta le caratteristiche di un olio vergine, risulta contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare il comportamento economico del consumatore medio che essa raggiunge e costituisce, pertanto, una pratica ingannevole ai sensi dell'articolo 21 del Codice del Consumo.

**29.** In particolare, quanto alla contrarietà alla diligenza professionale, ai sensi dell'articolo 20 del Codice del Consumo, non si riscontra, nel caso di specie, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità dell'operatore del settore alimentare.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**30.** Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

**31.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica del professionista, che presenta un fatturato di circa 100 milioni di euro, della notorietà del marchio e della diffusione della pratica.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 13 maggio 2015 (data di imbottigliamento del prodotto oggetto di campionamento da parte dei N.A.S. di Torino) sino al 31 dicembre 2015 (data in cui il professionista ha ritirato dal commercio tale prodotto), sia tramite l'etichettatura posta sulle bottiglie sia tramite il sito *internet* del professionista.

**32.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Pietro Coricelli S.p.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'ingannevole indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta del prodotto e presente sul sito *web* del professionista, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dal professionista;

### **DELIBERA**

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Pietro Coricelli 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), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Pietro Coricelli S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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).

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione 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'articolo 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 per il Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*