

PS10282 - CIRIO OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA

Provvedimento n. 26160

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 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;

VISTI i propri provvedimenti del 17 marzo 2016 e del 25 maggio 2016, con i quali, 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. Conserve Italia Soc. coop. Agricola (nel prosieguo, Conserve Italia) nella qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società cooperativa, attiva nell'industria agroalimentare, è proprietaria, tra gli altri, del marchio Cirio, che ha concesso in licenza d'uso per gli oli d'oliva a Pietro Coricelli S.p.A.. Il fatturato realizzato nell'esercizio 2015 è pari a circa 950 milioni di euro.

2. Pietro Coricelli S.p.A. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, oltre a operare nella commercializzazione di olio con il marchio omonimo, è titolare della licenza d'uso del marchio Cirio con riguardo agli oli a base di oliva. Nell'esercizio 2015 ha realizzato un fatturato pari a circa 107 milioni di euro.

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

II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dai professionisti, consistente nella commercializzazione di un olio con caratteristiche qualitative, in ipotesi, inferiori a quelle dichiarate.

5. 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), i professionisti avrebbero reso comunicazioni commerciali non veritiere, sull'etichetta, apposta sulle confezioni dei prodotti a marchio "*Cirio 100% italiano*" circa le proprietà organolettiche dell'olio, presentando lo stesso come extravergine sebbene appartenente a categoria merceologica inferiore (olio di oliva vergine).

6. 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 diffusa tramite internet e stampa.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

Quadro normativo

7. 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 Commissione¹, 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*

¹ [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.]

al Regolamento (CEE) n. 2568/91, nonché per l'iscrizione nell'elenco nazionale di tecnici ed esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini".

8. 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 oppure la mediana dei difetti è inferiore o pari a 3,5 e la mediana del fruttato è pari a 0.

1) L'iter del procedimento

Attività istruttoria

9. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 13 novembre 2015 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10282 nei confronti di Conserve Italia, esteso soggettivamente il 22 dicembre 2015 nei confronti di Pietro Coricelli S.p.A. (nel prosieguo, Pietro Coricelli). In tale sede è stato ipotizzato che la condotta dei professionisti 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 a marchio "*Cirio 100% italiano*" non possedesse le proprietà organolettiche della categoria merceologica riportata in etichetta.

10. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stata effettuata una richiesta di informazioni alla quale Pietro Coricelli ha risposto il 17 dicembre 2015. Conserve Italia ha presentato memorie il 3 dicembre 2015 e Pietro Coricelli il 16 marzo 2016 e il 25 maggio 2016. Una ulteriore richiesta di informazioni è stata effettuata a Pietro Coricelli il 4 aprile 2016, riscontrata l'11 aprile 2016.

11. E' stata effettuata una richiesta di informazioni il 17 novembre 2015 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.

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

13. In data 19 aprile 2016 l'Autorità, tramite proprio provvedimento, ha disposto una perizia ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. Il provvedimento è stato comunicato alle Parti il 20 aprile 2016. I risultati della perizia sono stati comunicati alle Parti il 16 maggio 2016.

14. A seguito di specifiche istanze, Conserve Italia ha avuto accesso agli atti del procedimento il 20 novembre 2015 e Pietro Coricelli il 31 marzo 2016.

15. In data 8 giugno 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

16. 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 "*Cirio 100% italiano*", 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 31.12.2015 42684001 - non erano conformi alla categoria dichiarata ("olio extravergine di oliva"), atteso che il valore della mediana del difetto risultava > 0 .

17. Inoltre, poiché da notizie di stampa è emerso che la Procura della Repubblica presso il Tribunale di Torino, nel corso di indagini aventi ad oggetto la medesima questione, aveva disposto l'effettuazione di specifiche analisi, gli Uffici hanno chiesto a detta Procura la trasmissione dell'esito dei test eventualmente svolti. Dal momento che la Procura di Torino ha comunicato di aver trasmesso gli atti alle autorità giudiziarie competenti per territorio, una analoga richiesta di collaborazione è stata inviata a tali Procure. Dagli atti trasmessi da queste ultime, non sono emersi elementi probatori riguardanti l'oggetto del presente procedimento.

18. Conseguentemente, visti i rilievi sollevati dal Professionista in merito ai sopra menzionati accertamenti effettuati per conto della rivista "*Il Test*", l'Autorità, nella sua adunanza del 19 aprile 2016, ha deliberato di avvalersi, ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento, del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (Mipaaf), Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione delle frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF), al fine di svolgere una perizia avente ad oggetto il prelevamento di due tipologie di olio extravergine a marchio "*Cirio 100% italiano*" presso la GDO, il trasferimento dei campioni al Laboratorio di Perugia del Mipaaf per l'espletamento delle analisi di laboratorio (con emissione del rapporto di prova) indirizzate alla verifica della conformità dei parametri chimici ed organolettici di tali campioni ai requisiti previsti per l'olio "extra vergine". A tale perizia hanno partecipato i consulenti di Pietro Coricelli, Rete Consumatori Italia e Konsumer.

19. In data 16 maggio 2016 il Laboratorio di Perugia del Mipaaf- ICQRF, ha prodotto il Rapporto di Prova relativo ai prodotti a marchio Cirio "Olio extravergine di oliva 100% italiano" Lotto 61033002 e "Olio extravergine di oliva 100%

italiano non filtrato", Lotto 53384002, concludendo che ciascun campione analizzato "è risultato conforme alla tipologia dichiarata".²

3) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

20. Pietro Coricelli, nelle proprie memorie, ha, in primo luogo, escluso fermamente l'ingannevolezza della dicitura "extravergine di oliva" dell'olio a marchio Cirio, evidenziando che il medesimo è sottoposto a verifiche e controlli interni rigorosi prima dell'imbottigliamento, durante il processo di fabbricazione, etichettatura e commercializzazione.

21. In secondo luogo, il professionista ha sollevato numerose contestazioni in merito alle procedure utilizzate per le analisi riportate sulla rivista "*il Test*", che sarebbero state effettuate in palese violazione della vigente normativa, evidenziando, in particolare, la mancanza di informazioni circa la provenienza del prodotto analizzato e la prova che lo stesso fosse effettivamente un olio a marchio Cirio, il mancato rispetto delle regole di campionamento e di conservazione del campione, la mancanza di un verbale di campionamento, nonché la mancata indicazione della data di campionamento. Inoltre, il professionista ha rappresentato che il lotto 42684001, oggetto delle analisi del mensile *il Test*, non coincide con alcun prodotto a marchio Cirio.

22. Il professionista, infine, ha contestato 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.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 30 giugno 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

24. Con parere pervenuto in data 29 luglio 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 lo stesso è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a incidere sul suo comportamento, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

25. Il presente procedimento è incentrato sulla presunta ingannevolezza dell'indicazione "olio extravergine di oliva", apposta sull'etichetta dell'olio a marchio "Cirio 100% italiano" e riportata su *internet*. 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.

26. Con riguardo ai test fatti eseguire dalla rivista "*Il Test*", su un campione riferibile al lotto 31.12.2015 42684001, si osserva che gli stessi non appaiono idonee a fondare la scorrettezza della pratica, dal momento che non assicurano la riconducibilità certa del campione analizzato al marchio di olio Cirio. 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.

27. Diversamente, le analisi svolte dal Mipaaf/ICQRF, su un campione riferibile ai prodotti a marchio Cirio "Olio extravergine di oliva 100% italiano" Lotto 61033002 e "Olio extravergine di oliva 100% italiano non filtrato", Lotto 53384002, risultano della massima attendibilità, in quanto sia le operazioni di prelievo che le successive analisi sono state effettuate da soggetti pubblici preposti a tale tipo di controlli, che hanno attestato ogni singola fase procedurale, dal prelevamento di campioni sino alla certificazione delle analisi compiute. Sulla base degli esiti di tali analisi emerge che il prodotto oggetto del procedimento corrisponde alla categoria "olio extravergine di oliva" dichiarata in etichetta.

28. Alla luce delle predette considerazioni, la pratica commerciale in esame risulta non 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 dell'indicazione "olio extravergine di oliva", riportata sull'etichetta delle confezioni e sul sito aziendale, con riferimento a lotti di prodotto relativi all'olio "Cirio 100% italiano – Olio extravergine di oliva".

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;

² [Doc. 63.]

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere da Conserve Italia Soc. coop. Agricola e Pietro Coricelli S.p.A., 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 T.A.R. 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 *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

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo