

PS6821 - SAIWA ORO CEREACOL

Provvedimento n. 22464

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 maggio 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini ;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTE le comunicazioni pervenute in data 2 febbraio, 24 febbraio e 25 marzo 2011 con le quali la società Kraft Food Italia S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Kraft Food Italia S.r.l. (di seguito anche "Kraft"), in qualità di professionista, con sede legale a Milano, è attiva, tra l'altro, nella produzione e vendita – in Italia e all'estero – di prodotti alimentari.

Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2009, presenta ricavi per oltre duecentosettanta milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista e consistente nelle modalità di pubblicizzazione del prodotto *Saiwa- ORO Cereacol*, biscotti secchi ai cereali con gocce di cioccolato, attraverso le indicazioni riportate all'interno dei siti *internet* aziendali nonché sulla confezione del medesimo prodotto.

3. Nel sito *internet* www.saiwa.it – come verificato d'ufficio in data 9 dicembre 2010- il frollino *Saiwa -ORO Cereacol* (di seguito, *Oro Cereacol*), veniva presentato come: "*Il biscotto con pochi grassi saturi, Omega 3 e le fibre di Betaglucano d'avena¹ che aiutano naturalmente a ridurre l'assorbimento del colesterolo*". Claim analogo compariva anche in altra pagina² del sito: "*Il biscotto che ha a cuore il tuo benessere: un frollino, con tutta la bontà dei cereali, fiocchi di segale, delicate scaglie di cioccolato, omega3 e con i betaglucani d'avena che aiutano naturalmente a ridurre l'assorbimento del colesterolo*".

4. Inoltre, dall'indirizzo http://www.saiwacompany.it/prodotti_oro_cereacol.html - verificato d'ufficio sempre in data 9 dicembre 2011 - si accedeva a pagina *web* riprodotte, nella parte alta, l'immagine della confezione dei suddetti biscotti. Più in basso venivano riportate sia la *scheda del prodotto* (recante, tra l'altro, l'elenco degli *ingredienti*) sia la tabella dei *valori nutrizionali medi* relativa a *100 grammi di prodotto* e al singolo biscotto: in particolare, secondo detta tabella, la quantità di fibre alimentari era pari a 10,5 gr. per un etto di prodotto e di 0,9 gr. per singolo biscotto; la quantità di zuccheri era pari, rispettivamente, a 21,7 e a 1,8 grammi mentre le rispettive quantità di grassi erano di 10,7 e di 0,9 grammi. In base alla medesima tabella, un etto di prodotto recava 400 kilocalorie mentre il biscotto, singolarmente considerato, ne apportava 33.

5. In data 14 dicembre 2010 è stata acquisita, d'ufficio, la confezione cartacea da 6 porzioni - pari a 300 gr.- del prodotto in esame che recava diciture quali "*57% di cereali*", "*solo 1,4% di grassi saturi*", "*ricco in fibre*" e "*con betaglucano d'avena**" ove l'asterisco rinviava all'iscrizione "*che aiuta NATURALMENTE a RIDURRE il COLESTEROLO*" apposta sul contiguo cartiglio. A lato, in basso, della medesima facciata, era apposta in caratteri piccolissimi l'informazione che un biscotto (corrispondente al peso di 8,3 gr) apportava 33 kilocalorie.

6. Sul retro del *packaging*, in alto a destra, ad una breve illustrazione de "*I BENEFICI DEI BETAGLUCANI*"³, era aggiunto, a proposito de "*LA DOSE DI BETAGLUCANI*" che "*La quantità di Betaglucani ritenuta efficace per il contenimento del colesterolo è pari a 0,75 gr. per porzione (almeno 4 volte al giorno) e una porzione di Oro Cereacol ti aiuta ad introdurre 4 gr. di fibra ed 1 gr. di Betaglucani (che rappresenta, quindi, 1/3 della dose quotidiana suggerita)*". Ivi veniva riprodotta, altresì, la medesima *Tabella nutrizionale* presente sul sito *internet*

¹ [*Fibre solubili contenute nella crusca di molti cereali.*]

² [*Già raggiungibile dalla home page di www.saiwa.it, attraverso il percorso: *nutrizione/vai al sito/logoorosaiwa/scopri l'intera gamma di oro/cliccando sull'immagine del prodotto.*]*

³ [*"Cereacol contiene Betaglucani d'avena che aiutano a ridurre l'assorbimento del colesterolo all'interno dell'intestino. Durante le fasi della digestione, i Betaglucani formano un gel che si lega alle molecole dei grassi e del colesterolo, riducendone l'assorbimento e favorendone l'eliminazione".*]

www.saiwacompany.it, con alcuni dati aggiuntivi tra i quali il quantitativo di betaglucani in 100 gr di prodotto (pari a 2,1 gr.) e nel singolo frollino (0,17 gr), nonché quello di Omega3 (pari a 0,7 gr. per un etto di biscotti e di 0,06 gr. nel singolo frollino).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) L'iter del procedimento

7. Sulla base di informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, nonché alla luce delle segnalazioni pervenute da parte di *Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'ambiente e dei diritti di consumatori e utenti - CODACONS* e di *Associazione Indipendente di consumatori - ALTROCONSUMO*⁴ - in data 27 dicembre 2010 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS6821, con contestuale richiesta di informazioni.

8. In detta comunicazione è stato ipotizzato che la condotta di Kraft potesse integrare una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), 22 e 23, comma 1, lettera s), del Codice del Consumo, in quanto le modalità con le quali nei messaggi pubblicitari veniva presentato il prodotto - nello specifico, accreditando al medesimo, effetti coadiuvanti nella *riduzione del colesterolo* in virtù del contenuto di *betaglucani* recato dall'alimento in specifico quantitativo *pro porzione*⁵- e le omissioni informative riscontrabili potevano essere contrarie alla diligenza professionale ed idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore, segnatamente quello, più vulnerabile, in quanto soggetto a problemi di ipercolesterolemia. La condotta era apparsa, in particolare, in possibile contrasto con il parere, pubblicato ad ottobre 2009, reso dall'Autorità *Europea della Sicurezza Alimentare - EFSA* in merito ai claims ammissibili per alimenti contenenti betaglucani⁶.

9. In data 26 gennaio 2011 è pervenuta una documentata memoria difensiva da parte del professionista seguita, il 1° febbraio 2011, dalla presentazione di impegni, ai sensi dell'articolo 8 del Regolamento, unitamente ad integrazioni documentali nonché ad un'istanza di riservatezza relativa a taluni dei dati offerti in comunicazione. In data 9 febbraio 2011, lo stesso effettuava accesso agli atti a seguito di specifica richiesta del 3 febbraio 2011.

10. Il 24 febbraio 2011 è pervenuta, da parte di Kraft, una proposta di modifica degli impegni già presentati seguita, inoltre, da un'integrazione dei medesimi presentata in data 25 marzo 2011.

11. L'11 aprile 2011 è stata comunicata a Kraft la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, ed il 21 aprile 2011 è pervenuta la memoria conclusiva da parte del professionista.

12. Il 22 aprile 2011 è stato richiesto, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo, il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto il successivo 20 maggio 2011.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

13. Dalla documentazione complessivamente trasmessa dal professionista nel corso del procedimento, è emerso che *Oro Cereacol* è stato commercializzato in Italia a far tempo da agosto 2008, esclusivamente attraverso ipermercati e supermercati. Le relative vendite *sono state decisamente modeste*⁷ e ridotta (per diffusione, durata e costi) è risultata pure l'attività promozionale svolta a favore del medesimo biscotto consistente, nell'arco dell'ultimo triennio, in una campagna stampa limitata al periodo febbraio-maggio 2009⁸, nella distribuzione di *sampling* omaggio del prodotto per un periodo di due settimane⁹ ed, infine, mediante *inviti alla prova* apposti sul retro della confezione di altro prodotto aziendale - *Oro Saiwa* - nei periodi aprile-luglio 2009 e febbraio-aprile 2010. L'informazione pubblicitaria sul prodotto è stata resa, sui siti *internet* del professionista, dal 18 marzo 2009¹⁰.

⁴ [La segnalazione di CODACONS è pervenuta il 17 dicembre 2010 mentre quella di ALTROCONSUMO è giunta il 25 gennaio 2011.]

⁵ [In base alle indicazioni presenti nella comunicazione contestata, il quantitativo di betaglucani recato da 100 gr di prodotto è pari a 2,1 gr. mentre il singolo frollino ne contiene 0,17 gr.]

⁶ [Il parere EFSA del 2009 è reperibile all'url <http://www.efsa.europa.eu/it/scdocs/scdoc/1254.htm>.]

⁷ [Dalla data del lancio e fino a novembre 2010 sono state vendute al pubblico complessivamente [omissis] di prodotto. Il conseguente fatturato dell'azienda, nel medesimo periodo, è stato pari a [omissis] euro. Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

⁸ [Il messaggio a stampa reca l'immagine di una serie di biscotti accostati e "rosicchiati" nella complessiva parte centrale: all'interno di questa si staglia la sagoma di un cuore entro la quale è scritto "Un modo buono per aiutare a ridurre il colesterolo". Al di sopra dell'immagine, in caratteri molto evidenti e colorati, è collocata la dicitura "Oro Saiwa - Cereacol con betaglucano d'avena" e al di sotto, in caratteri più piccoli e accanto alla riproduzione della confezione originaria del prodotto, è annotato "Con fibre di betaglucani ed Omega3 - Orocereacol: il biscotto con pochi grassi saturi, Omega3 e le fibre di Betaglucano d'Avena che aiutano naturalmente a ridurre l'assorbimento del colesterolo. Tutta la bontà dei cereali, dei fiocchi di segale e delle scaglie di cioccolato in un frollino sano e gustoso". La campagna è consistita in [omissis] di uscite su quotidiani (ivi compresa la versione on-line degli stessi) e [omissis] uscite complessive su periodici per un costo complessivo di [omissis] euro.]

⁹ [L'operazione, con il supporto di distributori da banco e leaflet, ha avuto un costo di [omissis] euro.]

¹⁰ [Nel sito www.saiwa.it, *ORO Cereacol* è presentato come: "Il biscotto con pochi grassi saturi, Omega 3 e le fibre di Betaglucano d'avena che aiutano naturalmente a ridurre l'assorbimento del colesterolo". Claim analogo compare anche in altra pagina del sito: "Il biscotto che ha a cuore il tuo benessere: un frollino, con tutta la bontà dei cereali, fiocchi di segale, delicate scaglie di cioccolato, omega3 e con i betaglucani d'avena che aiutano naturalmente a ridurre l'assorbimento del colesterolo". All'indirizzo

14. A supporto scientifico del claim apposto nella promozione pubblicitaria, Kraft ha prodotto la relazione di un nutrizionista (già docente presso la facoltà di medicina dell'Università di Parma) nella quale si richiamano le numerose sperimentazioni effettuate, nell'ultimo ventennio, circa gli effetti dei betagluconi sui livelli di colesterolo ematico, valutate anche dall'EFSA al fine dell'emanazione delle *scientific opinions* pubblicate, rispettivamente, ad ottobre 2009 e a dicembre 2010, sulla questione. Soprattutto alla luce di quest'ultimo parere¹¹, risulterebbe validata scientificamente la relazione tra betaglucono d'avena e riduzione del colesterolo *suggerendosi*, a tal fine, il consumo di tre grammi al giorno della fibra in esame che, secondo il medesimo nutrizionista, "ben può essere assunta, in una o più dosi" sia dall'alimento reclamizzato sia "da uno o più alimenti contenenti betagluconi, a discrezione del consumatore" nell'ambito della complessiva dieta quotidiana.

15. Il professionista, sottolinea, infine, che nella complessiva presentazione pubblicitaria di *Oro Cereacol*, risultano evidenziate con sufficiente chiarezza sia l'apporto di betagluconi recato dalla singola porzione dell'alimento sia l'azione coadiuvante nella riduzione del colesterolo¹².

16. Il 1° febbraio 2011, il professionista ha inviato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo nonché dell'articolo 8 del Regolamento, una proposta di impegni, integrati, prima, in data 24 febbraio 2011, quindi il 25 marzo 2011. Di seguito si procede ad una descrizione degli impegni assunti dal professionista i quali, nella loro versione definitiva, fanno parte integrante del presente provvedimento.

17. Gli impegni proposti consistono in:

i) per la confezione cartacea di Oro Cereacol:

a) espunzione, dalla parte anteriore e posteriore, del claim "che aiuta naturalmente a ridurre il colesterolo" – attualmente riferito al betaglucono d'avena;

b) su entrambe le facciate continueranno, invece, a venire evidenziate, con le soluzioni grafiche attualmente adottate, le seguenti indicazioni: "57 % di cereali", "con betaglucono d'avena", "ricco in fibre" e "solo 1,4% di grassi saturi";

c) sul retro, inoltre, il paragrafo intitolato "La dose di betagluconi" verrebbe così modificata: "La quantità di betagluconi ritenuta efficace per il contenimento di colesterolo è pari a 3 gr al giorno e una porzione di Oro Cereacol ti aiuta a introdurre 4 gr. di fibra e 1 gr. di betagluconi (che rappresenta, quindi, 1/3 della dose quotidiana suggerita)";

d) Kraft si impegna, altresì, ad adottare le future confezioni in conformità alle suddette indicazioni già a far tempo dalla prima data programmata per la produzione di Oro Cereacol - "ossia a partire dal 23 maggio 2011" – nonché ad "esaurire le proprie scorte di magazzino" del medesimo prodotto, "nelle confezioni oggetto della comunicazione di apertura del procedimento, entro il 6 giugno 2011";

ii) per i messaggi pubblicitari relativi a Oro Cereacol divulgati attraverso qualsivoglia supporto media:

e) Kraft si impegna ad abolire il claim "che aiuta naturalmente a ridurre il colesterolo" - con riferimento sia al prodotto che al betaglucono d'avena - utilizzando, eventualmente, le medesime indicazioni di cui ai punti b) e c) che precedono;

f) quanto alla pubblicità già presente sui siti *internet www.saiwacompany.it* e *www.saiwa.it* ed individuata nella comunicazione di avvio del procedimento, Kraft ne assicura la rimozione "entro il 5 aprile 2011"¹³, precisando, nel contempo, "di non avere attualmente in corso di diffusione alcun' altra pubblicità a favore di Oro Cereacol";

18. I medesimi impegni, come sopra riportati, vengono espressamente estesi dal professionista anche a "confezioni e pubblicità di eventuali altri prodotti a base di betagluconi con le stesse caratteristiche di Oro Cereacol, prodotti, peraltro, al momento non esistenti né previsti".

19. Il professionista ha inoltre precisato che è "fatta salva l'eventualità di ulteriori prese di posizione da parte dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) o della Commissione UE sulle questioni menzionate al punto 8 della comunicazione di avvio del procedimento in data 27 dicembre 2010"¹⁴. In tale ipotesi, sarà cura di Kraft Food

http://www.saiwacompany.it/prodotti_oro_cereacol.html, si accede alla scheda del prodotto (recante, tra l'altro, l'elenco degli ingredienti) nonché alla tabella dei valori nutrizionali medi relativa a 100 grammi di prodotto e al singolo biscotto.]

¹¹ [Reso dall'EFSA su domanda inoltrata da Crea-Nutrition AG, fornitore di betagluconi utilizzati nella preparazione di Oro Cereacol e pubblicato quasi in contemporanea alla comunicazione di avvio del procedimento in esame.]

¹² [Inoltre, anche se il precedente packaging dei biscotti presentava, con un certo risalto, la presenza di omega3 - in quanto il relativo contenuto recato dall'alimento risultava conforme alle indicazioni individuate dall'EFSA nel parere scientifico reso il 6 luglio 2005 - la nuova confezione del prodotto, in commercio da febbraio 2010, non attribuisce alcuna enfasi (e nemmeno specifiche proprietà salutistiche o di altro tipo) agli Omega3 menzionandoli esclusivamente nella tabella nutrizionale apposta sul retro della confezione. Ciò in quanto nel 2009 l'EFSA ha fissato nuovi criteri a supporto delle indicazioni nutrizionali e sulla salute relative agli Omega3. Anche nella presentazione del prodotto sui siti del professionista, la menzione degli Omega3 non è collegata ad effetti di riduzione del colesterolo, i quali sono attribuiti esclusivamente all'azione dei betagluconi.]

¹³ [Effettivamente, dai suddetti siti è stato rimosso qualsiasi riferimento ai frollini Oro Cereacol]

¹⁴ [La società si riferisce al richiamo, presente nelle contestazioni recate dalla suddetta comunicazione di avvio, alle conclusioni rese dall'EFSA nel parere pubblicato ad ottobre 2009, in merito ai claim salutistici utilizzabili per alimenti contenenti betagluconi. Dette conclusioni riportano che, nell'ambito di un'accertata relazione di causa-effetto tra consumo di betagluconi e livello di colesterolo nel sangue, l'espressione "il regolare consumo di betagluconi contribuisce a mantenere le normali concentrazioni di colesterolo nel sangue" possiede evidenza scientifica. L'EFSA aggiunge, inoltre, che per poter supportare il suddetto claim, è necessario che l'alimento reclamizzato sia in grado di apportare, in una o più porzioni, almeno 3 grammi – giornalieri - di betagluconi. L'Autorità precisa, infine, che il target di popolazione cui si riferiscono le suddette osservazioni rilasciate nel parere è costituito da adulti con normale o mediamente elevato livello di concentrazione di colesterolo nel sangue, ossia vanno esclusivamente riferiti a soggetti con valori non patologici di colesterolemia.]

Italia, comunicare preventivamente" all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato "*quali soluzioni comunicazionali intenda eventualmente adottare sulla base di dette ulteriori prese di posizione*".

IV. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

20. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 27 dicembre 2010 in riferimento alla confezione dei biscotti *Oro Cereacol* nonché con riguardo alla relativa comunicazione operata nei siti *internet* *www.saiwacompany.it* e *www.saiwa.it*.

21. In particolare, appare idonea ed esaustiva, al fine di eliminare la possibile scorrettezza del messaggio contestato nel presente procedimento, l'espunzione integrale dalla confezione di *Oro Cereacol* e dai siti *internet* aziendali, dei claim relativi alla riduzione del colesterolo correlata alla presenza, nel prodotto, di betaglucani.

22. Appaiono, inoltre, congrue le ulteriori precisazioni che, nell'ambito di una ampia informazione nutrizionale, verrebbero fornite, sulle confezioni del prodotto, circa i quantitativi di betaglucano arrecati da ciascuna porzione di prodotto a confronto della dose necessaria, del pari prospettata, per ottenere l'effetto salutistico derivante dal consumo di dette fibre.

23. Opportuno corollario di tali impegni appare quello – del pari assunto da Kraft - di non predisporre confezioni ed effettuare future campagne pubblicitarie con lo stesso *claim* o con riferimenti al colesterolo anche relativamente ad "*eventuali altri prodotti a base di betaglucani con le stesse caratteristiche di Oro Cereacol*".

Congrui, altresì, risultano i tempi prospettati dal professionista al fine dello smaltimento delle scorte di magazzino afferenti alle "*confezioni oggetto della comunicazione di apertura del procedimento*" nonché per la commercializzazione delle nuove confezioni, conformi alle indicazioni prospettate negli impegni.

24. Ai fini dell'idoneità dei suddetti impegni occorre, infine, considerare la ridotta diffusione della pratica, posto che il *claim* contestato è stato, nell'ultimo anno, utilizzato dal professionista soltanto sulle confezioni del prodotto, senza diffusione di campagne promozionali specifiche su supporti diversi dai siti aziendali. Inoltre, dai dati forniti da Kraft emerge che i volumi di vendita del prodotto appaiono modesti e in progressivo decremento, a riprova di una comunque non rilevante suggestione esercitata dal *claim* contestato sui consumatori.

25. Alla luce delle suesposte considerazioni, gli impegni presentati da Kraft Food Italia S.r.l. soddisfano i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo;

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Kraft Food Italia S.r.l., che fanno parte integrante del presente provvedimento, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria realizzata, per il prodotto *Oro Cereacol*, sia sulle confezioni dei medesimi frollini sia mediante i siti *internet* afferenti al medesimo professionista;

RITENUTO, inoltre, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Kraft Food Italia S.r.l.;

RITENUTO, infine, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Kraft Food Italia S.r.l., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti, in data 1° febbraio, e così come modificati ed integrati in data 24 febbraio e 25 marzo 2011;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Kraft Food Italia S.r.l., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità delle modalità di attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà