

## VERSIONE NON CONFIDENZIALE

FORMULARIO PER LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI AI SENSI  
DEGLI ARTT. 66 E 27, COMMA 7, DEL CODICE DEL CONSUMO E  
DELL'ART. 9 DEL REGOLAMENTO.

### **1) Numero del Procedimento, data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento da parte del professionista**

Direzione C della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (“**Direzione**”)

PS 11142 – Comunicazione di avvio notificata in data 22 agosto 2018

### **2) Professionista che presenta gli impegni**

Ferrarelle s.p.a. (“**Ferrarelle**” ovvero “**Società**”)

Sede legale: Roma, via di Porta Pinciana n. 4, C.F. e P.IVA. 01315701001.

### **3) Pubblicità o pratica commerciale oggetto della comunicazione di avvio del procedimento**

Ad avviso della Direzione, Ferrarelle avrebbe “*pubblicizzato un concorso a premi senza informare chiaramente fin dal primo momento sui dettagli della stessa manifestazione*” e non avrebbe “*consentito ad alcuni consumatori di ricevere i premi, nonostante gli stessi abbiano partecipato in maniera conforme a quanto stabilito nel regolamento iniziale del concorso*”.

Tale condotta – realizzata in relazione alla promozione della manifestazione a premi “*Vinci Effervescente*”, svoltasi dal 10 maggio 2017 al 30 aprile 2018 (“**Manifestazione**”) – sarebbe “*contraria alla diligenza professionale e idonea ad indurre in errore il consumatore nonché diretta ad ostacolare il diritto al premio e potrebbe quindi integrare una violazione degli articoli 21, 22, 23, lett. u), 24 e 25 del Codice del Consumo*”.

### **4) Contenuto testuale degli impegni proposti e eventuale periodo di validità in relazione al profilo oggetto della comunicazione di avvio del procedimento**

Come si è avuto modo di rappresentare, Ferrarelle, a seguito di gravi obiettive anomalie riscontrate sin dai primi giorni dall’inizio della Manifestazione (e quindi

in presenza di condotte di alcuni partecipanti obiettivamente non conformi alle regole generali delle manifestazioni a premio, ivi compresa l'“incetta” o “commercio” di cartoline di partecipazione)<sup>1</sup>, ha modificato il Regolamento iniziale di partecipazione, per assicurare il corretto svolgimento della Manifestazione e la parità di trattamento. A seguito ed in forza della modifica, i consumatori partecipanti sono stati invitati e richiesti di conservare i documenti di acquisto dei prodotti, onde consentire le opportune verifiche.

I partecipanti alla Manifestazione ai quali non è stato riconosciuto il premio ([2.000-4.000]), per mancata produzione dei documenti di acquisto, rappresentano il [0-10%] del totale dei partecipanti complessivi ([2.000-4.000] su [100.000-200.000]).

\*

Ciò detto, al fine di meglio apprezzare la proposta di Ferrarelle, occorre svolgere alcune considerazioni.

\*

Il punteggio (ossia i codici / bollicine) necessario per l'ottenimento dei premi di cui al catalogo della Manifestazione (ed in particolare al catalogo della c.d. “operazione a premi”) è stato definito sulla base dei consumi medi, per singolo nucleo familiare, di acqua minerale Ferrarelle, come rilevati dalla società [omissis], azienda leader nel settore delle ricerche sociali e di mercato.

I dati di [omissis] indicano che il consumo medio **annuo** di acqua minerale Ferrarelle dei c.d. “heavy users” (ossia dei consumatori che fanno il maggior uso di acqua a marchio Ferrarelle e che rappresentano il primo decile della curva di concentrazione statistica) è di [100-200] lt che corrispondono a circa [10-30] confezioni all'anno di sei bottiglie da 1,5 lt di acqua [omissis]; ciò, a fronte di una media aritmetica di consumi di [20-50] lt all'anno, ossia [0-10] confezioni di acqua minerale Ferrarelle di sei bottiglie da 1,5 lt.

---

<sup>1</sup> [omissis]

In altri termini, i clienti (o meglio, le famiglie clienti) più affezionati al marchio Ferrarelle consumano una media di [10-30] confezioni di acqua minerale all'anno; si tratta di dati confermati anche nell'ambito della Manifestazione, posto che la media aritmetica di consumi dei partecipanti (stimati sulla base dei codici caricati) è di [100-200] lt, ossia poco meno di [10-30] confezioni di 6 bottiglie di acqua minerale da 1,5 lt, all'anno (si ricordi che la Manifestazione aveva la durata di circa un anno solare).

Il catalogo dei premi della Manifestazione ha tenuto conto, ovviamente, di quanto sopra.

I premi di maggior valore, ottenibili con il caricamento di [50-200] codici (corrispondenti ad [500-2.000] bollicine), corrispondono ad un consumo annuo di circa [50-200] confezioni ([500-1.000] lt), ossia ad un consumo annuo di oltre [0-10] volte superiore al consumo medio degli *heavy users*.

\*

Ciò detto, Ferrarelle sottopone la seguente proposta di impegni (“**Impegni**”), ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento del “*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*”, adottato dall'Autorità con delibera 1° aprile 2015 (“**Regolamento**”), auspicandone l'accoglimento e la chiusura dell'istruttoria, ai sensi e per gli effetti dell'art. 9, comma 2, lett. a), e dell'art. 17, comma 1, lett. c), del Regolamento:

**a)** attribuire il premio richiesto (ovvero un premio di valore economico equivalente) a tutti i partecipanti alla Manifestazione ai quali non è stato riconosciuto il premio per mancata produzione dei documenti di acquisto, con esclusione di coloro i quali abbiano caricato, sul sito internet o sulla App, oltre 120 codici<sup>2</sup>;

---

<sup>2</sup> [omissis]

b) adottare, nelle manifestazioni a premio che eventualmente dovessero essere indette dalla Società in futuro, modalità ancora più specifiche per informare i consumatori circa la necessità di conservare la documentazione di acquisto (scontrino), al fine della partecipazione alla manifestazione e ricezione dei premi;

c) inviare all'Autorità, entro 120 giorni, dettagliata relazione sul corretto adempimento degli Impegni.

Le misure oggetto degli Impegni verranno attuate dalla Società, in caso di loro accettazione, entro il termine di 90 giorni; gli Impegni resteranno validi a tempo indeterminato.

#### **5) Considerazioni circa l'ammissibilità e l'idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell'avvio dell'istruttoria**

La Società ritiene che gli Impegni siano idonei ad eliminare qualsivoglia (seppure non voluto e non ritenuto tale) profilo di ingannevolezza ed aggressività della condotta e, in ogni caso, a rimuovere gli effetti della pratica commerciale contestata. Inoltre, le misure rimediali sopradescritte sono suscettibili di tempestiva attuazione da parte di Ferrarelle.

#### **6) Eventuale versione non riservata e non confidenziale degli impegni**

\* \* \*

Roma, 6 novembre 2018

Ferrarelle s.p.a.