



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2019;

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;

VISTA la comunicazione pervenuta in data 8 giugno 2019, così come integrata in data 29 luglio 2019, con la quale la società ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 3 luglio 2019, con il quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per la valutazione degli impegni;

VISTO il proprio provvedimento del 1° ottobre 2019, con il quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta l’ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento per esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Margherita Distribuzione S.p.A. (in precedenza denominata Auchan S.p.A., di seguito Auchan) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

La società è attiva nel settore della grande distribuzione di prodotti alimentari e non. Auchan, in particolare, promuove e commercializza nei propri punti vendita e attraverso il proprio sito *internet* (www.auchan.it) pasta di semola di grano duro con il marchio “*Passioni*”, prodotta per suo conto da vari produttori locali.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione della pasta a marchio “*Passioni*”, attraverso l'etichetta apposta sulle confezioni del prodotto e il sito aziendale (www.auchan.it), in cui sono presenti enfatici richiami all'italianità del prodotto suscettibili di ingenerare nei consumatori l'equivoco che l'intera filiera produttiva della pasta, a partire dalla materia prima, sia italiana, mentre per la relativa produzione viene impiegato grano non solo di origine italiana, ma anche estera (“UE” e non “UE”).

3. Più nello specifico, la presunta ingannevolezza riguarda le indicazioni relative alla provenienza italiana del prodotto apposte nella parte frontale delle confezioni, in assenza di adeguate e contestuali indicazioni sull'origine anche estera della materia prima.

4. Per quanto riguarda il sito *internet*, si è ipotizzato che il professionista, nel promuovere e vendere le varie referenze di pasta, sin dall'*home page* si sofferma sulla provenienza regionale tipica delle referenze facenti parte della linea “*Passioni*” senza, tuttavia, dare alcuna informazione in ordine all'origine della materia prima.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III. 1 L'iter del procedimento

5. In data 23 aprile 2019 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11385, ipotizzando che la condotta sopra descritta fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 21 e 22 del Codice, in quanto la dedotta carenza informativa circa l'origine della materia prima della Pasta della linea *Passioni*, unitamente alle immagini e ai *claim* di italianità utilizzati nella comunicazione commerciale, sarebbero suscettibili di indurre nei consumatori il convincimento che l'intera filiera produttiva, a partire dalla materia prima, sia italiana.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione circa la pratica in esame.

7. La parte ha fornito le informazioni richieste in data 24 maggio e 6 giugno 2019 ed ha presentato memorie difensive¹.

8. In data 8 giugno 2019 ha presentato una proposta di impegni², ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, fornendo in data 31 ottobre 2019 una versione consolidata con integrazione degli stessi³, secondo l'invito formulato in data 6 settembre 2019 dall'Autorità ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera *b*) del Regolamento⁴.

9. In data 5 luglio 2019 è stata comunicata alla Parte la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento⁵. In data 4 ottobre 2019 è stata comunicata alla Parte l'ulteriore proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento⁶.

¹ Doc. 6, 7 e 8: Memoria e Informazioni fornite dal professionista.

² Cfr. doc. n.9 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. n. 20 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. n. 13 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

10. In data 5 novembre 2019 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁷.

III. 2 Gli elementi acquisiti

III.2.1 Le evidenze acquisite

11. Sulla base delle informazioni fornite dal professionista, la linea di pasta *Passioni* comprende 38 paste tipiche regionali; all'interno di tale linea, risulta essere stato utilizzato grano di origine straniera nelle seguenti referenze: *Pizzoccheri della Valtellina IGP* (Argentina e Stati Uniti) *Filei* (Italia, Canada, Stati Uniti, Australia), *Maccheroni* (Grecia, Messico, Argentina, Francia), *Calamarata IGP*, *Gigantoni IGP*, *Lumaconi IGP*, *Paccheri IGP*, *Ziti IGP*, *Mafalde Pasta di Gragnano IGP* (Canada, Kazakistan, Messico), *Maccheroncini di Campofilone IGP* e *Fettuccine Campofilone* (Francia, Grecia e Russia), nonché *Orecchiette*, *Cavatelli*, *Capunti* (per i quali nel 2017 sono stati utilizzati grani provenienti in parte dalla Francia)⁸.

12. I *claim* presenti nelle confezioni delle referenze della linea di pasta "*Passioni*" descrivono l'origine italiana del prodotto, attraverso l'apposizione nella parte anteriore dell'etichettatura di elementi grafici rappresentativi dell'Italia e l'impiego di affermazioni che evocano la provenienza della pasta da un determinato territorio regionale della Penisola, omettendo di indicare il luogo di provenienza delle materie prime.

13. In via esemplificativa, nella confezione della pasta "*Mafalde Pasta di Gragnano IGP*" viene posta in evidenza, nella parte anteriore, l'area di provenienza del prodotto dalla "*Campania*", accostata ad elementi grafici (rappresentazione dell'Italia) e all'uso di affermazioni che sembrano enfatizzare la provenienza della pasta da un territorio regionale italiano⁹. Nella confezione del prodotto attualmente in distribuzione, l'informazione sul "*Paese di coltivazione del grano*" ("*Italia e altri Paesi UE e non UE*")

⁷ Cfr. doc.17 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. 7, allegato 1: Tabella riassuntiva sulla provenienza dei grani.

⁹ Nella parte frontale della confezione è rinvenibile la seguente affermazione: "*Dalle terre a sud del golfo di Napoli, a Gragnano, l'antica valle dei mulini, inizia la storia della tradizione della pasta di semola di grano duro. E da più di duecento anni Garofalo produce le migliori paste della tradizione napoletana*": doc. 1

risulta apposta nel retro della confezione, in verticale e con caratteri molto piccoli.

14. Nella pasta “*Maccheroncini di Campo Filone*”, sulla parte anteriore della confezione, sotto la denominazione, è presente la dicitura “*Indicazione Geografica Protetta*”; più in basso, viene posta in evidenza l’area di provenienza del prodotto (“*Marche*”), accostata ad elementi grafici (rappresentazione dell’Italia) e all’uso di affermazioni suggestive che enfatizzano la provenienza della pasta da un territorio regionale italiano¹⁰. Nella confezione del prodotto attualmente in distribuzione l’informazione sul “*Paese di coltivazione del grano*” (“*Italia e altri Paesi UE e non UE*”) risulta apposta nel retro della confezione, con caratteri molto piccoli¹¹.

15. Nella confezione della pasta “*Pizzogheri della Valtellina IGP*”, nella parte anteriore, sotto la denominazione, è presente la dicitura “*Indicazione Geografica Protetta*”; più in basso, viene posta in evidenza l’area di provenienza del prodotto (“*Lombardia*”), accostata ad elementi grafici (rappresentazione dell’Italia) e all’uso di affermazioni suggestive che enfatizzano la provenienza della pasta da un territorio regionale italiano. Nella confezione del prodotto in distribuzione non risulta indicata l’origine estera (Argentina e Stati Uniti) della materia prima, costituita da grano saraceno¹².

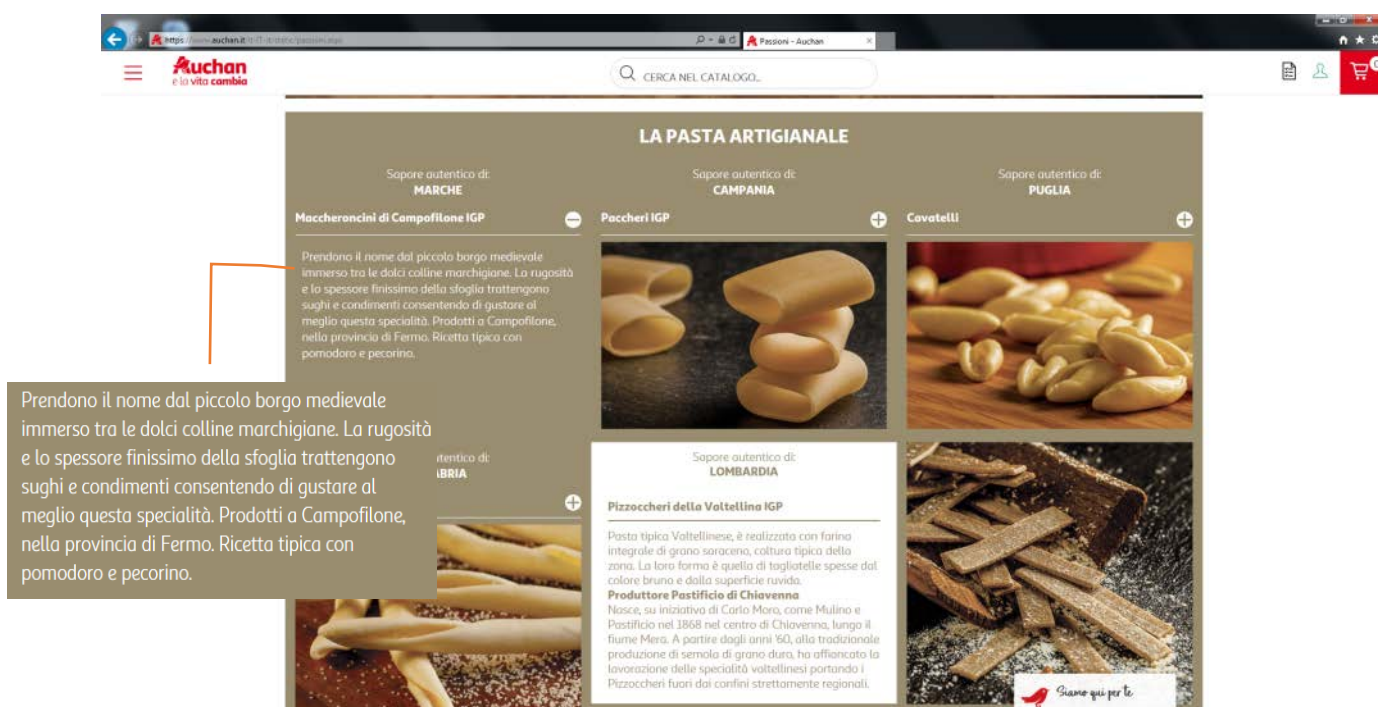
16. La linea di pasta “*Passioni*” è venduta anche sul sito *internet* del professionista *www.auchan.it*, in cui viene descritta l’origine italiana dei prodotti e la provenienza regionale tipica della pasta, senza che vengano date informazioni in ordine all’origine della materia prima. Nell’*home page* dedicata alla descrizione della linea di prodotti linea *Passioni* (comprensiva di vari prodotti oltre alla pasta, quali sughi, salumi, formaggi), in alto, oltre al logo, è utilizzato il *claim* “*Sapore autentico della tradizione italiana*”; nella parte centrale si afferma “*Ogni luogo ha una storia, ogni storia ha un sapore unico*” e a seguire, con caratteri più piccoli, è presente la seguente descrizione: “*Passioni. Sapori autentici che rievocano emozioni sincere, raccontano storie dei nostri territori e i gusti della migliore tradizione italiana. Il legame ai prodotti della terra, alle regioni di produzione, il*

¹⁰ Nella parte frontale della confezione è rinvenibile la seguente affermazione: “*Nel piccolo borgo medievale di Campofilone, immerso tra le dolci colline marchigiane e bagnato dal mare Adriatico, la famiglia Marcozzi produce la tipica “pasta all’uovo di Campofilone”.*

¹¹ Doc.1.

¹² Doc 2: Nella parte frontale della confezione è rinvenibile la seguente affermazione: “*Dalle terre della Lombardia, i Pizzoccheri della Valtellina IGP, bandiera gastronomica della cucina tipica valtellinese, sono la specialità del pastificio di Chiavenna, da molti anni produttore della celebre pasta, caratterizzata dalla farina di grano saraceno*”.

rispetto per i riti e i tempi di lavorazioni artigianali che si tramandano da generazioni. Tutto questo è passione, la nostra cultura del buon cibo”; accanto, sempre nella parte centrale, si afferma: “L’eccellenza dei migliori prodotti della nostra tradizione” e a seguire, con caratteri più piccoli, “La nostra cultura gastronomica è un’identità forte che si esprime attraverso i sapori del nostro territorio. Proprio come i prodotti Passioni, prodotti tipici regionali lavorati seguendo antiche ricette, materie prime e ingredienti d’eccellenza che portano il meglio della tradizione italiana sulle vostre tavole” (...). Inoltre, nella pagina successiva, dedicata alla descrizione più dettagliata di alcune referenze della pasta della medesima linea Passioni (“Maccheroncini di Campo Filone IGP”, “Paccheri IGP”, “Cavatelli”, “Filei”, “Pizzoccheri della Valtellina IGP”), si richiama unicamente l’origine regionale del prodotto, senza specificare l’origine della materia prima¹³ (Figura 1).



III.2.2 Le argomentazioni difensive del professionista

17. Nel corso dell’istruttoria il professionista ha fornito informazioni e presentato memorie, sostenendo la liceità della propria comunicazione commerciale. In dettaglio, Auchan ha osservato di aver rispettato le previsioni del Decreto del Ministero delle Politiche agricole e forestali del 26

¹³ Cfr. Rilevazione sito del 7 febbraio 2019 (doc. 1) e del 17 giugno 2019 (doc. 11).

luglio 2017 – *Indicazioni dell'origine, in etichetta, del grano duro per paste di semola di grano duro*, che ha sancito l'obbligo di indicare in etichetta il paese di coltivazione del grano duro e il paese di molitura. Inoltre, ha rilevato che l'intero processo produttivo che porta all'ottenimento della pasta di semola impiegata per la produzione della pasta avviene esclusivamente in Italia, secondo le tradizioni regionali italiane.

18. Di conseguenza, secondo il professionista, i *claim* contestati possono essere ragionevolmente intesi dal consumatore come evocativi di un'atmosfera di italianità, in quanto l'intera fase della lavorazione della materia prima viene svolta esclusivamente in Italia, tanto da consentire di definire residuale l'impatto della coltivazione estera del grano.

III.2.3 Gli impegni del professionista

19. Con nota pervenuta in data 8 giugno 2019¹⁴ e successive integrazioni trasmesse in data 29 luglio 2019¹⁵, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

20. In particolare, tali impegni – che nella loro versione definitiva¹⁶ sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono:

i) la modifica della etichettatura di tutte le referenze della linea *Passioni* in cui viene impiegato grano duro proveniente da paesi europei diversi dall'Italia ed extraeuropei;

ii) l'adozione di rimedi circa le scorte delle vecchie confezioni;

iii) l'integrazione delle informazioni presenti sul sito *web* con riferimento alle referenze di pasta *Passioni*.

21. Per quanto concerne la misura sub *i)*, Auchan si impegna a modificare le confezioni mediante la rimozione delle descrizioni frontali echeggianti l'italianità del prodotto (*i.e.* riferimenti alla Regione, ai metodi tradizionali utilizzati in tali territori nonché l'immagine dell'Italia). Inoltre, si impegna a fornire ai consumatori un'istantanea percezione del luogo di origine del grano duro, inserendo nella parte frontale dell'etichettatura, ovvero nello stesso campo visivo in cui vengono rappresentate le altre caratteristiche del

¹⁴ Doc. 9: Formulario impegni.

¹⁵ Doc. 15 del fascicolo istruttorio.

¹⁶ Doc. 20: Versione consolidata degli impegni, pervenuta in data 21 novembre 2019.

prodotto, la seguente l'indicazione relativa alla materia prima: “Paese di coltivazione del grano: UE e non UE”; “Paese di molitura: Italia”.

Detta misura investirà 5 referenze (*Maccheroncini di Campo Filone IGP*, *Pizzoccheri della Valtellina IGP*, *Filei*, *Maccheroni al Ferretto*, *Fettuccine di Campo Filone*), su un totale di 38 referenze (33 delle quali sono attualmente prodotte con grano di origine italiana).

Inoltre, sino all'impiego delle nuove etichette, Auchan si impegna ad apporre sulla parte frontale delle vecchie confezioni una etichetta adesiva riportante l'origine del grano, con la seguente indicazione ““Paese di coltivazione del grano: UE e non UE”; “Paese di molitura: Italia”. Auchan predisporrà, altresì, su un supporto rigido da esporre sugli scaffali dei propri punti vendita sino all'immissione in commercio delle nuove confezioni, una didascalia informativa che possa sin da subito rendere edotto il consumatore circa il luogo di origine della materia prima delle predette referenze.

Queste ultime misure (apposizione di una etichetta e esposizione di apposita didascalia sugli scaffali) saranno adottate anche con riferimento alle vecchie confezioni delle referenze “*Mafalde Pasta di Gragnano IGP*” ancora in commercio; al riguardo, il professionista ha precisato che a partire dal gennaio 2019 è stata impiegata esclusivamente semola 100% italiana, sicché, per il futuro, non procederà alla modifica della relativa confezione. Lo stesso vale anche per la referenza “*Ziti IGP*”, prodotta negli anni 2017 e 2018 con grani di provenienza estera, e che – laddove ancora presente nei punti vendita – verrà accompagnata dal predetto *display* informativo a scaffale e dall'apposizione di una idonea etichetta.

Tali misure non saranno adottate per altre referenze prodotte negli anni 2017 e 2018 con grani di provenienza estera (in dettaglio, *Calamarata IGP*, *Gigantoni IGP*, *Lumaconi IGP*, *Paccheri IGP*), in quanto non più presenti in commercio.

22. In ordine all'impegno *sub ii)*, Auchan si impegna a ritirare dal commercio entro tre mesi dalla chiusura del procedimento le vecchie confezioni delle referenze di pasta *Pizzoccheri della Valtellina* e *Mafalde Pasta Gragnano IGP* (i.e. vecchia ricetta). Per quanto concerne invece le vecchie confezioni di altre referenze oggetto degli impegni che siano rimaste inenute allo scadere dei 3 mesi successivi alla chiusura del procedimento (quali i *Maccheroncini di Campo Filone IGP*, i *Filei*, i *Maccheroni al Ferretto* e le *Fettuccine di Campo Filone*), il professionista si impegna ad apporre una etichetta adesiva frontale indicante il luogo di origine della

materia prima fino ad esaurimento scorte, per non dover mandare al macero l'invenduto allo scadere dei tre mesi.

23. La modifica del sito *internet* oggetto dell'impegno *sub iii)* investirà, in dettaglio, l'*home page* dedicata alla linea *Passioni* laddove, nel contesto della descrizione delle caratteristiche dei medesimi prodotti, verrà inserito un asterisco che rinvia ad una avvertenza, collocata in basso nella medesima pagina, nella quale si precisa che “*Alcune referenze di Pasta Passioni possono essere prodotte con grano duro coltivato in paesi europei ed extraeuropei*”. Inoltre, verranno integrate le didascalie descrittive di tutte le singole referenze pubblicizzate sul sito in cui sono utilizzate materie prime non coltivate in Italia (e, segnatamente, dei *Maccheroncini di Campo Filone IGP, Pizzoccheri della Valtellina IGP, Filei*), informando i consumatori che queste derivano da un grano duro coltivato in Paesi Europei diversi dall'Italia e da Paesi Extra-europei. Tale didascalia non riguarderà le referenze “*Paccheri IGP*” e “*Cavatelli*” per la cui produzione viene impiegata esclusivamente semola 100% italiana.

Infine, nel sito *internet e-commerce* del professionista verranno riportate le immagini delle referenze di pasta che recheranno l'informazione completa circa l'origine della materia prima impiegata.

24. Auchan si impegna ad implementare le misure sopra descritte entro 3 mesi dalla chiusura del procedimento, senza accertamento dell'infrazione.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 15 novembre 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 18 dicembre 2019, la suddetta Autorità ha ritenuto che, con riferimento al caso di specie, il consumatore medio, consultato il sito in conseguenza delle informazioni ivi presenti potrebbe essere indotto in errore circa l'origine della materia prima utilizzata per la preparazione del prodotto e procedere all'acquisto dei prodotti promossi e commercializzati, sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*. Nel caso di specie, pertanto, il mezzo *internet* è stato ritenuto uno strumento idoneo a influenzare

significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

V.1 Premessa

26. Scopo del presente intervento istruttorio è quello di evitare che gli elementi altamente evocativi dell'italianità del prodotto, apposti sulle confezioni della pasta a marchio *Passioni* e presenti sul sito *internet* del produttore, possano ingenerare nei consumatori l'equivoco che l'intera filiera produttiva della pasta, a partire dalla materia prima, sia italiana, mentre tale qualificazione concerne la localizzazione dei processi di trasformazione e delle competenze produttive.

27. Diversi studi empirici, condotti a livello europeo ed italiano, hanno fatto emergere l'importanza attribuita dai consumatori italiani all'informazione sull'origine del prodotto e della materia prima.

Una recente indagine europea ha mostrato che l'origine del prodotto alimentare è la variabile di scelta maggiormente considerata dagli italiani al momento dell'acquisto del cibo (è indicata dal 62% dei consumatori italiani, contro il 53% della media UE) e che ha un'importanza ben superiore a quella del prezzo¹⁷. Tali risultati appaiono confermare quelli già emersi in uno studio condotto per conto della Commissione Europea¹⁸ nel 2014, che aveva mostrato che l'origine è il fattore più frequentemente preso in considerazione nel processo di scelta del prodotto alimentare.

Secondo una recente indagine Ismea, inoltre, l'origine italiana del prodotto rassicura i consumatori, che la percepiscono come garanzia di qualità, di bontà del prodotto e di rispetto di *standard* di sicurezza alimentare¹⁹.

¹⁷ Food safety in the EU, Special Eurobarometer Wave EB91.3, Giugno 2019.

¹⁸ “Study on the mandatory indication of country of origin or place of provenance of unprocessed foods, single ingredient products and ingredients that represent more than 50% of a food”, prepared by Food Chain Evaluation Consortium for the Directorate General for Health and Food safety, Final Report, 10/9/2014. Su tale studio è basata la “Relazione della Commissione al Parlamento Europeo e al Consiglio sull'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza degli alimenti non trasformati, dei prodotti a base di un unico ingrediente e degli ingredienti che rappresentano più del 50% di un alimento” del 20/5/2015, COM(2015) 204 final.

¹⁹ Ismea, Indagine sull'etichettatura di origine dei prodotti agro-alimentari, Gennaio 2019. Il 78% dei consumatori intervistati si sente rassicurato dall'origine 100% italiana del prodotto, che è percepita da oltre il 90% di essi come assicurazione di qualità e bontà del prodotto e di rispetto di standard di sicurezza alimentare.

28. Con riguardo all'origine delle materie prime dei prodotti alimentari, la citata indagine Ismea evidenzia che i consumatori italiani considerano importante che essa sia facilmente individuabile e leggibile in etichetta²⁰. Tale esigenza informativa riguarda anche la pasta di semola di grano duro. Dall'indagine emerge che l'indicazione dell'origine della materia prima nel caso della pasta di semola di grano duro è importante per circa due terzi dei consumatori italiani²¹.

Anche secondo il già citato studio condotto per conto della Commissione Europea, il 57,9% dei consumatori italiani considera “molto importante” l'indicazione in etichetta del luogo di coltivazione del grano duro utilizzato per produrre la pasta, mentre un ulteriore 33,8% la considera “importante”. Tale attenzione per l'origine della materia prima trova riscontro nei comportamenti concreti di consumo: le vendite di pasta “100% Italiano”, prodotta con grano duro coltivato in Italia, sono aumentate, tra il 2016 e il 2018, dell'11%, a fronte di un lieve decremento delle vendite complessive di pasta di semola di grano duro²².

29. Una corretta informazione sull'origine della materia prima è, dunque, un elemento fondamentale per permettere al consumatore di effettuare una scelta consapevole sul mercato della pasta secca. Pertanto, al di là dell'imprescindibile riferimento agli obblighi informativi desumibili dalla normativa di settore, considerata l'importanza attribuita dai consumatori all'indicazione dell'origine della materia prima e del luogo di trasformazione, appare necessario evitare che le modalità di presentazione della pasta alimentare confondano il luogo di produzione della pasta con il luogo di origine del grano impiegato, ingenerando il convincimento che non solo il primo, ma anche il secondo siano esclusivamente italiani. A tal fine, solo una informativa chiara ed inequivocabile consente al consumatore di determinarsi consapevolmente all'acquisto.

30. Al riguardo, si rileva che gli obblighi di diligenza del professionista non si esauriscono nella mera osservanza delle norme poste dal Regolamento UE n. 1169/2011 (obbligo di indicazione dell'origine del grano duro in etichetta)²³. Nel caso di specie, a fronte della scelta del professionista di esaltare di molto l'italianità del prodotto, si rende necessario controbilanciare

²⁰ Ismea, cit..

²¹ Ismea, cit..

²² Ismea, cit..

²³ In tal senso, vedi, *ex multis*, Consiglio di Stato, sez. VI, 30 settembre 2016, n. 4048 e Tar Lazio, 3 gennaio 2017, n. 62.

tale enfasi con una più evidente e contestuale indicazione dell'origine del grano²⁴.

V.2 Valutazioni degli impegni

31. Inquadrata la *ratio* sottesa alla valutazione della proposta del professionista, l'Autorità ritiene che gli impegni assunti da Auchan, come da ultimo integrati, siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio.

32. In dettaglio, si osserva che l'impegno sub *i*) apporta un significativo miglioramento dell'etichettatura del prodotto, il quale investe l'attenuazione dell'enfasi sull'italianità dei prodotti e l'apposizione sul lato frontale delle confezioni dell'informazione sull'origine estera della materia prima.

Per tal via, gli elementi evocativi della tipicità regionale italiana della linea di pasta a marchio *Passioni* - oltre ad essere attenuati - vengono correttamente accompagnati dall'inserimento di indicazioni contestuali, apposti con adeguata evidenza grafica, sulla provenienza anche non italiana del grano duro dal quale si ricava la semola che viene trasformata in pasta. Una corretta informazione sull'origine del prodotto e della materia prima verrà dunque resa immediatamente e facilmente individuabile dal consumatore.

33. Inoltre, quanto al sito *internet*, con la misura sub *iii*) il professionista ha previsto l'inserimento, sull'*home page* della linea *Passioni* contenente la descrizione di tutti i prodotti, di un'apposita avvertenza circa la possibilità che le materie prime utilizzate per la produzione della pasta *Passioni* possano essere anche di origine estera. L'informazione sulla provenienza estera dei grani è inoltre fornita al consumatore anche nelle didascalie sulle singole referenze e nella sezione dedicata all'*e-commerce*. Pertanto, il consumatore che fruisce del sito *internet* di Auchan è posto in condizione di comprendere compiutamente le caratteristiche del prodotto prima di procedere al suo eventuale acquisto.

²⁴ Si veda, in proposito, Consiglio di Stato, sent. n. 1167/2019: "Appare oggettivamente ingannevole la pubblicità in merito alla quantità di olio di oliva utilizzato per friggere la patatina, atteso che la presenza di olio di oliva è enfatizzata in modo evidente sulla parte della confezione che, per essere frontale, contiene i claim che subito e più incisivamente colpiscono l'attenzione del consumatore il quale, se non approfondisce la propria indagine visiva ruotando la confezione e andando ad analizzare le specifiche quantità e presenza dei singoli ingredienti fino a scoprire la quantità di olio di oliva presente, peraltro in entità non significativa e rappresentata graficamente con dimensioni del carattere molto diverse rispetto a quelli utilizzati sul fronte della confezione e recanti il richiamo alla presenza di olio di oliva, portando a credere il consumatore che la friggitura avvenga esclusivamente con utilizzo dell'olio di oliva."

34. Gli impegni del professionista, nel loro complesso, appaiono in grado di rimediare alle criticità evidenziate nella comunicazione di avvio anche in considerazione dei tempi di implementazione delle misure (tre mesi) e dei rimedi transitori che verranno adottati nelle more dell'immissione in commercio delle nuove confezioni.

Sotto tale profilo, si osserva che le misure transitorie proposte, concernenti l'apposizione di idonee etichette e di un *display* informativo a scaffale per lo smaltimento delle scorte delle referenze di cui non è previsto il ritiro in commercio (per i *Maccheroncini di Campo Filone IGP, i Filei, Maccheroni al Ferretto, Fettuccine di Campo Filone*) consentono di rimediare al possibile profilo di ingannevolezza della comunicazione sin qui utilizzata dal professionista nelle more dell'attuazione completa degli impegni.

35. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Margherita Distribuzione S.p.A. (in precedenza denominata Auchan S.p.A.), nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Margherita Distribuzione S.p.A. (in precedenza denominata Auchan S.p.A.);

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Margherita Distribuzione S.p.A. (in precedenza denominata Auchan S.p.A.), ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, *lettera a)*, del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti, come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, *lettera a)*, del Regolamento;

c) che la società Margherita Distribuzione S.p.A. (in precedenza denominata Auchan S.p.A.), entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, 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 dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 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 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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli