



**CONAD SCONTA
CIÒ CHE CONTA.**

SCOPRI I PRODOTTI DELLA TUA SPESA DI TUTTI I GIORNI
A PREZZI BASSI E FISSI FINO AL 30 NOVEMBRE 2013.



http://www.conad.it/conad/home/promozioni.html?promo=ae779bd6-99eb-4148-9b42-1338f3b67451&utm_source=foodandweb&utm_medium=display&utm_campaign=bassiefissi

<http://www.foodweb.it/lo-spot-di-food/>

Antitrust, per ittici surgelati si precisano specie e

zona cattura

Mi piace

Registrati per vedere cosa piace ai tuoi amici.



L'Agcm-Autorità garante della concorrenza e del mercato è intervenuta di recente nei confronti di operatori che utilizzavano nelle etichette di prodotti ittici surgelati la denominazione generica/di fantasia 'Filetti di merluzzo', specificando la tipologia della specie e la zona di cattura nel retroetichetta, ossia nell'ambito delle indicazioni legali. Lo strumento utilizzato è stato quello della cosiddetta '*moral suasion*' prevista dall'art. 4 comma 5 "Delibera Agcm 8 agosto 2012, n. 23788 – *Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" che recita "A eccezione dei casi di particolare gravità, qualora sussistano fondati motivi tali da ritenere che il messaggio o la pratica commerciale costituisca una pubblicità ingannevole, una pubblicità comparativa illecita o una pratica commerciale scorretta, il responsabile del procedimento, dopo averne informato il Collegio, può invitare il professionista, per iscritto, a rimuovere i profili di possibile ingannevolezza o illiceità di una pubblicità ovvero di possibile scorrettezza di una pratica commerciale (*moral suasion*)".

Nel caso specifico, l'Autorità – convinta della sussistenza di un possibile contrasto con il Codice del consumo e quindi dell'integrazione di una pratica commerciale scorretta – ha richiesto d'indicare sempre "in ogni parte della confezione o in qualsiasi altro mezzo di comunicazione utilizzato, esattamente la tipologia della specie o la zona di cattura".

Le aziende coinvolte hanno scelto di adeguarsi alla *moral suasion* e con comunicato pubblicato l'11 settembre 2013 l'esito della procedura in oggetto è stato pubblicato sul sito www.agcm.it (<http://www.agcm.it>). La questione verteva

in particolare sull'uso del termine generico 'merluzzo' (denominazione utilizzabile per il *Merluccius merluccius*) nel fronte etichetta (tramite l'indicazione 'filetto/i di merluzzo') con declinazione nel retro delle specie identificabili per lo più nel merluzzo sudafricano (*Merluccius hubbsi*) o atlantico (*Merluccius capensis* o *Merluccius paradoxus*).

In sostanza, l'Agcm con la *moral suasion* in oggetto richiede un comportamento ultroneo (ossia aggiuntivo, basato evidentemente sul principio di diligenza dell'operatore) rispetto al "mero" rispetto della normativa, imponendo un'evidenziazione (anche ripetuta più volte) della specie e della zona di cattura al fine di evitare di indurre il consumatore a confondere prodotti di origine e qualità diversa.

Va ricordato che per i prodotti ittici la normativa comunitaria e nazionale (in particolare il Dm 27.03.2002) impongono di indicare in etichetta:

- la **denominazione commerciale**, secondo l'elenco di cui ai DdMm approvati dal ministero e costantemente aggiornati;
- la **denominazione scientifica della specie** interessata;
- il **metodo di produzione** (ossia se trattasi di prodotto pescato, in mare o acque dolci, o allevato) ;
- la **zona di cattura** (definita a livello comunitario), consistente per i prodotti pescati in mare nelle cosiddette 'zone Fao', per i prodotti pescati in acque dolci, la menzione dello Stato membro o del Paese terzo di origine del prodotto e per i prodotti di allevamento, lo Stato membro o il Paese terzo di allevamento in cui si è svolta la fase finale di sviluppo del prodotto.

Il tema della presentazione del prodotto al consumatore è stata oggetto di diverse discussioni con posizioni a volte diversificate. Così per esempio nel 2011 il ministero delle Politiche agricole in risposta ad alcuni quesiti posti dalle Capitanerie di porto aveva ammesso la possibilità di utilizzo di una denominazione di fantasia (per esempio: Cuori di merluzzo) nella presentazione del prodotto purché la denominazione commerciale ex Dm 27/3/2002 fosse poi riportata in etichetta (anche solo nel retro).

Alcune associazioni di categoria, in linea con il ministero, hanno altrettanto ritenuto accettabile l'uso di una "denominazione di fantasia" sul fronte etichetta, suggerendo l'inserimento di un *alert* per il consumatore circa la verifica della tipologia e la zona di cattura nel retro della confezione.

La posizione dell'Agcm si pone indubbiamente su un piano più rigoroso. Rimane il dubbio se la tematica rimanga limitata al tema del merluzzo o debba considerarsi un principio generale imposto per qualsiasi altra specie che si presti a essere presentata con una denominazione generica rispetto alle diverse specie definite esattamente nei decreti ministeriali contenenti le denominazioni commerciali dei prodotti ittici.

Avv. Gaetano Forte

www.avvocatogaetanoforte.it

Articoli e video correlati

<http://www.foodweb.it/2013/10/kimbo-premio-per-la-migliore-campagna-adv-internazionale/>

