

Etichetta, vietato mettere “Al gusto di...” se l'ingrediente non c'è

Con una propria sentenza la Corte di Giustizia Ue ha decretato che in caso di messaggi di marketing in etichetta dei prodotti alimentari e bibite quali “al gusto di... (nome del frutto)” tale indicazione sia da limitarsi ai prodotti che effettivamente contengano l'ingrediente. Tuttavia, la Corte ha stabilito che configuri comunicazione ingannevole al consumatore anche la presenza dell'ingrediente... in forma di “aroma naturale” – pure considerabile a tutti gli effetti legali come “ingrediente” e non quindi solo l'aroma artificiale – o natural-identico. Questo perché a tutti gli effetti, con il Reg. 1334/2008, non è più possibile differenziare in etichetta tra aromi davvero naturali e aromi natural-identici, con possibilità di fatto di ingannare il consumatore.

La Corte di Giustizia chiarisce il dettato della normativa Food Information to Consumers su un aspetto particolarmente delicato. Ad ogni modo sarà rimesso alle autorità nazionali la possibilità di intervenire, con ampi spazi di discrezionalità su quello che sembra uno degli aspetti “scoperti” del marketing alimentare. La sentenza premette ad una migliore segmentazione differenziale tra chi utilizza ingredienti di provenienza agricola e chi invece solo industriale.

Spesso gli aromi sono utilizzati per occultare la qualità reale delle materie prime. Va però chiarito meglio, in caso di aromi naturali considerabili a tutti gli effetti ingredienti, quale sia la soglia necessaria per non profilare una comunicazione ingannevole. Ad esempio, l'olio essenziale di bergamotto – a tutti gli effetti un aroma naturale “ingrediente” – potrebbe non essere sufficiente, in base alla interpretazione della Corte, per designare “al gusto di bergamotto” un preparato alimentare. Ulteriore aspetto delicato è quello della delega alle autorità nazionali con possibile ulteriore frammentazione interpretativa.

Infine la sentenza segnala un profondo disallineamento tra reg. 1169/2011 (più a tutela del consumatore) e reg. 1334/2008 (a favore della grande industria): regolamento, quest'ultimo, che consentiva appunto di nascondere nella stessa categoria gli aromi naturali quali estratti naturali o invece aromi natural-identici (quindi di derivazione chimica), senza che ciò fosse apprezzabile al consumatore. Ora la difficoltà sarà appunto che anche chi utilizza aromi naturali veri (come la vaniglia) potrebbe teoricamente essere considerato fuori legge.

Ci si attendono chiarimenti da parte delle istituzioni preposte, per consentire una corretta vendita e informazione ai consumatori ma anche la certezza del diritto ai produttori alimentari. In tal senso, sembra auspicabile una correzione del reg. 1334/2008, al fine di renderlo compatibile con i doveri di informazione ai consumatori quale aspetto di tutela prioritaria. Cosa che potrà accadere, ad esempio, ripristinando la distinzione tra “aromi naturali” e “aromi natural-identici” come precedente al reg. 1334.