

Ricorso all'Antitrust più facile per salvaguardare il made in Italy a tavola

E' stata semplificata la procedura istruttoria in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette con la delibera dell'8 agosto 2012, n. 23788, emessa dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Un provvedimento importante che consente di salvaguardare il settore agroalimentare denunciando eventuali pubblicità, campagne informative o diciture in etichetta false o ingannevoli, soprattutto, rispetto all' origine geografica delle materie prime.

Questa procedura può essere attivata da qualsiasi soggetto o organizzazione che ne abbia interesse per richiedere la verifica dell'ingannevolezza di informazioni fornite su un prodotto, basta inoltrare una semplice comunicazione all'Autorità con i propri dati identificativi e l'indicazione specifica del prodotto e dell'impresa di produzione nonché i motivi per i quali si ritengono false le informazioni fornite sullo stesso.

Una volta presentato il ricorso, se l'Autorità ritiene che vi siano i presupposti, apre un'istruttoria per effettuare i dovuti accertamenti e verificare l'ingannevolezza delle informazioni fornite dall'impresa sul prodotto. Può anche essere disposta la sospensione immediata dei messaggi, in caso di particolare urgenza alla luce di gravi profili di illegittimità della pratica pubblicitaria, che possono procurare un danno ai consumatori.

I soggetti pubblici e privati o le organizzazioni a cui può derivare un pregiudizio dalle illegittimità che devono essere accertate nell'ambito di un'istruttoria, possono intervenire in un procedimento già attivato, con una richiesta scritta e contenente le motivazioni circa lo specifico interesse ad intervenire, anche rispetto al contributo che si può apportare all'istruttoria.

Al termine delle indagini l'Autorità, se sussistono le condizioni, emette un provvedimento con cui dichiara l'ingannevolezza delle informazioni pubblicitarie o delle indicazioni presenti sull'etichetta del prodotto, sanzionando con una pena pecuniaria l'impresa produttrice che deve disporre la modifica dei messaggi ritenuti illegittimi.

La Coldiretti si è spesso resa artefice di ricorsi all'Autorità con l'obiettivo di tutelare la legittimità delle informazioni fornite sui prodotti nel settore agroalimentare, infatti, il successo di tali iniziative ha permesso il rispetto di condizioni di corretta concorrenza tra le imprese e di trasparente informazione per il consumatore. Si ricorda, a titolo di esempio, il caso del formaggio prodotto nel Comune di San Paolo di Civitate (FG) la cui denominazione, Fiorella del Gargano, utilizzata da un'impresa industriale di trasformazione, grazie alla denuncia all'Antitrust della Coldiretti, è stata riconosciuta ingannevole, poiché induceva il consumatore a credere erroneamente che il prodotto provenisse da uno specifico territorio - come il Parco del Gargano - mentre, di fatto, il luogo di origine corrispondeva ad una diversa area geografica.

Anche rispetto a possibili casi di contraffazione, considerata l'efficacia di questa procedura, sarebbe utile che ogni soggetto o organizzazione faccia immediato ricorso all'Autorità di fronte possibili casi di pratiche ritenute ingannevoli, poiché usurpative o imitative di marchi, segni distintivi, immagini o simboli, che si riferiscono ad una determinata area di produzione.