

Spot ingannevoli, l'Antitrust contro i colossi alimentari

● **Danone, Colussi e Galbusera: messaggi fuorvianti ai consumatori ● 340mila euro di multa**

Yogurt con più calcio, biscotti e cracker meno grassi e «più leggeri», slogan pubblicitari con promesse salutiste che confondono il consumatore, fuorviandolo da acquisti consapevoli tra i banconi del supermercato. Lo afferma l'Antitrust che bacchetta alcuni colossi alimentari come Danone, Colussi, Galbusera per pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette, comminando sanzioni per complessivi 340mila euro, accolte positivamente dal mondo delle associazioni dei consumatori, con il Codacons che sottolinea come tali messaggi «confondono il consumatore, modificandone le scelte d'acquisto». Nel miri-

no del Garante, lo yogurt Danaos prodotto dalla Danone, che indurrebbe all'acquisto i consumatori particolarmente preoccupati della carenza di calcio nella propria dieta alimentare, promettendo di coprire il 50% del fabbisogno quotidiano di calcio, anche se - os-

serva l'Antitrust - tale fabbisogno varia notevolmente in base alle fasce di età. Così per pratica commerciale scorretta, il Garante della concorrenza ha deciso di comminare al colosso alimentare una sanzione da 180mila euro. La pubblicità del prodotto, si legge nell'ultimo bollettino dell'Autorità, «è in grado di falsare le scelte economiche di una fascia di consumatori sensibili alle tematiche salutistiche, particolarmente attente alle opportunità di risolvere con un alimento, la carenza di calcio paventata». «Prendiamo atto, pur non condividendola, della decisione dell'Antitrust, contro la quale ricorreremo» replica la Danone difendendo a spada tratta lo yogurt, prodotto di punta, «innovativo, frutto della ricerca scientifica di Danone che ha riscontrato grande apprezzamento presso il pubblico per il suo contributo ad integrare la carenza di calcio nell'alimentazione quotidiana». Altrettanto ingannevoli le informazioni nutrizionali indicate per alcuni prodotti

(cracker e biscotti) dalla Galbusera, multata con una sanzione da 60mila euro. Secondo l'Antitrust, viene assicurata una inferiore quantità percentuale di grassi senza indicare però il termine di raffronto utilizzato. Stessa osservazione per un tipo di biscotti reclamizzati come «più leggeri». Le relative campagne promozionali, secondo l'authority, ingenerano «l'idea che i prodotti reclamizzati abbiano, quanto a contenuto in grassi, una portata nutrizionale inferiore a quella effettiva», ingannando il consumatore. Sanzione infine da 100mila euro alla Colussi anche in questo caso per avere diffuso messaggi pubblicitari con vantii nutrizionali di tipo comparativo mancanti di raffronto e privi delle tabelle analitiche di raffronto. Prodotti che espongono diciture quali «meno grassi» e «meno grassi saturi», denominazione di specifiche linee di prodotti «in grado di confondere il consumatore e quindi di falsarne in misura apprezzabile il comportamento economico».

