



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI MEDICINA E CHIRURGIA

Corso di laurea in tecniche della prevenzione
nell'ambiente e nei luoghi di lavoro

**Etichettatura alimentare e tutela dei consumatori
dalla pubblicità ingannevole**

Food labelling and consumer protection against misleading advertising

Relatore

Dott. **Massimo Principi**

Tesi di laurea di

Edoardo Tallevi

Correlatore

Dott. **Matteo Fiorindi**

A.A. 2024/2025

Sommario

Introduzione.....	1
Capitolo 1 – L’etichettatura alimentare.....	3
1.1 Definizione e funzioni dell’etichettatura alimentare	3
1.2 Normativa di riferimento	6
1.2.1. Regolamento (UE) n.1169/2011	7
1.2.2. Regolamento (CE) n.178/2002.....	10
1.2.3. Decreto Legislativo 2017/625	12
1.2.4. Decreto Legislativo 2017/231	14
1.3. Tipologie di etichettatura alimentare	15
1.3.1 Etichettatura obbligatoria	15
1.3.2 Etichettatura volontaria	19
1.3.3 Sistemi di etichettatura semplificata (front-of-pack).....	20
Capitolo 2 - La pubblicità ingannevole.....	24
2.1. Definizione	24
2.2 Normativa di riferimento	24
2.2.1. Regolamento (UE) 1169/2011 (artt. 7 e 14)	25
2.2.2. Regolamento (CE) 1924/2006.....	25
2.2.3. Decreto Legislativo 206/2005 – Codice Del Consumo (artt. 20 e 27).....	26
2.3. Le condizioni che traggono in inganno il consumatore	27
2.4 Gli effetti della pubblicità ingannevole	30
2.5. Casi pratici di pubblicità ingannevole	33
Capitolo 3 – Etichettatura e Controlli Ufficiali.....	39
3.1. Cos’è il Controllo Ufficiale	39
3.2. Normativa di riferimento	40
3.3. Autorità competenti e Controllo Ufficiale nell’ambito della etichettatura	47
3.4. Relazione annuale del Ministero della salute in merito ai Controlli Ufficiali.....	51
3.4.1. Controlli Ufficiali sull’etichettatura alimentare: analisi dei dati nazionali. ...	53
Conclusioni.....	56
Bibliografia e sitografia	58

Introduzione

Nell'attuale contesto del mercato alimentare, caratterizzato da una crescente varietà di prodotti e da una forte competizione tra gli operatori del settore, l'informazione al consumatore va ad assumere un ruolo centrale. L'etichettatura alimentare rappresenta uno degli strumenti principali attraverso la quale il consumatore può conoscere le caratteristiche di un determinato alimento, valutandone la sua qualità, in modo da compiere scelte di acquisto consapevoli.

Oltre alla funzione informativa, l'etichettatura rappresenta anche un importante mezzo di comunicazione, utilizzato dalle varie imprese per valorizzare i propri prodotti. Proprio per questo motivo, al fine di garantire la correttezza e la trasparenza commerciale, la normativa europea e nazionale ha progressivamente rafforzato il quadro regolatorio di riferimento. Tale evoluzione ha portato all'inserimento di regole sempre più finalizzate ad evitare l'accadimento di pratiche scorrette o ingannevoli, andando al tempo stesso a tutelare la salute del consumatore.

Nonostante l'esistenza di un articolato sistema normativo però, all'interno del settore alimentare possono comunque verificarsi fenomeni di comunicazione commerciale scorretta, che attraverso strategie di marketing o modalità di presentazione del prodotto possono indurre il consumatore a percezioni errate sulle caratteristiche, qualità o benefici degli alimenti. Per evitare che ciò accada, risulta fondamentale il ruolo delle Autorità competenti, le quali attraverso Controlli Ufficiali vanno a svolgere attività di verifica, ispezione, campionamento e audit, andando a garantire il rispetto della normativa vigente e assicurando che le informazioni riportate in etichetta siano conformi alla normativa.

La presente tesi si propone di analizzare il tema dell'etichettatura alimentare e delle possibili forme di comunicazione ingannevole ad essa collegate, esaminando al contempo il sistema dei Controlli Ufficiali predisposto per garantire il rispetto delle norme e la tutela dei consumatori. Nello specifico:

- CAPITOLO 1: viene analizzato il quadro normativo e concettuale dell'etichettatura alimentare, con particolare riferimento alle funzioni informative dell'etichetta e ai principali obblighi previsti dalla normativa europea;
- CAPITOLO 2: vengono approfondite le pratiche di marketing ingannevole nel settore alimentare e le loro possibili conseguenze sulla salute, comportamenti e decisioni del consumatore (esempi: effetto alone; associazione simbolica automatica, bias di salienza ed euristica di semplicità);
- CAPITOLO 3: è dedicato al sistema dei controlli ufficiali nel settore alimentare, con particolare attenzione alle attività di verifica dell'etichettatura e all'analisi dei dati relativi ai controlli ufficiali effettuati in Italia, al fine di evidenziare il ruolo delle Autorità competenti nella prevenzione e nel contrasto delle irregolarità

Capitolo 1 – L’etichettatura alimentare

1.1 Definizione e funzioni dell’etichettatura alimentare

La definizione di etichettatura alimentare viene stabilita dall’articolo 2 del Regolamento (UE) n. 1169/2011, il quale la definisce come *“qualsiasi menzione, marchio, immagine o simbolo che si riferisca ad un alimento e figure su qualsiasi imballaggio, documento, avviso, etichetta, anello o fascetta che lo accompagni”*.

Essa rappresenta uno degli strumenti principali per la tutela del consumatore, in quanto consente ad esso di ottenere informazioni chiare, trasparenti e affidabili sui prodotti immessi sul mercato alimentare. Il suo obiettivo principale è far sì che il cittadino possa compiere scelte di acquisto consapevoli, basate sulla conoscenza delle caratteristiche, dell’origine e della composizione di un determinato prodotto alimentare, contribuendo al contempo a prevenire pratiche commerciali scorrette da parte di alcune imprese alimentari.¹

L’etichettatura alimentare possiede molteplici funzioni, tra cui:

- **Funzione informativa:** costituisce la sua funzione principale, infatti attraverso le informazioni riportate sull’imballaggio, il consumatore è in grado di determinare e riconoscere la natura, la composizione e le caratteristiche essenziali del prodotto, permettendogli di capire nello specifico da quali ingredienti è composto e il luogo di provenienza, facilitando il confronto tra le diverse opzioni presenti sul mercato alimentare. Una particolare attenzione è posta allo stesso tempo anche ad aspetti importanti come la presenza di allergeni e l’uso di additivi, andandoli ad evidenziare graficamente (ad esempio in grassetto), proprio per ridurre il rischio di esposizione accidentale e favorire la corretta gestione delle diete questi due elementi non sono gli unici da tenere conto, infatti l’etichetta di un prodotto, deve riportare altre informazioni come le modalità di

¹ Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori. (GU L304/18 del 22/11/2011);

conservazione, di preparazione e la data di scadenza, le quali possiedono un'ulteriore valenza sanitaria, in quanto aiutano a prevenire contaminazioni microbiologiche o deterioramenti del prodotto. È pertanto possibile affermare che la funzione informativa non si limita ad una semplice descrizione del prodotto, ma diviene un vero e proprio strumento di tutela dei diritti del consumatore;

- **Funzione educativa:** accanto alla funzione informativa, l'etichettatura alimentare svolge una rilevante funzione educativa, contribuendo a promuovere scelte alimentari più equilibrate e stili di vita salutari, infatti, grazie alla dichiarazione nutrizionale obbligatoria (introdotta a livello europeo dal 13 dicembre 2016 in riferimento al Regolamento (UE) n. 1169/2011) il consumatore è in grado di valutare con maggiore consapevolezza il contenuto energetico e nutrizionale dei prodotti, confrontando i valori di zuccheri, grassi, sale o proteine potendo così orientarsi verso alternative alimentari più salutari. Questo tipo di funzione si va ad inserire pienamente nelle politiche pubbliche di educazione alimentare promosse dal Ministero della Salute, il quale mira a diffondere le corrette conoscenze sull'alimentazione e a prevenire patologie legate a diete squilibrate o eccessivamente caloriche, portando così il consumatore a consolidare abitudini virtuose rafforzando la cultura della prevenzione;
- **Funzione economica e commerciale:** questa tipo di funzione si concentra sulla trasparenza e la leale concorrenza tra le varie imprese, impedendo la formazione di pratiche ingannevoli e garantendo la correttezza del mercato. Infatti, attraverso un'informazione completa e verificabile, l'etichetta permette ai produttori di differenziare i propri prodotti sulla base della qualità, dell'origine o di specifiche caratteristiche nutrizionali, andando in questo modo a stimolare una competizione fondata sull'affidabilità e non sull'inganno. La funzione economico-commerciale dell'etichetta si manifesta anche e soprattutto nella valorizzazione dei prodotti tipici e di qualità certificata tramite dei sistemi di certificazione, come quelli a denominazione d'origine protetta (DOP), indicazione geografica protetta (IGP) o specialità tradizionale garantita (STG). Questi sistemi rappresentano un

importante strumento di competitività per le imprese alimentari italiane ed europee, in quanto permettono al consumatore di riconoscere facilmente la provenienza e l'autenticità di un prodotto, rafforzando al tempo stesso il rapporto di fiducia tra produttore e acquirente, aspetto ormai centrale nell'economia alimentare contemporanea in cui la tracciabilità² e la reputazione aziendale influenzano in modo significativo le scelte di acquisto;

- **Funzione giuridica:** la funzione giuridica dell'etichettatura alimentare si fonda sul ruolo dell'etichetta inteso come strumento di garanzia normativa che va ad assicurare il rispetto delle disposizioni europee e nazionali in materia di tracciabilità, sicurezza e responsabilità dell'operatore del settore alimentare (OSA), che viene definito dall'art. 3, c. 1 punto 3 del Regolamento (CE) n.178/2002³ come la persona fisica o giuridica la quale ha la responsabilità di garantire il rispetto delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza alimentare in tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla distribuzione;
- **Funzione ambientale:** negli ultimi anni l'etichettatura alimentare ha assunto anche una marcata funzione ambientale, divenendo uno strumento di sensibilizzazione e responsabilizzazione del consumatore verso pratiche di consumo più sostenibili. La crescente attenzione verso la sostenibilità della filiera alimentare, sostenuta dalle strategie "*Farm to Fork*" e "*Green Deal*", ha condotto all'introduzione di nuovi obblighi informativi relativi agli imballaggi e alla gestione dei rifiuti, sanciti dal D.lgs. 116/2020⁴ che recepisce le direttive europee

² Rintracciabilità: significa la capacità di ricostruire e seguire il percorso di un alimento (o di un ingrediente destinato a farne parte) in tutte le fasi della filiera, ovvero dalla produzione delle materie prime fino al consumatore finale. Essa è utile per capire la provenienza di un determinato prodotto alimentare, il modo in cui è stato prodotto e i luoghi in cui è stato distribuito, in modo da garantire sicurezza, controllo di qualità ed eventuali interventi rapidi in caso di problemi. (cfr art. 3, c. 1 punto 15 del Regolamento (CE) 178/2002);

³ Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare (GU L 31 dell'1.2.2002);

⁴ Decreto Legislativo 3 settembre 2020, n. 116 Attuazione della direttiva (UE) 2018/851 che modifica la direttiva 2008/98/CE relativa ai rifiuti e attuazione della direttiva (UE) 2018/852 che modifica la direttiva 1994/62/CE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio. (GU n. 226 del 11-9-2020);

sull'economia circolare e impone ai produttori di riportare sull'imballaggio o sull'etichetta le indicazioni necessarie per un corretto smaltimento o riciclo dei materiali, consentendo così al cittadino di partecipare attivamente alla riduzione dell'impatto ambientale. Per questo motivo, oltre a garantire la tracciabilità dei materiali di confezionamento, questa funzione assume anche un valore educativo orientando il consumatore verso comportamenti più rispettosi nei confronti dell'ambiente, incoraggiando allo stesso tempo anche le imprese ad investire in soluzioni di packaging ecocompatibili.

1.2 Normativa di riferimento

Dal punto di vista storico, la normativa sull'etichettatura alimentare rappresenta il risultato di un'evoluzione durata oltre trent'anni. Nel corso degli anni Ottanta e Novanta del 1900, i singoli Stati membri disponevano di norme nazionali spesso differenti le une dalle altre, andando così a creare varie difficoltà al commercio intraeuropeo oltre che a diverse disuguaglianze nella tutela del consumatore.

La Direttiva 79/112/CEE del 1978⁵ costituì il primo tentativo di armonizzazione, introducendo principi generali di riferimento in materia che, con le successive modifiche, condusse alle Direttiva 2000/13/CE⁶ che per molti anni rappresentò il principale riferimento legislativo europeo, fino all'entrata in vigore il 13 dicembre 2014 del Regolamento (UE) n.1169/2011. Con questo atto normativo l'Unione Europea ha realizzato un sistema coerente fondato sulla trasparenza, sicurezza e corretta informazione, andando a fornire tutte le informazioni necessarie in merito ai prodotti presenti all'interno del mercato agroalimentare.

Di seguito si richiamano le principali norme regolamentari europee che disciplinano direttamente o indirettamente l'etichettatura alimentare.

⁵ Direttiva 79/112/CEE del Consiglio, del 18 dicembre 1978, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati Membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari destinati al consumatore finale, nonché la relativa pubblicità (GU L 33 del 8.2.1979);

⁶ Direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità (GU L 109 del 6.5.2000);

1.2.1. Regolamento (UE) n.1169/2011

Il campo di applicazione del Regolamento (UE) n.1169/2011 è definito da vari articoli; tra i principali:

- Artt. 1 e 3: essi stabiliscono l'ambito entro cui le disposizioni trovano effettiva operatività, prevedendo che la normativa si vada ad applicare a tutti gli alimenti destinati al consumatore finale, comprendendo quindi non solo i prodotti commercializzati nei punti vendita tradizionali, ma anche quelli forniti alle collettività, come mense, ospedali, scuole e altre strutture pubbliche o private dedicate alla ristorazione collettiva;
- Art. 2: esso contiene alcune definizioni fondamentali che vanno a chiarire il significato dei principali termini utilizzati nella normativa, aiutando a comprendere meglio l'ambito e le finalità della disciplina. Tra le definizioni più rilevanti si trovano:
 - **informazioni sugli alimenti:** *“le informazioni concernenti un alimento e messe a disposizione del consumatore finale mediante un’etichetta, altri materiali di accompagnamento o qualunque altro mezzo”;*
 - **normativa in materia di informazioni sugli alimenti:** *“le disposizioni dell’Unione che disciplinano le informazioni sugli alimenti”*
 - **informazioni obbligatorie sugli alimenti:** *“le indicazioni che le disposizioni dell’Unione impongono di fornire al consumatore finale”;*
 - **collettività:** *“qualunque struttura (compreso un veicolo o un banco di vendita fisso o mobile), come ristoranti, mense, scuole, ospedali e imprese di ristorazione in cui, nel quadro di un’attività imprenditoriale, sono preparati alimenti destinati al consumo immediato da parte del consumatore finale”;*
 - **alimento preimballato:** *“l’unità di vendita destinata a essere presentata come tale al consumatore finale e alle collettività, costituita da un alimento e dall’imballaggio in cui è stato confezionato prima di essere messo in vendita”;*

- **ingrediente:** *“qualunque sostanza o prodotto, compresi gli aromi, gli additivi e gli enzimi alimentari, e qualunque costituente di un ingrediente composto utilizzato nella fabbricazione o nella preparazione di un alimento e ancora presente nel prodotto finito, anche se sotto forma modificata”;*
- **ingrediente composto:** *“un ingrediente che è esso stesso il prodotto di più ingredienti”;*
- **ingrediente primario:** *“l’ingrediente o gli ingredienti di un alimento che rappresentano più del 50 % di un determinato alimento”;*
- **etichetta:** *“qualunque marchio commerciale o di fabbrica, segno, immagine o altra rappresentazione grafica scritto, stampato, stampigliato, marchiato, impresso in rilievo o a impronta sull’imballaggio o sul contenitore di un alimento o che accompagna un imballaggio o un contenitore”;*
- **campo visivo:** *“tutte le superfici di un imballaggio che possono essere lette da un unico angolo visuale. Per campo visivo principale si intende invece quello più probabilmente esposto al primo sguardo del consumatore al momento dell’acquisto e che permette ad esso di identificare immediatamente il carattere e la natura del prodotto, ed eventualmente, il suo marchio di fabbrica”;*
- **leggibilità:** *“l’apparenza fisica delle informazioni, tramite le quali l’informazione è visivamente accessibile al pubblico in generale e che è determinata da diversi fattori, tra cui le dimensioni del carattere, la spaziatura tra lettere e righe, lo spessore, il tipo di colore, la proporzione tra larghezza e altezza delle lettere, la superficie del materiale nonché il contrasto significativo tra scritta e sfondo”;*
- **denominazione legale:** *“la denominazione di un alimento prescritta dalle disposizioni dell’Unione a esso applicabili o, in mancanza di tali disposizioni, la denominazione prevista dalle disposizioni legislative,*

regolamentari e amministrative applicabili nello Stato membro nel quale l'alimento è venduto al consumatore finale o alle collettività”;

- **denominazione usuale:** *“una denominazione che è accettata quale nome dell'alimento dai consumatori dello Stato membro nel quale tale alimento è venduto”;*
- **denominazione descrittiva:** *“una denominazione che descrive l'alimento e, se necessario, il suo uso e che è sufficientemente chiara affinché i consumatori determinino la sua reale natura e lo distinguano da altri prodotti con i quali potrebbe essere confuso;*

L'insieme di queste definizioni non possiedono un valore puramente terminologico, ma costituiscono il cuore operativo del sistema, in quanto vanno ad individuare con precisione la responsabilità e i confini applicativi della normativa. L'art. 8 del Regolamento (UE) n. 1169/2011 attribuisce un ruolo centrale all'OSA, individuandolo come il principale responsabile della veridicità e della conformità delle informazioni riportate in etichetta, stabilendo che sia proprio l'OSA (sotto il cui nome o marchio il prodotto è commercializzato) a dover garantire al consumatore dati chiari, corretti e non fuorvianti. Quando l'operatore del settore alimentare non si trovi all'interno dell'Unione Europea, in tal caso la responsabilità ricade sull'importatore, il quale assume ruolo di garante della conformità del prodotto alla normativa europea, con una responsabilità estesa lungo l'intera filiera alimentare volto ad assicurare che la distanza geografica o commerciale non comprometta la sicurezza e la trasparenza delle informazioni fornite al consumatore.

In sintesi è quindi possibile affermare che il Regolamento (UE) n.1169/2011 abbia una visione ampia e complessiva che riguarda l'etichettatura alimentare in ogni suo ambito, secondo la quale ogni informazione che accompagna un alimento (sia essa riportata su un'etichetta tradizionale o visualizzata in formato digitale) dovrà rispettare i principi fondamentali di chiarezza, veridicità e trasparenza, i quali rappresentano degli elementi imprescindibili per mantenere e rafforzare la fiducia del cittadino nel sistema alimentare europeo.

1.2.2. Regolamento (CE) n.178/2002

Il Regolamento (CE) n.178/2002 rappresenta la cornice del diritto alimentare europeo moderno, in quanto va a stabilire i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, fissando le procedure per la sicurezza alimentare e istituendo l'EFSA (Autorità Europea Per La Sicurezza Alimentare) ⁷.

Esso è direttamente applicabile in tutti gli stati membri UE e va a riguardare tutte le fasi della filiera alimentare, ovvero: produzione, trasformazione, trasporto, distribuzione degli alimenti, a partire dalle materie prime con cui sono costituiti, andando a coinvolgere tutte le figure, a partire dagli operatori del settore alimentare (OSA), gli operatori del settore dei mangimi (OSM)⁸ gli organi di controllo, le autorità giudiziarie, fino ai consumatori (come destinatari finali della tutela) ⁹.

Gli articoli che lo compongono sono i seguenti:

- **Art. 6 ANALISI DEL RISCHIO:** esso rappresenta il fondamento della legislazione alimentare, basata su elementi scientifici e svolta in modo indipendente, obiettivo e trasparente. Si compone di tre fasi che sono in ordine: *valutazione del rischio – gestione del rischio* (tiene conto dei risultati della valutazione del rischio, dei pareri dell'EFSA e del principio di precauzione) – *comunicazione del rischio*”;
- **Art. 7 PRINCIPIO DI PRECAUZIONE:** stabilisce che quando esiste la possibilità di effetti dannosi per la salute, ma permane incertezza scientifica possano essere adottate delle misure provvisorie di gestione del rischio in modo tale da garantire un elevato livello di tutela della salute. Queste misure devono risultare proporzionate, limitate allo stretto necessario, riesaminate entro un periodo di tempo ragionevole e adottate in attesa di dati scientifici più completi;
- **Art. 8 TUTELA DEGLI INTERESSI DEI CONSUMATORI:** la legislazione alimentare si pone come obiettivo quello di tutelare gli interessi dei consumatori e consentire

⁸ Operatori del settore dei mangimi (OSM): sono persone fisiche o giuridiche responsabili, in qualsiasi fase della filiera, di garantire il rispetto della normativa europea e nazionale inerente alla sicurezza, igiene e qualità dei mangimi che producono, immagazzinano, distribuiscono o somministrano agli animali;

loro scelte consapevoli andando a prevenire pratiche fraudolente o ingannevoli, adulterazione degli alimenti o qualsiasi pratica idonea a indurre in errore il consumatore;

- Art. 9-10 **CONSULTAZIONE E INFORMAZIONE DEI CITTADINI**: i cittadini vengono consultati direttamente o tramite organi rappresentativi e di conseguenza informati qualora esistessero dei motivi ragionevoli per sospettare di un rischio inerente a un alimento o mangime;
- Art. 11-12 **ALIMENTI E MANGIMI IMPORTATI ED ESPORTATI**: per quanto riguarda le importazioni, esse devono rispettare la legislazione alimentare UE e gli accordi tra UE e paese terzo, mentre le esportazioni devono rispettare invece le norme del paese di destinazione e gli accordi bilaterali;
- Art. 14 **REQUISITI DI SICUREZZA DEGLI ALIMENTI**: gli alimenti a rischio non possono essere immessi sul mercato e per alimento a rischio si intende quell'alimento che può essere dannoso per la salute o inadatto al consumo umano, tramite una valutazione basata su condizioni d'uso normali e informazioni fornite al consumatore considerando effetti immediati, a breve e a lungo termine. Gli alimenti a rischio possono derivare anche da errori informativi, ad esempio tramite allergeni non dichiarati, errata data di scadenza o errate modalità di conservazione. Inoltre, tale articolo indica che nel caso in cui un alimento a rischio dovesse far parte di un lotto, viene presupposto il fatto che tutto il lotto sia a rischio, salvo una valutazione approfondita e contraria;
- Art. 15 **REQUISITI DI SICUREZZA DEI MANGIMI**: i mangimi a rischio non possono essere immessi sul mercato e non possono essere somministrati ad animali da produzione alimentare. Tali mangimi vengono definiti a rischio se risultano nocivi per la salute animale o nel caso in cui dovessero rendere pericoloso un alimento di origine animale;
- Art. 16 **PRESENTAZIONE DEGLI ALIMENTI**: esso comprende la forma, l'aspetto e il confezionamento dell'alimento, i materiali utilizzati, il contesto espositivo e le informazioni diffuse con qualsiasi mezzo;

- Art. 17 **OBBLIGHI DEGLI OPERATORI E DEGLI STATI**: gli operatori del settore alimentare e dei mangimi devono garantire la conformità alla legislazione alimentare e verificare il rispetto delle norme in tutte le fasi. Gli stati membri devono invece applicare la legislazione, organizzare sistemi ufficiali di controllo e stabilite sanzioni efficaci, proporzionate e dissuasive;
- Art. 18 **RINTRACCIABILITA'**: essa risulta essere obbligatoria in tutte le fasi e gli operatori devono svolgere una serie di compiti tra i quali, identificare i fornitori e i clienti, disporre di sistemi documentali e rendere disponibili le informazioni alle autorità, inoltre gli alimenti devono essere etichettati o identificati per facilitarne la rintracciabilità;
- Art. 19 **OBBLIGHI IN CASO DI ALIMENTO NON SICURO**: nel caso in cui un OSA ritenesse che un alimento non sia sicuro, deve avvenire il ritiro immediato di tale alimento (ovvero impedire l'esposizione e la distribuzione), bisogna informare le autorità e i consumatori e procedere per un eventuale richiamo (ottenere restituzione da parte del consumatore che ha acquistato il prodotto).

È possibile affermare quindi che l'obiettivo di tale regolamento risulta essere quello di garantire un alto livello di tutela della vita e della salute umana, contribuendo alla libera circolazione nel mercato europeo di alimenti sicuri e sani, tenendo conto della salute e del benessere animale, vegetale e ambientale.

1.2.3. Decreto Legislativo 2017/625

Il Regolamento (UE) n. 2017/625 rappresenta il quadro normativo di riferimento per l'organizzazione e lo svolgimento dei controlli ufficiali da parte delle Autorità Competenti¹⁰. Per controllo ufficiale si intende l'insieme di attività svolte dalle autorità competenti in modo da verificare e garantire la conformità alla normativa in materia di sicurezza alimentare, aventi un duplice obiettivo: in primo luogo, mira a garantire un elevato livello di tutela della salute umana, della salute e del benessere degli animali,

¹⁰ Principi M. (2024). Il Regolamento (UE) n. 2017/625 ed il Controllo Ufficiale [1 e 2]. S.T.M.A. - Tecniche della Prevenzione sugli alimenti, CdL T.P.A.L.L., Learn.univpm, data consultazione 15/03/2026;

della sanità delle piante e dell'ambiente, assicurando che gli operatori economici rispettino la normativa di riferimento lungo tutta la filiera. In secondo luogo, invece, mira a tutelare gli interessi dei consumatori, anche attraverso il contrasto alle pratiche fraudolente o ingannevoli e la promozione di condizioni di concorrenza leale nel mercato interno, oltre che a favorire la libera circolazione delle merci sicure all'interno dell'Unione.

L'applicazione di tale regolamento riguarda lo svolgimento dei controlli ufficiali nei seguenti ambiti:

- alimenti e sicurezza alimentare (controlli in tutte le fasi di produzione, trasformazione e distribuzione, dai produttori primari fino alla vendita al dettaglio, comprese le pratiche commerciali leali e l'informazione al consumatore);
- materiali e oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti (M.O.C.A.);
- mangimi;
- salute e benessere animale;
- sottoprodotti di origine animale;
- sanità delle piante;
- organismi geneticamente modificati (OGM);
- prodotti fitosanitari e uso sostenibile dei pesticidi;
- produzione biologica;
- denominazioni di qualità (DOP, IGP, STG).

Per quanto riguarda il loro svolgimento, i controlli ufficiali vengono effettuati dalle autorità competenti in modo regolare, imparziale e documentato, secondo procedure predefinite. Si basano su un approccio *risk-based*, che tiene conto di diversi fattori, tra cui i rischi associati alle attività, agli animali e alle merci, la natura dei processi produttivi e dei prodotti trattati, i precedenti dell'operatore in termini di conformità, l'affidabilità

dei controlli interni effettuati dagli operatori e la possibilità che il consumatore venga indotto in errore. In base a questi fattori i controlli ufficiali vengono effettuati con una periodicità programmata (sulla base di piani di controllo), in funzione del rischio (magari aumentando la frequenza di essi nei confronti di operatori considerati maggiormente critici), a seguito di segnalazioni o a seguito di importazioni di animali o merci¹¹.

Nel caso in cui dovesse venire accertata una non conformità, le autorità competenti devono innanzitutto individuarne la sua origine e la sua estensione, nonché le responsabilità dell'operatore e successivamente adottare le misure necessarie per garantire il ripristino della conformità e prevenire il ripetersi dell'irregolarità. Tra le misure previste rientrano ad esempio la limitazione o il divieto di immissione sul mercato, il ritiro o il richiamo dei prodotti o più semplicemente la modifica delle informazioni presenti nell'etichetta di un determinato prodotto alimentare. Oltre alle misure sopra elencate vengono imposte anche delle sanzioni amministrative, le quali devono riflettere almeno il vantaggio economico ottenuto dall'operatore, oppure essere commisurate a una percentuale del fatturato¹².

Per concludere, il Regolamento (UE) 2017/625 costituisce quindi un pilastro fondamentale del sistema europeo di controllo lungo la filiera agroalimentare, attraverso una serie di controlli ufficiali mirati e specifici e di conseguenti sanzioni più incisive, in modo di garantire un'applicazione uniforme ed efficace da parte degli operatori della normativa di riferimento in merito alla sicurezza alimentare.

1.2.4. Decreto Legislativo 2017/231

Il sistema sanzionatorio in materia di etichettatura alimentare è regolato nello specifico dal Decreto Legislativo del 15 dicembre 2017 n. 231¹³, che va ad introdurre un insieme di responsabilità e sanzioni volte a garantire l'effettiva applicazione dei principi di

¹² Artt. 137 e 138 del Regolamento (UE) 2017/625;

¹³ Decreto Legislativo 15 dicembre 2017, n. 231. Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento (UE) n. 1169/2011 e della direttiva 2011/91/UE, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170. (GU n. 32 del 8-2-2018);

trasparenza e correttezza informativa. La normativa prevede un insieme di sanzioni amministrative proporzionate in base alla gravità delle violazioni commesse, con l'obiettivo di assicurare un sistema equo ed efficace, prevedendo:

- sanzioni da 3.000 a 24.000 euro per l'omissione di informazioni;
- sanzioni da 5.000 a 40.000 euro per indicazioni false o ingannevoli;
- sanzioni da 5.000 a 30.000 euro per la mancata evidenza (ad esempio in grassetto) degli allergeni;
- sanzioni da 1.000 a 8.000 euro per la scarsa leggibilità o l'uso di caratteri inferiori ai limiti normativi.

Per quanto riguarda l'obiettivo di tale sistema sanzionatorio, esso non è solo punitivo ma è anche e soprattutto educativo; pertanto, l'intento del Legislatore è quello di favorire una cultura della conformità e della responsabilità all'interno delle imprese, andando a promuovere i comportamenti virtuosi e prevenendo le violazioni, delineando un sistema che vada a rafforzare la fiducia reciproca tra impresa, istituzioni e cittadino.

1.3. Tipologie di etichettatura alimentare

L'etichettatura alimentare viene suddivisa in varie tipologie, in base alla natura e al grado di obbligatorietà delle informazioni fornite, in modo tale da comprendere il diverso ruolo che tali informazioni assumono nel rapporto tra produttore e consumatore oltre che al grado di responsabilità che ricade sull'operatore del settore alimentare. In primo luogo, essa viene divisa in due principali macro-categorie ovvero etichettatura obbligatoria ed etichettatura volontaria.

1.3.1 Etichettatura obbligatoria

L'etichettatura obbligatoria comprende tutte le informazioni che il produttore è tenuto a riportare sul prodotto in conformità al Regolamento (UE) n. 1169/2011. Nello specifico, l'art. 9 di questo atto normativo va ad elencare l'insieme di tutti gli elementi obbligatori che devono appartenere ad un'etichetta di un prodotto alimentare. Rientrano tra questi:

- **La denominazione dell'alimento:** rappresenta un'informazione obbligatoria che deve sempre essere presente sull'etichetta del prodotto. Essa non può essere

sostituita da marchi di fabbrica, marchi commerciali o nomi di fantasia e, qualora vengano utilizzate tali denominazioni, queste devono essere accompagnate da una descrizione che consenta al consumatore di comprendere chiaramente la natura del prodotto¹⁴. La denominazione dell'alimento può essere di tre tipologie:

- **Denominazione legale:** è stabilita da norme nazionali o da regolamenti dell'Unione europea e può essere utilizzata solo se il prodotto rispetta la definizione e i requisiti di composizione previsti dalla normativa;
- **Denominazione usuale:** non è definita da specifiche norme, ma deriva dall'uso comune e dalle consuetudini del mercato. Si tratta di prodotti generalmente conosciuti con tali denominazioni, pur in assenza di una disciplina giuridica specifica;
- **Denominazione descrittiva:** consiste in una descrizione del prodotto alimentare che permette al consumatore di comprenderne la natura e, se necessario, anche le modalità di utilizzo;
- **Elenco degli ingredienti:** tramite esso i produttori informano i consumatori in merito alla composizione di un prodotto alimentare, ma tale elenco diviene obbligatorio solamente nel caso in cui un alimento sia composto da più di un ingrediente. Gli ingredienti inseriti all'interno dell'etichetta devono essere elencati in ordine decrescente, in cui l'elemento di peso maggiore va ad occupare il primo posto e nel caso in cui invece caso ci dovesse essere la presenza di ingredienti composti, cioè a loro volta formati da almeno due ingredienti, va riportata la denominazione dell'ingrediente seguita dall'elenco dei suoi ingredienti posti tra parentesi;¹⁵
- **Elenco degli additivi:** gli additivi come ad esempio coloranti, emulsionanti o conservanti devono essere indicati con la denominazione della loro categoria, seguita dalla denominazione specifica¹⁶;

¹⁴ v. art. 17 e Allegato VI Reg. UE 1169/2011;

¹⁵ v. artt. 18-20 e Allegato VII del Reg. (UE) 1169/2011;

¹⁶ v. art. 20 e Allegato VII, parte E del Reg. (UE) 1169/2011;

- **Elenco degli allergeni:** tale elenco deve essere obbligatoriamente presente all'interno di un'etichetta in quanto il loro richiamo rappresenta un importante criterio di scelta per i soggetti allergici e per quelli con intolleranze alimentari. All'interno di questo elenco si possono trovare derivati del glutine (esempio grano, segale), frutta a guscio, arachidi o semi di sesamo, lattosio, crostacei, pesci, molluschi, soia, uova, senape, sedano e anidride solforosa/solfiti¹⁷. Tutti gli allergeni presenti in un determinato alimento devono essere rappresentati vistosamente all'interno della sua etichetta (ad esempio in grassetto, colorati o sottolineati) in modo tale da evidenziarne la presenza;¹⁸
- **Data di scadenza/termine minimo di conservazione:** questi due elementi informano riguardo la durabilità del prodotto alimentare.
La data di scadenza è usata per prodotti alimentari rapidamente deperibili come ad esempio carne, pesce, latticini per i quali il consumo oltre la data indicata potrebbe costituire un pericolo per la salute del consumatore. Essa prevede l'indicazione "*da consumare entro ...*" seguito dalla data.
Il termine minimo di conservazione (TMC) indica la data fino alla quale l'alimento conserva le sue proprietà specifiche (organolettiche e nutritive) in determinate condizioni di conservazione. Sono previste le indicazioni "*da consumarsi preferibilmente entro il...*" quando la data comporta l'indicazione del giorno oppure "*da consumarsi preferibilmente entro fine ...*" negli altri casi. Entrambe le diciture prevedono eventualmente l'indicazione del punto della confezione in cui la data/termine figura;
- **Valori nutrizionali:** Tutte le etichette alimentari devono riportare dei seguenti nutrienti presenti all'interno dell'alimento: acidi grassi saturi/insaturi, carboidrati e zuccheri, proteine e sale (per 100 grammi o 100 millilitri di prodotto). Le indicazioni relative ad acidi grassi monoinsaturi, acidi grassi polinsaturi, polioli,

¹⁷ Per un elenco esaustivo si veda l'allegato II, denominato "Sostanze o prodotti che provocano allergie o intolleranze", del Regolamento (UE) n. 1169/2011;

¹⁸ v. art. 21 e Allegato II del Reg. (UE) 1169/2011;

amido, fibre, sali minerali e vitamine sono necessarie qualora presenti in quantitativi significativi¹⁹;

- **Quantità netta:** la quantità di prodotto contenuta all'interno di un imballaggio deve essere chiaramente riportata all'interno delle informazioni contenute nell'etichetta di esso sotto forma di peso (grammo/chilogrammo) o volume (millilitro/litro), ad eccezione dei prodotti che pesano meno di cinque grammi²⁰;
- **Condizioni di conservazione/uso:** Le condizioni di conservazione/d'uso sono indicate qualora sia necessaria l'adozione di particolari accorgimenti in funzione della natura del prodotto, anche per consentire un adeguato utilizzo degli alimenti dopo l'apertura della confezione ²¹.
- **Istruzioni per l'uso:** esse sono obbligatorie nel caso di piatti pronti e rappresentano le modalità di preparazione che portano al consumo di un determinato alimento ²²;
- **Marchio d'identità per i prodotti animali:** Nel caso dei prodotti di origine animale, è necessario un marchio di identità che consenta alle autorità di controllo di far risalire il prodotto al produttore²³;
- **Contenuto alcolico:** nel caso di bevande con contenuto alcolico superiore all'1,2% in volume, il contenuto alcolico deve essere indicato immediatamente vicino al nome del prodotto e alla sua quantità²⁴;
- **Avvertenze:** ultimo ma non per importanza, in quanto vi sono alcuni alimenti che contengono sostanze le quali possono essere dannose per la salute, ad esempio in caso di consumo eccessivo o per determinati gruppi di persone²⁵.

l'obiettivo finale dell'insieme di tutte queste indicazioni riportate all'interno dell'etichetta alimentare di un determinato prodotto è quindi quello di garantire al

¹⁹ v. artt. 29-35 e Allegati V-XIV-XV del Reg. (UE) 1169/2011;

²⁰ v. art. 23 e Allegato IX Reg. (UE) 1169/2011;

²¹ v. art. 25 e Allegato X del Reg. (UE) 1169/2011;

²² v. art. 27 Reg. (UE) 1169/2011;

²³ Regolamento (CE) n. 853/2004, Allegato II, Sezione I;

²⁴ v. art. 9, par.1, lett. k) e art. 28 del Reg. (UE) 1169/2011;

²⁵ v. art. 9 e Allegato III. Reg. (UE) 1169/2011;

consumatore delle scelte consapevoli e sicure, andando a tutelare al tempo stesso la salute pubblica e la trasparenza nel mercato agroalimentare²⁶.

1.3.2 Etichettatura volontaria

L'etichettatura volontaria, a differenza di quella obbligatoria, consiste nell'inserimento di indicazioni facoltative all'interno dell'etichetta di un determinato prodotto alimentare in modo tale da valorizzarne il prodotto o più semplicemente per fornire dei dati aggiuntivi utili al consumatore, sempre a patto che tali informazioni rispettino i principi generali stabiliti dal Regolamento (UE) n. 1169/2011 senza risultare ingannevoli o ambigue. Rientrano nella definizione di etichettatura volontaria quindi varie nozioni aggiuntive, tra le più rilevanti si trovano:

- **Etichettatura ambientale ed ecologica:** introdotta dal D.lgs. 116/2020, la quale va ad indicare la composizione dei materiali di imballaggio e le istruzioni per un corretto smaltimento, con l'obiettivo di favorire comportamenti sostenibili, contribuendo al tempo stesso alla riduzione dell'impatto ambientale dei rifiuti;
- **Etichettatura di origine e rintracciabilità:** è un tipo di etichettatura volontaria anch'essa, salvo i casi specifici in cui la legge la rende obbligatoria (ad esempio nei casi di carni confezionate e non trasformate dove devono essere indicati i paesi in cui tali animali sono stati allevati e macellati), ed è disciplinata dal Regolamento (UE) n.1169/2011 all'articolo 26 e dal suo Regolamento di esecuzione (UE) 2018/775²⁷. Essa riguarda in particolare l'indicazione del paese d'origine e del luogo di provenienza dell'alimento e degli ingredienti principali da cui è composto;

²⁶ Foodconsulting/Etichettatura dei prodotti agroalimentari: guida completa/data:22/11/2024/<https://www.studiofoodconsulting.it/etichettatura-prodotti-alimentari/>/data consultazione:15/03/2026;

²⁷ Regolamento di esecuzione (UE) 2018/775 della Commissione, del 28 maggio 2018, recante modalità di applicazione dell'articolo 26, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, per quanto riguarda le norme sull'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza dell'ingrediente primario di un alimento (GU L 131 del 29.5.2018);

- **Etichettatura di qualità e certificazione:** comprende marchi e sigilli che vanno ad attestare la conformità dei prodotti a specifici standard di qualità, tradizione o provenienza geografica riconosciuti a livello europeo. Tra i principali si trovano la denominazione DOP (denominazione di origine protetta), IGP (indicazione geografica protetta) ed STG (specialità tradizionale garantita) oltre che in alcuni casi la certificazione BIO, la quale è relativa all'agricoltura biologica, disciplinata dal Regolamento (UE) 2018/848²⁸. L'obiettivo di questi sistemi di certificazioni è quello di garantire che tali prodotti alimentari rispettano i rigorosi requisiti di produzione e che sono sottoposti a controlli ufficiali, andando in questo modo a valorizzare le filiere agroalimentari tipiche.

Concludendo, l'etichettatura volontaria punta a diversi obiettivi: in primo luogo a rappresentare un'espressione di trasparenza e di responsabilità sociale da parte delle imprese, le quali scelgono di comunicare in modo chiaro e completo le caratteristiche dei propri prodotti, andando anche oltre gli obblighi di informazione stabiliti dalla legge. In secondo luogo invece costituisce uno strumento di valorizzazione delle produzioni di qualità e del legame che possiedono determinati prodotti alimentari con i territori, contribuendo a rafforzare la competitività e la reputazione nel sistema agroalimentare nazionale.

1.3.3 Sistemi di etichettatura semplificata (front-of-pack)

Nel corso degli ultimi anni vi è stata la diffusione sempre più frequente dei sistemi di etichettatura semplificata, detti Front-Of-Pack (FOP), ossia un insieme di informazioni aggiuntive riportate sulla parte anteriore della confezione aventi lo scopo di rendere più immediata e comprensibile la valutazione delle caratteristiche nutrizionali o ambientali di un prodotto. Nello specifico è l'art. 35 del Regolamento (UE) n.1169/2011 che va ad incoraggiare l'utilizzo di queste forme di comunicazione complementari alla

²⁸ Regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio (GU L 150 del 14.6.2018);

dichiarazione nutrizionale, a patto che esse siano chiare, oggettive e soprattutto basate su dei fondamenti scientifici.

Tra i principali sistemi di etichettatura semplificata attualmente in uso o in fase di sperimentazione a livello europeo si possono trovare diverse tipologie, ciascuna di esse caratterizzata da un approccio comunicativo e informativo proprio, il quale mira a fornire al consumatore indicazioni sintetiche ma efficaci sulle caratteristiche nutrizionali o sull'impatto ambientale dei prodotti, favorendo così scelte di acquisto più consapevoli e allo stesso tempo sostenibili. In particolare le principali sono:

- **Sistema Nutri-score:** sviluppato in Francia nel 2017 e oggi adottato in diversi Paesi europei; esso si basa su un algoritmo che valuta la qualità nutrizionale complessiva di un alimento attribuendogli una lettera da A (verde scuro, indicante i prodotti più salutari) a E (rosso, per quelli meno salutari), offrendo un'informazione immediata e facilmente comprensibile al consumatore (fig. 1). Nonostante la sua efficacia comunicativa, il modello è stato oggetto di critiche per l'eccessiva semplificazione dei valori nutrizionali, che tende a penalizzare alcuni prodotti tipici della dieta mediterranea, come l'olio extravergine d'oliva e i formaggi DOP (Denominazione Di Origine Protetta).



Figura 1 - esempio di Nutri-score

- **Il sistema Nutrinform Battery:** adottato in Italia come alternativa al Nutri-Score e istituito con il Decreto Ministeriale del 19 novembre 2020 ²⁹ è stato sviluppato dal Ministero della Salute, dal MIMIT (Ministero Delle Imprese e del Made In

²⁹ DECRETO 19 novembre 2020 Forma di presentazione e condizioni di utilizzo del logo nutrizionale facoltativo complementare alla dichiarazione nutrizionale in applicazione dell'articolo 35 del regolamento (UE) 1169/2011. (GU Serie Generale n.304 del 07-12-2020);

Italy) e dal CREA (Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria) e si basa su cinque icone a forma di batteria che rappresentano la percentuale di energia, grassi, grassi saturi, zuccheri e sale contenuti in una singola porzione rispetto all'apporto giornaliero raccomandato. A differenza del modello francese però, esso non va a classificare gli alimenti in termini di "buoni" o "cattivi", ma offre un'informazione quantitativa che mira a educare il consumatore a un consumo equilibrato e coerente con i principi della dieta mediterranea.

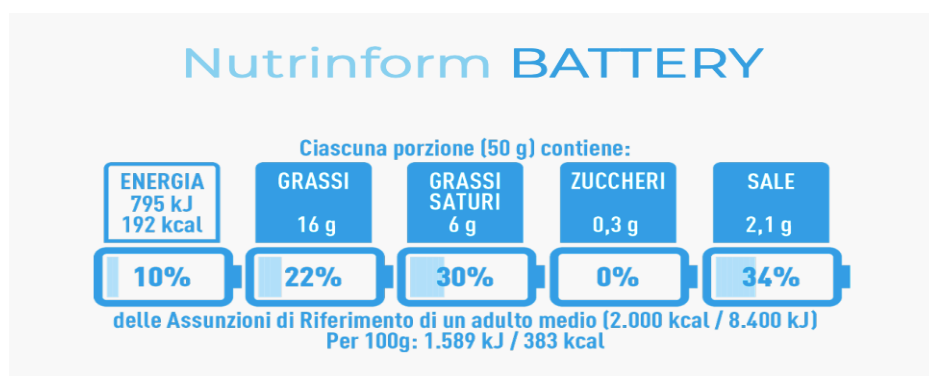


Figura 2- esempio di Nutriform Battery

- **Eco-Score ed Environmental Label:** essi sono due tipi di sistemi emergenti di etichettatura ambientale semplificata, nati con l'obiettivo di fornire al consumatore informazioni chiare e immediate sull'impatto ecologico dei prodotti alimentari. In particolare, l'Eco-Score, sviluppato in Francia nel 2021, si basa su un approccio LCA (Life Cycle Assessment) che va ad analizzare l'intero ciclo di vita dell'alimento considerando parametri come le emissioni di CO₂, l'uso del suolo, il consumo idrico e la biodiversità, attribuendo un punteggio finale da A a E. l'Environmental Label, invece, mira a rappresentare in modo visivo e standardizzato l'impatto ambientale complessivo dei prodotti, integrando informazioni su sostenibilità, gestione delle risorse e riduzione delle emissioni. Pur non essendo ancora regolamentati a livello dell'Unione Europea, entrambi costituiscono un passo significativo verso un sistema di etichettatura integrato che vada ad unire aspetti nutrizionali, salutistici e ambientali.



Figura 3 - esempio di Eco-Score

Per concludere, l'obiettivo a cui mirano questi sistemi di etichettatura semplificata è quindi quello di andare a semplificare la comunicazione alimentare, andando a rendere le etichette maggiormente intuitive ed accessibili per il consumatore, in modo tale da facilitare le modalità di acquisto da parte di esso ³⁰.

³⁰ Normativa Alimentare, Easy & Smart/ etichettatura nutrizionale volontaria: panoramica/ data: 13/11/2020/ <https://normativaalimentare.it/legislazione-alimentare/etichettatura-nutrizionale-volontaria/> data consultazione: 15/03/2026;

Capitolo 2- La pubblicità ingannevole

2.1. Definizione

L'articolo 2 del Decreto Legislativo 145/2007³¹ fornisce una definizione di pubblicità ingannevole come *“qualsiasi forma di pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, sia idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente”*³².

La pubblicità ingannevole viene quindi definita come una forma di marketing, che attraverso messaggi falsi o non propriamente veri, va ad esaltare o a sottolineare caratteristiche di un prodotto alimentare che in realtà non possiede, andando ad alterare le scelte di acquisto del consumatore, inducendolo a decisioni non pienamente consapevoli.

2.2 Normativa di riferimento

La disciplina sulla pubblicità ingannevole in merito all'etichettatura alimentare è fondata su un quadro normativo articolato che va ad integrare disposizioni europee e nazionali con l'obiettivo di garantire sia la tutela del consumatore che la correttezza delle pratiche commerciali. La normativa ricopre diversi aspetti, definendo i contenuti informativi minimi che devono essere forniti al consumatore e i principi generali di sicurezza, responsabilità e trasparenza cui gli operatori del settore devono attenersi.

³¹ Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145 Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole. (GU n.207 del 06-09-2007);

³² Simeone C. Il Diritto di Mangiare Bene/Pubblicità ingannevole?/data: 02/03/2021/<https://www.ildirittodimangiarebene.com ›/data consultazione: 15/03/2026;>

2.2.1. Regolamento (UE) 1169/2011 (artt. 7 e 14)

All'interno del Regolamento (UE) n. 1169/2011 ci sono due articoli che assumono un rilievo particolare per la prevenzione delle pratiche ingannevoli e per la tutela della trasparenza, nello specifico:

- **Articolo 7 – Pratiche leali di informazione:** tale articolo stabilisce il divieto assoluto di fornire informazioni ingannevoli riguardanti natura, composizione, origine, caratteristiche o proprietà dell'alimento, includendo non solo testi ma anche immagini, simboli, scelte grafiche e qualsiasi elemento di presentazione. È un principio che si va ad applicare non solo all'etichetta, ma bensì anche al packaging, alla pubblicità e, più in generale, a ogni forma di comunicazione commerciale rivolta al consumatore;
- **Articolo 14 – Vendite a distanza:** tale articolo prevede che, nelle vendite online, tutte le informazioni obbligatorie sugli alimenti debbano essere rese disponibili al consumatore prima della conclusione dell'acquisto, garantendo al consumatore un livello di tutela equivalente a quello assicurato nei punti vendita fisici.

2.2.2. Regolamento (CE) 1924/2006

Il Regolamento (CE) n. 1924/2006³³ disciplina l'uso delle indicazioni nutrizionali e delle indicazioni sulla salute. Le diciture come *"light"*, *"senza zuccheri"*, *"ricco di fibre"* o espressioni che attribuiscono benefici specifici alla salute, ad esempio *"il calcio contribuisce al mantenimento delle ossa"*, possono essere utilizzate soltanto quando sono realmente fondate su evidenze scientifiche solide e previamente autorizzate dall'EFSA (European Food Safety Authority)³⁴ il quale ne valuta l'attendibilità e la correttezza. La formulazione di queste indicazioni deve risultare chiara, comprensibile e

³³ Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari;

³⁴ L'EFSA (Autorità europea per la sicurezza alimentare) è l'agenzia dell'Unione europea, istituita nel 2002 e con sede a Parma, che fornisce consulenze scientifiche indipendenti e comunica sui rischi associati alla catena alimentare. Essa valuta pericoli, inclusi quelli emergenti, in sicurezza alimentare, mangimi, salute/benessere animale e protezione delle piante, tutelando i consumatori;

non ingannevole andando ad evitare di suggerire effetti superiori a quelli che effettivamente sono dimostrati e mantenendo un equilibrio adeguato tra promozione commerciale e informazione corretta.

2.2.3. Decreto Legislativo 206/2005 – Codice Del Consumo (artt. 20 e 27)

Il Codice del Consumo costituisce il principale riferimento nazionale per il contrasto alla pubblicità ingannevole e alle pratiche commerciali scorrette, ponendosi come pilastro essenziale per la tutela del consumatore e della leale concorrenza. Gli articoli 20 e 27³⁵ vanno a delineare l'ossatura del sistema di protezione, in particolare:

- **Articolo 20 - Divieto delle pratiche commerciali scorrette:** tale articolo introduce il principio secondo cui sono vietate tutte le pratiche contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare il comportamento economico del consumatore medio. Questa valutazione non riguarda solo la veridicità dei contenuti, ma va a considerare anche il modo in cui essi vengono presentati, includendo il linguaggio, gli elementi visivi, l'omissione di informazioni rilevanti e il contesto complessivo del messaggio. Il riferimento al "consumatore medio" ragionevolmente informato, attento e avveduto, ma comunque influenzabile, orienta l'interpretazione in senso protettivo, facendo sì che l'attenzione si concentri sugli effetti potenziali della comunicazione piuttosto che sull'intenzione del professionista.
- **Articolo 27 (tutela amministrativa e giurisdizionale) – poteri dell'AGCM:** tale articolo attribuisce all'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato)³⁶ i poteri necessari per accertare e reprimere le pratiche scorrette, consentendole di svolgere istruttorie, richiedere documentazione, imporre la cessazione delle condotte illecite e applicare sanzioni amministrative proporzionate alla gravità della violazione.

³⁵ Decreto Legislativo 206/2005 – Codice Del Consumo a norma dell'articolo 7 della legge 229/2003 (artt. 20 e 27;

³⁶ L'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato), è un'autorità amministrativa indipendente italiana istituita nel 1990. Opera in autonomia per tutelare la concorrenza, vigilare su intese e abusi di posizione dominante, controllare le concentrazioni aziendali e contrastare pratiche commerciali scorrette a tutela dei consumatori;

In sintesi, quindi è possibile affermare che il quadro delineato dal Codice del Consumo va ad integrare e a rafforzare la disciplina europea, ampliando la tutela del cittadino e garantendo che la comunicazione commerciale sugli alimenti si sviluppi nel rispetto dei principi di correttezza e trasparenza che sono fondamentali per preservare la fiducia dei consumatori e l'equilibrio competitivo del settore.

2.3. Le condizioni che traggono in inganno il consumatore

Le condizioni che possono trarre in inganno un consumatore non sono solo quelle esplicitamente false, ma riguardano anche altri tipi di inganno. Nello specifico si possono avere informazioni:

- **Parzialmente vere:** quando le informazioni presenti riportano dati o elementi corretti, ma in parte incompleti, tali da non fornire al consumatore un quadro pienamente completo del prodotto. Esempi:
 - “light”: questo termine è ammesso solo se il prodotto rispetta specifici requisiti (ad esempio: riduzione del 30% di un nutriente rispetto al prodotto di riferimento), tuttavia non è sempre chiaro. Infatti, questa dicitura può riguardare diversi aspetti nutrizionali dell'alimento come grassi, zuccheri o calorie e risulta essere parzialmente vera in determinati casi in quanto non è sufficientemente esplicita per il consumatore ³⁷;
 - “latte di alta qualità”: questa dicitura è ammessa solo se il latte rispetta i parametri specifici della normativa, ma può indurre in errore il consumatore a ritenere che tale prodotto sia nutrizionalmente superiore in senso generale (cosa non sempre vera) ³⁸;
- **Ambigue:** quando le informazioni sono formulate in modo vago, impreciso oppure interpretabili in molteplici modi, non consentendo al consumatore di comprendere chiaramente le caratteristiche reali del prodotto. Esempi:

³⁷ Noto F. QuiFinanza/Alimenti light: attenzione a non farvi ingannare/data: 28/11/2022/<https://quifinanza.it/lifestyle/alimenti-light-attenzione-inganni/678934/> data consultazione: 15/03/2026;

³⁸ Tapporosso/Cos'è il latte di Alta Qualità?/data: 06/06/2021/<https://centralelatte.torino.it/benessere/il-latte-di-alta-qualita/#:~:text=Un%20latte%20di%20Alta%20Qualit%C3%A0,meno%20ripercussioni%2C%20garantend o%20un%20prodotto> / data consultazione: 15/03/2026;

- “naturale”: questo termine non viene definito in modo univoco e può riferirsi a vari aspetti del prodotto (ad esempio: all’origine delle materie prime, al processo produttivo o all’assenza di additivi), risultando ambigua in quanto il consumatore attribuisce spontaneamente un significato positivo (salubre o genuino) senza un contenuto informativo verificabile ³⁹;
 - “yogurt greco”: questo termine può essere interpretato dal consumatore come uno yogurt prodotto in Grecia oppure ottenuto tramite metodo tradizionale greco (colatura del siero) in assenza di una vera e propria indicazione dell’origine o una spiegazione del processo produttivo. L’informazione risulta in questo modo ambigua, in quanto lascia intendere caratteristiche che potrebbero non essere presenti all’interno del prodotto ⁴⁰;
 - “pane fresco”: questo termine viene spesso utilizzato anche per un pane ottenuto da impasti congelati oppure parzialmente cotto/successivamente rigenerato, senza andare a chiarire i tempi di produzione e le modalità di conservazione. Leggendo tale informazione il consumatore associa il termine a una produzione giornaliera, che potrebbe però non corrispondere alla realtà ⁴¹.
- **Omissive**: quando le informazioni, pur riportando dati formalmente corretti, omettono elementi rilevanti necessari per una corretta valutazione del prodotto. L’assenza di tali informazioni può andare ad indurre in errore il consumatore,

³⁹Balboni V. Il fatto alimentare/ "Naturale": è la parola che troviamo su tantissime etichette ma che non vuol dire niente/ data: 11/12/2020/ <https://ilfattoalimentare.it/cibo-naturale-etichette.html> / data consultazione: 15/03/2026;

⁴⁰ Parmalat/ Yogurt greco: tutte le proprietà e i benefici/ <https://www.parmalat.it/magazine/dieta-sana/dieta-e-latte/tutte-le-proprietà-dello-yogurt-greco> / data consultazione: 15/03/2026;

⁴¹ Teresa Gentilini Avvocato/ Pane fresco versus pane precotto: attenzione alle informazioni da fornire al consumatore/ data: 06/08/2020/ <https://avvocatogentilini.it/pane-fresco-versus-pane-precotto-attenzione-alle-informazioni-da-fornire-al-consumatore/#:~:text=etichetta%20anche%20l'indicazione%20%E2%80%9Cottenuto%20da%20pane%20parzialmente,provenienza%20da%20prodotto%20non%20surgelato%20n%C3%A9%20congelato/> /data consultazione: 15/03/2026;

fornendogli una percezione distorta della qualità o della composizione dell'alimento Esempi:

- *“senza zuccheri aggiunti”*: ad esempio un prodotto che riporta in etichetta questa dicitura, ma che non va ad evidenziare (pur indicandolo nella tabella nutrizionale obbligatoria) che contiene elevate quantità di zuccheri naturalmente presenti derivati ad esempio da un succo di frutta concentrato. In questo caso risulta essere omissiva in quanto l'informazione dichiarata è corretta ma omette un elemento essenziale per la corretta comprensione del prodotto ⁴²;
- **Suggestive**: sono quelle che, attraverso il linguaggio, le immagini o i simboli, richiamano a una qualità o a dei benefici che il prodotto in realtà non possiede.

Esempi:

- Simboli *“green”* (foglie, paesaggi naturali, icone ambientali): l'insieme di questi elementi usati su prodotti che non presentano reali benefici ambientali certificati vanno ad evocare sostenibilità, naturalità oppure un basso impatto ambientale senza però fornire al consumatore un contenuto informativo verificabile ⁴³;
- Immagini di *“frutta fresca”*: tale informazione è presente in determinati prodotti che fanno desiderare la presenza di frutta fresca all'interno di tali, ma che in realtà risulta presente solo tramite aromi o percentuali minime. Essa risulta suggestiva in quanto suggerisce una composizione e una qualità superiore rispetto alla reale formulazione del prodotto ⁴⁴;
- **Visivamente fuorvianti**: sono quelle che riguardano l'uso di elementi grafici, immagini, colori, forme o disposizioni visive che inducono in errore il

⁴² Crisciotti M. green me/L'inganno dei cibi senza zuccheri aggiunti/ data: 20/09/2025/
<https://www.greenme.it/lifestyle/sai-cosa-compri/linganno-dei-cibi-senza-zuccheri-aggiunti/14/03/2026/> data consultazione: 15/03/2026;

⁴³ Biagioli F. green me/ L'Ue dice stop alle etichette ingannevoli: più della metà delle diciture “green” e “naturale” sono fuorvianti/ data: 21/09/2023/
<https://www.greenme.it/salute-e-alimentazione/mangiare-sostenibile/lue-dice-stop-alle-etichette-ingannevoli-piu-della-meta-delle-diciture-green-e-naturale-sono-fuorvianti/> data consultazione: 15/03/2026;

⁴⁴ La Pira R. /Tic Tac arancia rossa, la pubblicità è ingannevole. Chiesta censura a IAP e AGCM/ data: 20/06/2014/
<https://ilfattoalimentare.it/tic-tac-arancio.html> / data consultazione: 15/03/2026;

consumatore sulla composizione del prodotto, sulla sua origine o suoi valori nutrizionali. Esempi:

- Prodotto “*bio/biologico*”: se usato impropriamente (e non regolamentato), questo termine può indurre in errore il consumatore, facendogli credere a una qualità inesistente o non verificata ⁴⁵.

È possibile affermare quindi che la pubblicità ingannevole nel settore dell’etichettatura alimentare non si manifesta esclusivamente attraverso informazioni palesemente false, ma anche mediante l’uso di informazioni parzialmente vere, ambigue, omissive o suggestive, nonché attraverso elementi grafici e comunicativi capaci di orientare la percezione del consumatore.

2.4 Gli effetti della pubblicità ingannevole

La pubblicità ingannevole nel settore alimentare agisce in modo significativo sui processi psicologici che guidano il comportamento del consumatore, infatti numerose ricerche della Commissione Europea (“*Study on the Impact of Food Information on Consumers’ Decision Making*”)⁴⁶ e dell’EFSA (“*Safe2eat*”)⁴⁷ hanno evidenziato che le scelte alimentari non dipendono sempre da un’analisi attenta delle informazioni riportate in etichetta, ma sono spesso guidate da reazioni istintive e da collegamenti immediati che il consumatore fa in modo automatico, motivo per cui anche piccoli dettagli grafici o termini particolari vanno ad influenzare in modo importante la percezione del prodotto. In questo processo entrano in gioco diversi meccanismi psicologici ⁴⁸, tra cui:

- **Effetto alone (halo effect):** la presenza di un singolo termine positivo, come “naturale” o “bio”, estende la valutazione favorevole all’intero prodotto, inducendo il consumatore a percepirlo come più sano o di qualità superiore,

⁴⁵ Redazione Il fatto alimentare/ Biologico, ma lo è veramente?/ data: 10/07/2023/ <https://ilfattoalimentare.it/biologico-veramente-normativa.html/> data consultazione: 15/03/2026;

⁴⁶ TNS/Study on the Impact of Food Information on Consumers’ Decision Making/ https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/labelling_legislation_study_food-info-vs-cons-decision_2014.pdf/ data consultazione: 15/03/2026;

⁴⁷ EFSA/safe to eat/https://www.efsa.europa.eu/it/safe2eat / data consultazione: 15/03/2026;

anche senza un effettivo riscontro nelle caratteristiche nutrizionali o nella composizione reale ⁴⁹;

- **Bias di salienza:** gli elementi visivamente più evidenti, come colori accesi, immagini accattivanti o claim in formato grande, tendono ad attirare l'attenzione molto più delle informazioni obbligatorie riportate in etichetta, che risultano così percepite come secondarie o poco rilevanti nel processo decisionale⁵⁰;
- **Associazione simbolica automatica:** simboli, colori o forme richiamano significati immediati e spesso inconsci (il colore verde, ad esempio, viene spontaneamente associato a naturalità, sostenibilità o minore impatto ambientale, anche quando il prodotto non possiede caratteristiche che giustifichino tali percezioni) ⁵¹;
- **Euristica di semplicità:** claim brevi, diretti e facili da comprendere appaiono più credibili e affidabili rispetto a informazioni tecniche più articolate, portando il consumatore a preferire messaggi semplici anche quando non sono pienamente rappresentativi ⁵².

L'ingannevolezza nella comunicazione alimentare, però, non comporta soltanto un danno per il singolo consumatore. Essa infatti va a produrre anche degli effetti che possono andare ad incidere sull'intero sistema economico e sulla credibilità del mercato, ad esempio:

- **Erosione della fiducia:** l'esposizione ripetuta a messaggi imprecisi o fuorvianti genera nel consumatore un crescente senso di sfiducia nei confronti delle

⁴⁹ Proietti Colonna S. Serenis/ Effetto Halo o alone che cos'è e come funziona/ <https://www.serenis.it/articoli/effetto-halo/> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵⁰ Rossoni A. Alimentazione in equilibrio/I bias cognitivi in ambito nutrizionale/ data: 21/09/2023/ <https://www.alimentazioneinequilibrio.com/i-bias-cognitivi-in-ambito-nutrizionale/> / data consultazione: 15/03/2023;

⁵¹ Toncar Srl/ Il colore verde nel marketing: perché viene associato alla natura e alla sostenibilità? /data: 10/02/2025/ <https://www.linkedin.com/pulse/il-colore-verde-nel-marketing-perch%C3%A9-viene-associato-alla-natura-voanf/> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵² Fiveable/ Key Decision-Making Heuristics/ <https://fiveable.me/lists/key-decision-making-heuristics/> / data consultazione: 15/03/2026;

etichette, dei claim nutrizionali e dei marchi commerciali che va a indebolire il ruolo informativo dell'etichetta, rendendo più difficile per il mercato comunicare in maniera efficace e trasparente ⁵³;

- **Danneggiamento delle imprese corrette:** le aziende che rispettano gli standard normativi e adottano pratiche comunicative rigorose si trovano in posizione di svantaggio rispetto ai concorrenti che ricorrono a scorciatoie o a strategie persuasive, creando così una competizione asimmetrica che premia comportamenti scorretti a discapito della qualità reale dei prodotti ⁵⁴;
- **Indebolimento del mercato e dell'innovazione:** la mancanza di trasparenza riduce la capacità del settore alimentare di differenziarsi in maniera leale. Proprio per questo motivo le imprese orientate alla qualità e all'innovazione rischiano di vedere svalutato il proprio impegno, mentre il mercato tende a uniformarsi verso strategie meno virtuose, rallentando lo sviluppo di prodotti migliori ³⁴;
- **Impatto sulla salute pubblica:** informazioni scorrette su ingredienti, valori nutrizionali o presunti benefici possono influenzare negativamente le scelte alimentari, soprattutto tra i consumatori più vulnerabili, contribuendo a comportamenti dietetici non equilibrati e potenzialmente rischiosi ⁵⁵.

L'insieme di tutti questi effetti spiega perché le autorità competenti, tra cui AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato), ICQRF (Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari) ⁵⁶ e le autorità

⁵³ Romeo A. IlSole24ore/ Troppa confusione sulle etichette dell'alimentare/ data: 02/12/2024 /<https://www.ilsole24ore.com/art/confusione-etichette-dell-alimentare-ecco-parere-deella-corte-conti-ue-AGHwFOSB> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵⁴ Studio Legale Adamo/ Concorrenza sleale e pratiche commerciali scorrette/ data: 02/09/2025/ <https://www.studiolegaleadamo.it/concorrenza-sleale-e-pratiche-commerciali-scorrette> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵⁵ Redazione di Help Consumatori, L'informazione per i cittadini responsabili/Alimentazione e comunicazione, SINU: attenzione ai falsi miti alimentari/ data: 10/02/2026/ <https://www.helpconsumatori.it/agenzia/alimentazione-e-comunicazione-sinu-attenzione-ai-falsi-miti-alimentari/> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵⁶ L'ICQRF (Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari) è un dipartimento del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf), che opera come principale organismo italiano di controllo per la qualità e la regolarità del settore

sanitarie territoriali, intervengano non soltanto per sanzionare i singoli episodi di ingannevolezza, ma anche per preservare l'integrità complessiva del sistema alimentare, garantendo che il mercato rimanga basato su correttezza, trasparenza e pari condizioni competitive. L'azione di vigilanza, infatti, ha una funzione non solo repressiva ma anche preventiva, poiché mira a impedire la diffusione di pratiche che potrebbero compromettere la fiducia del consumatore e alterare il normale funzionamento del settore, tutelando al tempo stesso i cittadini e le imprese che operano nel rispetto delle regole.

2.5. Casi pratici di pubblicità ingannevole

Nel corso degli ultimi anni sono stati riscontrati vari casi di pubblicità ingannevole tramite spot pubblicitari oppure direttamente all'interno dell'etichetta del prodotto alimentare. Di seguito vengono elencati alcuni dei recenti casi pratici:

- **“Kilokal Brucia Grassi – Pool Pharma S.r.l.”**⁵⁷: questo caso, avvenuto a Giugno 2024, è andato a coinvolgere il Comitato Di Controllo dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP)⁵⁸, la quale ha censurato due spot televisivi dell'integratore alimentare “Kilokal Brucia Grassi”, prodotto da “Pool Pharma S.r.l.”, ritenendoli comunicazioni commerciali ingannevoli. I messaggi pubblicitari sono stati trasmessi su LA7 e Mediaset presentando il prodotto come efficace nel ridurre il grasso in eccesso, andando ad agire su aree specifiche del corpo (come girovita, fianchi e glutei) favorendo quindi l'equilibrio del peso. Secondo il Comitato di Controllo, le affermazioni contenute negli spot risultavano ingannevoli in quanto andavano ad attribuire al prodotto delle funzionalità non compatibili con la sua reale natura di integratore alimentare e omettevano informazioni essenziali. Tra

agroalimentare, prevenendo frodi, tutelando produzioni DOP/IGP/Bio e vigilando sulle pratiche commerciali sleali;

⁵⁷ Redazione di Ius In Itinere/ Il Caso Kilokal Brucia Grassi: Ingiunzione dell'IAP per Pubblicità ingannevole/ data:16/09/2024/ <https://iusinitinere.it/il-caso-kilokal-brucia-grassi-ingiunzione-delliap-per-pubblicita-ingannevole/> / data consultazione: 15/03/2026;

⁵⁸ L'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria (IAP) è un'associazione italiana che dal 1966 opera affinché la comunicazione commerciale sia "onesta, veritiera e corretta" a tutela del pubblico, dei consumatori e delle imprese;

le informazioni omesse o comunque non evidenziate vi era il fatto che il prodotto potesse supportare il controllo del peso solo se associato a una dieta equilibrata e all'attività fisica (tali informazioni erano omesse totalmente nei messaggi pubblicitari e riportate solo in minimi caratteri all'interno dell'etichetta). Nello specifico, le violazioni riscontrate, andavano a violare:

- **Art. 2 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale**⁵⁹: in quanto la comunicazione era ingannevole per omissione e semplificazione eccessiva di informazioni;
- **Art. 23 bis del Codice di Autodisciplina**: in quanto venivano vantate proprietà non chiaramente attribuite ai singoli principi attivi.

L'esito del procedimento è che gli spot pubblicitari di *"Kilocal Brucia Grassi"* sono stati censurati dall'IAP per comunicazione commerciale ingannevole e per violazione delle norme specifiche sugli integratori alimentari;

- **Uliveto e Rocchetta – "acque della salute"**⁶⁰: le acque minerali Uliveto e Rocchetta, commercializzate dalla società *"Cogedi International"*, sono state al centro di numerosi provvedimenti relativi a pubblicità ritenute ingannevoli, in particolare per l'utilizzo dello slogan *"acque della salute"*. Tale espressione è stata utilizzata per anni nelle campagne pubblicitarie, nelle etichette delle bottiglie e persino nel logo dei marchi, tuttavia, diverse decisioni dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) e dell'Autorità Garante della Concorrenza del Mercato (AGCM) le hanno ritenute fuorvianti, in quanto attribuivano al prodotto delle proprietà salutistiche, preventive o terapeutiche non dimostrate scientificamente. Per questo motivo, nel corso degli anni, sono stati emessi sei

⁵⁹ Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (gestito dallo IAP - Istituto Autodisciplina Pubblicitaria) è un insieme di regole etiche e deontologiche che garantisce una pubblicità onesta, veritiera e corretta, agendo come servizio per il pubblico. Vincolante per le aziende che lo accettano, il codice tutela i consumatori da messaggi ingannevoli e assicura una leale concorrenza, monitorando aspetti come lealtà, trasparenza e rispetto della dignità umana;

⁶⁰ La Pira R. Il fatto alimentare/ Uliveto e Rocchetta non sono "acque della salute" - sei censure per la pubblicità/ data: 27/02/2023/ <https://ilfattoalimentare.it/uliveto-rocchetta-acque-della-salute-spot-michelle-hunziker.html>/ data consultazione: 15/03/2026;

provvedimenti di censura, con sanzioni pari a 110.000 euro. Tra i principali provvedimenti si possono trovare:

- **Decisione n. 211/2004:** Lo IAP ha ritenuto ingannevole l'utilizzo dell'espressione "*le acque della salute*" nelle campagne pubblicitarie dei marchi Uliveto e Rocchetta.
Secondo l'istituto, il riferimento alla salute risultava improprio e potenzialmente equivoco per il consumatore, in quanto le acque minerali sono semplici alimenti che non possiedono proprietà terapeutiche o preventive nei confronti di malattie.
Oltre ad esso è stata inoltre contestata la presenza dell'articolo "*le*", il quale attribuiva implicitamente alle due acque una superiorità rispetto alle altre acque minerali presenti sul mercato;
- **Decisione n. 037/2013:** nel 2013 avvenne il secondo intervento da parte dello IAP, il quale andò a censurare una campagna pubblicitaria diffusa su diversi quotidiani nazionali, tra cui *Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *La Sicilia*. In questo caso, la pubblicità attribuiva alle acque minerali effetti benefici nella prevenzione e nella cura di patologie (ad esempio: osteoporosi e calcolosi urinaria). Tali informazioni vennero ritenute ingannevoli in quanto andavano ad attribuire al prodotto proprietà terapeutiche non dimostrate. Oltre a questo però è stato contestato anche il riferimento alla Federazione Italiana Medici di Famiglia (F.I.M.M.G.), la cui presenza nel messaggio pubblicitario poteva indurre il consumatore a ritenere che esistesse un supporto scientifico medico alle affermazioni pubblicitarie;
- **Provvedimento n. 24608-PS8805:** sempre nel 2013, l'AGCM è intervenuta anch'essa nella valutazione del claim "*acque della salute*" portando ad una conclusione per cui tale dicitura andava ad attribuire al prodotto degli effetti preventivi e curativi di carattere generale, che in realtà non possedeva. Per questo motivo, l'autorità ha disposto la

cessazione della pratica commerciale scorretta e ha inflitto alla società una sanzione amministrativa di 100.000 euro;

- **Provvedimento n. 25250-PS9629:** nel 2015 la pubblicità delle acque Uliveto e Rocchetta è stata nuovamente sanzionata perché continuava ad associare il consumo dei prodotti a benefici per la salute, attraverso claim come *“acque della salute”*, *“Uliveto è con i gastroenterologi dell’A.I.G.O. (Associazione Italiana Gastroenterologi ed Endoscopisti Ospedalieri) per la salute”* e *“Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. (Centro Lotta Urolitiasi) per la salute urologica”*. Secondo l’AGCM, questo utilizzo di loghi e di riferimenti ad associazioni mediche non verificate contribuivano ad attribuire ancora una volta effetti curative e preventivi non dimostrati a tali prodotti, ed è per questo che la società venne ulteriormente sanzionata con una sanzione amministrativa di 10.000 euro (importo raddoppiato in considerazione della recidiva, in quanto l’azienda era già stata sanzionata nel 2013);
- **Decisione n. 14/2019:** Nel 2019 lo IAP ha censurato un caso di pubblicità relativo all’acqua Rocchetta all’interno del programma televisivo *“Belli dentro e belli fuori”*, trasmesso dall’emittente La7;
- **Decisione n. 21/2022:** nel 2022 lo IAP ha ritenuto scorretto un messaggio pubblicitario apparso sul magazine *“D – La Repubblica delle Donne”*, il quale attribuiva all’acqua Rocchetta effetti benefici sulla pelle andando ad utilizzare espressioni come *“la tua amica per la pelle”* e *“Rocchetta, acqua della salute, contribuisce a preservare l’idratazione della pelle”*. Anche in questo caso lo IAP ha ritenuto tali affermazioni non dimostrate e potenzialmente fuorvianti, in quanto idonee a suggerire caratteristiche salutistiche superiori rispetto alle altre acque minerali.

In sintesi, il caso delle acque minerali Uliveto e Rocchetta rappresenta uno degli esempi più rilevanti di pubblicità ingannevole nel settore alimentare. Le numerose decisioni dello IAP e dell’AGCM evidenziano infatti come

l'attribuzione ai prodotti alimentari di proprietà salutistiche, preventive o terapeutiche non dimostrate possa costituire una pratica commerciale scorretta, in grado di influenzare in modo ingannevole le scelte dei consumatori.

- **“Ovodil – Coccodi”**⁶¹: questo caso, avvenuto il 10 luglio 2013, riguarda la società “Coccodi” attiva nella produzione e vendita di uova e ovoprodotti, con l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)⁶² che ha sanzionato una pratica commerciale scorretta relativa alla comunicazione pubblicitaria del prodotto “Ovolight”. La pubblicità presentava il prodotto come una valida alternativa all’uovo intero nell’ambito di una dieta ipocalorica e povera di grassi, nonostante “Ovolight” fosse composto prevalentemente di albumi. La pratica è stata ritenuta ingannevole per diversi elementi:
 - **Rappresentazione visiva fuorviante:** “Ovolight”, pur essendo composto da soli albumi, veniva accostato all’immagine di un uovo intero sgusciato, inducendo quindi il consumatore a un’assimilazione impropria tra i due prodotti;
 - **Accreditamento nutrizionale ingannevole:** il prodotto veniva presentato come un’alternativa equivalente all’uovo intero in una dieta ipocalorica e povera di grassi;
 - **Claims nutrizionali non veritieri:** sulla confezione e nella comunicazione pubblicitaria comparivano claims come “a basso contenuto calorico” o “senza colesterolo” che risultavano in contrasto con la tabella nutrizionale (in quanto riportava 44 Kcal per 100 g di prodotto e 3,02 mg di colesterolo per 100 g);

⁶¹Mongelli F. Taccuini Gastrosofici enciclopedia digitale di culture e politiche alimentari fondata da Alex Revelli Sorini e Susanna Cutini / Marketing e pubblicità ingannevole: caso Ovolight/<https://www.taccuinigastrosofici.it/ita/news/contemporanea/marketing-neuroalimentare/pubblicita-ingannevole-caso-ovolight.html> / data consultazione: 15/03/2026;

⁶² L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), nota anche come Antitrust, è un’autorità amministrativa indipendente italiana istituita nel 1990. Il suo compito principale è tutelare la concorrenza, il mercato e i consumatori, contrastando intese restrittive, abusi di posizione dominante e pratiche commerciali scorrette;

- **Violazione delle condizioni normative sui claims:** il claim *“a basso contenuto calorico”* non rispettava i limiti normativi previsti dal Regolamento CE n. 1924/2006, il quale consente tale indicazione solo se:
 - ≤ 40 kcal/100 g per i solidi;
 - ≤ 20 kcal/100 ml per i liquidi.

“Ovolight”, avente consistenza liquida, superava tali limiti con 44 Kcal/100 g.

L'esito del procedimento è avvenuto con l'AGCM che ha vietato la diffusione o continuazione della pratica commerciale contestata insieme a una sanzione pecuniaria di euro 5.000 alla società *“Coccodi”*.

Capitolo 3 – Etichettatura e Controlli Ufficiali

3.1. Cos'è il Controllo Ufficiale

Per Controlli Ufficiali ⁶³si intendono, ai sensi dell'articolo 2 del Regolamento (UE) 2017/625, *“le attività eseguite dalle autorità competenti, o dagli organismi delegati o dalle persone fisiche cui sono stati delegati determinati compiti riguardanti i controlli ufficiali a norma del presente regolamento”*⁶⁴, al fine di verificare:

- il rispetto da parte degli operatori delle disposizioni del Regolamento e della Normativa dell'Unione di cui all'articolo 1, paragrafo 2;
- che gli animali e le merci soddisfino i requisiti prescritti dalla Normativa dell'Unione di cui all'articolo 1, paragrafo 2, anche ai fini del rilascio di certificati ufficiali o attestati ufficiali.

L'articolo 1, paragrafo 2 ⁶⁵del regolamento individua i diversi ambiti nei quali vengono effettuati i controlli ufficiali e tra questi, assumono particolare rilevanza quelli relativi alla sicurezza alimentare e all'informazione dei consumatori. In particolare rientrano tra gli ambiti oggetto di verifica:

- a) gli alimenti e la sicurezza alimentare, l'integrità e la salubrità, in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione di alimenti, comprese le norme volte a garantire pratiche commerciali leali e a tutelare gli interessi e l'informazione dei consumatori, la fabbricazione e l'uso di materiali e oggetti destinati a venire a contatto con alimenti;
- i) la produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici;
- j) l'uso e l'etichettatura delle denominazioni di origine protette (DOP), delle indicazioni geografiche protette (IGP) e delle specialità tradizionali garantite (STG).

All'interno dell'ambito del settore alimentare, il Controllo Ufficiale garantisce la conformità alla normativa vigente di alimenti e bevande immessi in commercio, prevenendo i rischi per la salute pubblica e assicurando la lealtà delle transazioni.

⁶³ Regolamento (UE) 2017/625 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 marzo 2017, relativo ai controlli ufficiali e alle altre attività ufficiali effettuati per garantire l'applicazione della legislazione sugli alimenti e sui mangimi, delle norme sulla salute e sul benessere degli animali, sulla sanità delle piante e sui prodotti fitosanitari (GUUE L 95 del 7 aprile 2017);

⁶⁴ v. art 2 del Reg. (UE) 2017/625;

⁶⁵ v. art. 1, paragrafo 2 del Reg. (UE) 2017/625;

Il Controllo Ufficiale degli alimenti e bevande deve essere effettuato lungo la filiera produttiva, partendo dalla produzione primaria, alla trasformazione, magazzinaggio, trasporto, fino ad arrivare alla somministrazione e al consumo. Tramite esso vengono esaminati tutti i tipi di prodotti alimentari e non solo, infatti oltre ad essi vengono esaminati gli additivi alimentari e i materiali destinati ad entrare in contatto con essi (M.O.C.A.), commercializzati sul territorio nazionale o destinati all'esportazione.

Per quanto riguarda l'ambito di applicazione, il controllo riguarda sia i prodotti di origine nazionale sia quelli di provenienza estera, destinati alla commercializzazione sul territorio nazionale, oltre ai prodotti destinati alla spedizione verso altri Stati membri dell'Unione Europea o all'esportazione verso Paesi terzi.

L'indagine prevede l'esecuzione di accertamenti completi sul prodotto attraverso ispezioni, campionamenti e analisi di laboratorio, sopralluoghi negli ambienti di produzione e verifiche sul personale addetto, nonché controlli sull'applicazione dei programmi di autocontrollo basati sul sistema HACCP, predisposti dalle aziende per l'individuazione dei punti critici della catena produttiva.

È possibile quindi affermare che il Controllo Ufficiale si configura come uno strumento essenziale per la tutela della salute pubblica e la corretta trasparenza nel mercato, assicurando che gli alimenti e le bevande immessi sul mercato siano conformi alla normativa vigente in tutte le fasi della filiera produttiva ⁶⁶.

3.2. Normativa di riferimento

Come già indicato al Capitolo Uno, il Regolamento (UE) 2017/625 disciplina il Controllo Ufficiale nell'ambito del settore alimentare, che tra l'altro riguarda anche l'Etichettatura. Infatti le Linee guida Stato-Regioni sul Controllo Ufficiale redatte ai sensi dei Regolamenti (CE) 882/2004 e 854/2004, del 10 novembre 2016 e tutt'ora vigenti, nelle considerazioni sull'attività "**Ispezioni**", indicano che *"tutte le tipologie di controllo su alimenti preconfezionati prevedono anche l'esame della correttezza dell'etichettatura, della*

⁶⁶ Ministero della Salute/controlli ufficiali degli alimenti/data: 13/06/2024/
<https://www.salute.gov.it/new/it/tema/sistema-di-controllo-della-sicurezza-alimentare/controlli-ufficiali-degli-alimenti/> /data consultazione: 15/03/2026;

presentazione e della pubblicità dei prodotti alimentari” con una particolare attenzione alle dichiarazioni di presenza/assenza di allergeni o sostanze che provocano intolleranze alimentari.

I Controlli Ufficiali vengono fondati su diversi principi generali, quali:

- **SEMPLIFICAZIONE:** intesa come introduzione di regole più semplici e armonizzate, raccolte all'interno di un unico quadro giuridico di carattere orizzontale, volto a superare la frammentazione normativa precedente e a rendere più chiaro e uniforme il sistema dei controlli ufficiali;
- **MODERNIZZAZIONE:** essa viene fondata sull'adozione di un approccio sistematico e basato sull'analisi del rischio. Le autorità competenti infatti, sono tenute a effettuare controlli ufficiali regolari su tutti gli operatori del settore e, nella pianificazione delle relative attività, tengono conto dei rischi identificati associati:
 - agli animali e alle merci;
 - alle attività svolte dagli operatori;
 - ai luoghi in cui si svolgono le attività o le operazioni degli operatori;
 - all'impiego di prodotti, processi, materiali o sostanze che possano incidere sulla sicurezza, sull'integrità e sulla salubrità degli alimenti o dei mangimi, sulla salute e sul benessere degli animali, sulla sanità delle piante o, nel caso di organismi geneticamente modificati e prodotti fitosanitari, anche sull'ambiente;
 - di eventuali informazioni che indichino la probabilità che i consumatori siano indotti in errore, in particolare in relazione alla natura, all'identità, alle proprietà, alla composizione, alla quantità, al periodo di conservazione, al paese di origine o al luogo di provenienza, oltre che ai metodi di fabbricazione/produzione degli alimenti;
 - dei precedenti degli operatori per quanto riguarda gli esiti dei controlli ufficiali già effettuati;

- di qualsiasi altra informazione disponibile che possa indicare una potenziale non conformità alla normativa in materia di sicurezza alimentare e mangimi.

La modernizzazione riguarda altresì l'estensione dei Controlli Ufficiali all'e-commerce citato dall'art. 36 del Regolamento: *“di animali e merci messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza”*⁶⁷

- EFFICIENZA: essa si pone come obiettivo quello di rendere il sistema dei controlli ufficiali più coordinato, tempestivo ed efficace, rafforzando la capacità delle autorità competenti di prevenire, individuare e gestire le non conformità lungo la filiera alimentare. In questo caso, il Regolamento prevede:
 - una maggiore cooperazione tra le autorità competenti, sia a livello nazionale che europeo, al fine di garantire un'applicazione uniforme della normativa e uno scambio di informazioni più efficace;
 - l'adozione di un sistema informatico comune, volto a facilitare la raccolta, la gestione e la condivisione dei dati relativi ai controlli ufficiali e alle non conformità riscontrate;
 - una gamma più ampia di misure sanzionatorie, proporzionate ed efficaci, da applicare in caso di violazioni della normativa;
 - l'introduzione di controlli all'importazione basati sul rischio, finalizzati a garantire un livello di tutela equivalente per i prodotti provenienti da paesi terzi;
 - l'implementazione di meccanismi di segnalazione delle violazioni, volti a consentire una più rapida individuazione delle irregolarità e una pronta attivazione delle misure correttive.

⁶⁷ *“Per eseguire controlli ufficiali sul commercio tramite internet o altre modalità a distanza, le autorità competenti dovrebbero poter ottenere campioni mediante ordini effettuati in modo anonimo (noti anche come «acquisto con clienti civetta») da sottoporre successivamente ad analisi, prove o verifica della conformità. Le autorità competenti dovrebbero adottare tutte le misure necessarie per tutelare i diritti degli operatori a una controparità.”* (Considerando 49 del Regolamento (UE) 2017/625;

- **TRASPARENZA:** essa mira a garantire una corretta informazione dei cittadini e dei consumatori, nel rispetto dell'obbligo di riservatezza previsto a tutela dei dati sensibili, dei segreti commerciali e delle attività di controllo ⁶⁸.

Tutti questi principi, presi nel loro insieme, vanno a delineare un sistema di controlli ufficiali maggiormente efficace e orientato alla prevenzione, rafforzando il ruolo delle autorità competenti e contribuendo in modo significativo alla tutela della salute pubblica e degli interessi dei consumatori.

Le attività che caratterizzano il Controllo Ufficiale sono⁶⁹:

- **il Monitoraggio:** *“la realizzazione di una sequenza predefinita di osservazioni o misure al fine di ottenere un quadro d’insieme delle conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti, di salute e di benessere degli animali”;*
- **la Verifica:** *“il controllo, mediante esame e considerazione di prove obiettive, volto a stabilire se siano stati soddisfatti requisiti specifici”;*
- **l’Ispezione:** *“l’esame di qualsiasi aspetto relativo a mangimi, agli alimenti, alla salute e al benessere degli animali per verificare che tali aspetti siano conformi alle prescrizioni di legge relative ai mangimi, agli alimenti, alla salute e al benessere degli animali”;*
- **il Campionamento per analisi:** *“il prelievo di un mangime o di un alimento oppure di una qualsiasi altra sostanza (anche proveniente dall’ambiente) necessaria alla loro produzione, trasformazione e distribuzione o che interessa la salute degli animali, per verificare, mediante analisi, la conformità alla normativa in materia di mangimi e alimenti e alle norme sulla salute degli animali”;*
- **l’Audit:** *“un esame sistematico e indipendente per accertare se determinate attività e i risultati correlati siano conformi alle disposizioni previste, se tali*

⁶⁸ Principi M. (2024). Il Regolamento (UE) n. 2017/625 ed il Controllo Ufficiale [7]. S.T.M.A. - Tecniche della Prevenzione sugli alimenti, CdL T.P.A.L.L., Learn.univpm, data consultazione 15/03/2026;

⁶⁹ Presidenza Del Consiglio Dei Ministri. Linee guida per il controllo ufficiale ai sensi dei Regolamenti (CE) 882/2004 e 854/2004;

disposizioni siano attuate in modo efficace e siano adeguate a raggiungere determinati obiettivi”;

- **la sorveglianza:** *“l’osservazione approfondita di una o più aziende del settore dei mangimi e degli alimenti, di operatori del settore dei mangimi e degli alimenti, oppure delle loro attività”.*

L’insieme di queste verifiche vengono svolte solitamente:

- **senza preavviso:** al fine di garantire l’efficacia (salvo nei casi in cui la natura del controllo e le esigenze operative rendano necessario un preavviso), con i risultati del controllo che dovranno essere registrati in forma scritta e comunicati all’operatore interessato, al fine di consentire l’individuazione tempestiva di eventuali non conformità e la successiva adozione di misure correttive;
- **ad intervalli irregolari:** sulla base di una programmazione definita dalle autorità competenti che tiene conto del livello di rischio associato alle diverse attività, della tipologia di alimento, del processo produttivo e del comportamento pregresso dell’operatore, oltre che all’eventuale presenza di violazioni registrate precedentemente⁷⁰.

Per quanto riguarda il contesto dell’etichettatura alimentare, il Regolamento (UE) 2017/625 non va a stabilire i contenuti dell’etichetta alimentare, i quali restano disciplinati dal Regolamento (UE) 1169/2011. Tuttavia, esso comprende espressamente l’etichettatura degli alimenti nell’ambito dei Controlli Ufficiali, attribuendo alle autorità competenti il compito di verificarne la conformità. In particolare, tale atto normativo chiarisce che i Controlli Ufficiali sono finalizzati a garantire l’applicazione della normativa di riferimento (Regolamento (UE) 1169/2011) al fine di garantire la tutela dei consumatori, andando a prevenire

⁷⁰ Oltre ai controlli programmati, il regolamento prevede l’esecuzione di controlli ufficiali straordinari in specifiche circostanze, quali il sospetto di non conformità, la segnalazione di rischi per la salute umana o per la corretta informazione del consumatore, o l’emergere di pratiche fraudolente o ingannevoli. In tali casi, le autorità competenti possono intervenire tempestivamente per verificare la situazione e adottare le misure necessarie;

pratiche commerciali scorrette, comprese quelle attuate attraverso l'inserimento di informazioni non corrette, incomplete o fuorvianti in etichetta.

Tra le varie attività in riferimento all'argomento della tesi, le autorità competenti vanno quindi a verificare:

- la presenza di informazioni obbligatorie in etichetta previste dalla normativa vigente;
- la correttezza, veridicità e non ingannevolezza delle indicazioni riportate in etichetta;
- la coerenza tra le informazioni fornite al consumatore e le caratteristiche reali dell'alimento;
- l'assenza di pratiche commerciali fraudolente o ingannevoli, anche sotto forma di claims, denominazioni o presentazioni fuorvianti.

In conclusione, il sistema dei controlli ufficiali previsto dal Regolamento (UE) 2017/625 svolge un ruolo fondamentale nel garantire la sicurezza degli alimenti e la correttezza delle informazioni fornite al consumatore, assicurando il rispetto della normativa vigente in materia di etichettatura alimentare e contribuendo alla prevenzione di pratiche commerciali ingannevoli o fraudolente⁷¹.

La legislazione europea, e in particolare il regolamento (UE) 2017/625, stabilisce che gli Stati Membri definiscano un Piano di Controllo Nazionale Pluriennale (PCNP) che descrive il sistema di controlli ufficiali lungo l'intera filiera alimentare, al fine di verificare la corretta applicazione della legislazione comunitaria, per le seguenti aree:

- gli alimenti e la sicurezza alimentare, l'integrità e la salubrità, in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione di alimenti, comprese le norme volte a garantire pratiche commerciali leali e a tutelare gli interessi e

l'informazione dei consumatori, la fabbricazione e l'uso di materiali e oggetti destinati a venire a contatto con alimenti;

- l'emissione deliberata nell'ambiente di organismi geneticamente modificati (OGM) a fini di produzione di alimenti e mangimi;
- i mangimi e la sicurezza dei mangimi in qualsiasi fase della produzione, della trasformazione, della distribuzione e dell'uso di mangimi, comprese le norme volte a garantire pratiche commerciali leali e a tutelare la salute, gli interessi e l'informazione dei consumatori;
- le prescrizioni in materia di salute animale;
- la prevenzione e la riduzione al minimo dei rischi sanitari per l'uomo e per gli animali derivanti da sottoprodotti di origine animale e prodotti derivati;
- le prescrizioni in materia di benessere degli animali;
- le misure di protezione contro gli organismi nocivi per le piante;
- le prescrizioni per l'immissione in commercio e l'uso di prodotti fitosanitari e l'utilizzo sostenibile dei pesticidi, ad eccezione dell'attrezzatura per l'applicazione di pesticidi;

ed in riferimento all'argomento del presente lavoro di tesi

- la produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici;
- l'uso e l'etichettatura delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite.

Il PCNP vigente per il quinquennio 2023/2027⁷² contiene una descrizione dell'organizzazione e delle attività del sistema italiano dei controlli, e gli ambiti sopra richiamati ricadono in Italia sotto la competenza di diverse Amministrazioni Pubbliche.

⁷² Intesa Stato-Regioni, sancita nella seduta del 22 marzo 2023 (n.55/CSR);

3.3. Autorità competenti e Controllo Ufficiale nell'ambito della etichettatura

A livello nazionale, il sistema dei Controlli Ufficiali nel settore alimentare, viene svolto da diverse autorità competenti le quali vengono definite dall'articolo 2 del decreto legislativo 2 febbraio 2021, n. 27 *“Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2017/625 ai sensi dell'articolo 12, lettere a), b), c), d) ed e) della legge 4 ottobre 2019, n. 117”*⁷³.

Ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento (UE) 2017/625, gli Stati membri designano le autorità competenti responsabili dell'organizzazione e dell'esecuzione dei controlli ufficiali. In Italia, tali autorità competenti sono individuate in primo luogo nel **Ministero della Salute**, nelle **Regioni**, nelle **Province autonome di Trento e Bolzano** e nelle **Aziende Sanitarie Locali**, nell'ambito del Servizio Sanitario Nazionale istituito con la legge n. 833 del 1978⁷⁴ come indicato dal 1° comma del citato art. 2 del D.Lgs 27/2021 che si riporta

1. *“Il Ministero della salute, le regioni, le Province autonome di Trento e Bolzano, le Aziende sanitarie locali, nell'ambito delle rispettive competenze, sono le Autorità competenti designate, ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento, a pianificare, programmare, eseguire, monitorare e rendicontare i controlli ufficiali e le altre attività ufficiali nonché procedere all'adozione delle azioni esecutive previste dagli articoli 137 e 138 del Regolamento, e ad accertare e contestare le relative sanzioni amministrative nei seguenti settori:*

a) alimenti, inclusi i nuovi alimenti, e la sicurezza alimentare, in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione di alimenti comprese le norme relative alle indicazioni nutrizionali e il loro coinvolgimento nel mantenimento dello stato di salute fornite sui prodotti alimentari, anche con riferimento ad alimenti contenenti allergeni e alimenti costituiti, contenenti o

⁷³ Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste/
<https://www.masaf.gov.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/23066> / data consultazione: 15/03/2026;

⁷⁴ Legge 23 dicembre 1978, n. 833 "Istituzione del servizio sanitario nazionale" (GU n. 360 del 28-12-1978 - Suppl. Ordinario);

- derivati da OGM, nonché la fabbricazione e l'uso di materiali e oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti;*
- b) mangimi e sicurezza dei mangimi in qualsiasi fase della produzione, della trasformazione, della distribuzione e dell'uso, anche con riferimento a mangimi costituiti, contenenti o derivati da OGM;*
 - c) salute animale;*
 - d) sottoprodotti di origine animale e prodotti derivati ai fini della prevenzione e della riduzione al minimo dei rischi sanitari per l'uomo e per gli animali;*
 - e) benessere degli animali;*
 - f) prescrizioni per l'immissione in commercio e l'uso di prodotti fitosanitari, dell'utilizzo sostenibile dei pesticidi, ad eccezione dell'attrezzatura per l'applicazione dei pesticidi”.*

L'art. 2, comma 2 del D.Lgs 27/2021 individua quindi il **Ministero delle politiche agricole e forestali** come Autorità competente nei settori indicati al comma 3:

- a) “alimenti, relativamente alle norme volte a garantire pratiche commerciali leali e a tutelare gli interessi e l'informazione dei consumatori, comprese le norme di etichettatura, per i profili privi di impatto sulla sicurezza degli alimenti, e per i controlli effettuati a norma dell'articolo 89 del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013;*
- b) mangimi, relativamente alle norme volte a tutelare gli aspetti qualitativi e merceologici, compresa l'etichettatura, per i profili privi di impatto sulla sicurezza dei mangimi, ma che possono incidere sulla correttezza e trasparenza delle transazioni commerciali;*
- c) misure di protezione contro gli organismi nocivi per le piante;*
- d) produzione biologica ed etichettatura dei prodotti biologici;*
- e) uso ed etichettatura delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite.”*

Dalla comparazione delle competenze tra i due Ministeri appare chiaro che tutti gli aspetti di tutela della sicurezza degli alimenti, dei mangimi, degli animali ecc. siano di esclusiva competenza del Ministero della Salute e del S.S.N. mentre, per quanto attiene l'etichettatura, argomento di tesi, il Ministero delle politiche agricole e forestali ha il compito di garantire le pratiche commerciali leali, la tutela degli interessi e dell'informazione dei consumatori per tutti i profili privi di impatto sulla sicurezza.

Ai sensi del comma 10 dell'art. 2 del citato D.Lgs 27/2021 "Il Ministero della salute, in qualità di Autorità competente, può avvalersi del Comando carabinieri per la tutela della salute, garantendone il coordinamento delle attività di accertamento con le attività di controllo svolte dalle altre Autorità territorialmente competenti. Il personale afferente al Comando dei carabinieri per la tutela della salute, nel caso rilevi la presenza di non conformità nei settori di cui al comma 1 del presente articolo, informa l'Autorità competente dei provvedimenti adottati."

Il PCNP 2023/2027 indica inoltre altre Autorità quali il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica, il Ministero della difesa, l'Agenzia delle dogane e dei monopoli, i Corpi di polizia: Comando Carabinieri Tutela della Salute (NAS); Comando Unità Forestali, Ambientali e Agroalimentari dei Carabinieri; Corpo delle Capitanerie di porto - Guardia costiera; Guardia di finanza

Il Ministero della salute e quello delle politiche agricole e forestali, ciascuno nell'ambito delle proprie competenze, sono responsabili della pianificazione, programmazione, esecuzione, monitoraggio e rendicontazione dei controlli ufficiali, nonché dell'adozione delle misure conseguenti in caso di non conformità.

Secondo le informazioni fornite dagli articoli 4 e 5 del Regolamento (UE) 2017/625, emerge un modello organizzativo dei controlli ufficiali fondato su tre principi fondamentali:

- **CHIAREZZA NELLA DESIGNAZIONE DELLE COMPETENZE (art. 4):** ogni stato membro deve individuare formalmente le Autorità competenti responsabili dell'organizzazione e dello svolgimento dei controlli ufficiali, in modo tale da identificare in modo chiaro l'ente pubblico che ha il potere di effettuare i controlli.

Questa designazione va ad assicurare certezza giuridica, definisce con precisione le responsabilità amministrative e autorizza l'esercizio dei poteri ispettivi e sanzionatori previsti dal Regolamento, evitando evita qualsiasi dubbio su chi sia legittimato a svolgere i controlli ufficiali.

- **COORDINAMENTO MULTILIVELLO TRA LE AUTORITÀ COINVOLTE (art. 4):** qualora nello stesso settore dovessero operare più autorità (ad esempio, a livello nazionale, regionale o locale), lo stato membro deve assicurare un coordinamento efficace tra di esse in modo da evitare differenze operative che possano compromettere l'efficacia del sistema dei controlli ufficiali;
- **PROFESSIONALITÀ, L'IMPARZIALITÀ E L'EFFETTIVITÀ DELL'AZIONE DI CONTROLLO (art. 5):** Le Autorità competenti devono:
 - assicurare formazione e aggiornamento continuo alle figure incaricate per svolgere i controlli ufficiali;
 - dotarsi di procedure e meccanismi idonei a garantire efficacia, adeguatezza, imparzialità, qualità e coerenza dei controlli ufficiali;
 - disporre di laboratori adeguati per analisi, prove e diagnosi;
 - garantire la presenza di un numero sufficiente di addetti qualificati ed esperti;
 - assicurare strutture e attrezzature idonee allo svolgimento delle attività ispettive;
 - essere legittimate ad adottare le misure previste dalla normativa in caso di non conformità;
 - disporre di strumenti giuridici che consentano al personale l'accesso ai locali degli operatori e alla relativa documentazione;
 - predisporre piani di emergenza per la gestione di situazioni critiche connesse alla sicurezza alimentare.

Questi requisiti servono a garantire che i controlli non siano soltanto formalmente previsti, ma siano svolti in modo competente, imparziale e soprattutto efficace.

Nel complesso quindi, questi due articoli del Regolamento, vanno a delineare un sistema organizzato, coordinato e tecnicamente qualificato, volto ad assicurare che i controlli ufficiali siano svolti con chiarezza di competenze, uniformità territoriale e adeguata professionalità ⁷⁵.

3.4. Relazione annuale del Ministero della salute in merito ai Controlli Ufficiali.

Nel 2025, il Ministero della Salute ha pubblicato una relazione annuale inerente ai controlli ufficiali eseguiti in Italia a norma dell'articolo 11 del Regolamento (UE) 2017/625. Tale relazione ha la finalità di rendere disponibile al pubblico le informazioni relative ai controlli ufficiali effettuati in Italia nel 2024 nei settori della sicurezza degli alimenti e dei mangimi, della salute degli animali e della sanità delle piante, del benessere degli animali, dell'agricoltura biologica e dei regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari. Le informazioni presenti all'interno della relazione si basano sui seguenti elementi:

- le relazioni annuali trasmesse al Ministero dalle autorità regionali, dalle altre autorità competenti e dagli altri organi di controllo secondo le proprie attività ufficiali di controllo;
- le rendicontazioni annuali che vengono effettuate dal territorio alle autorità centrali, nei diversi sistemi informatici e con le modalità specifiche di ogni flusso di informazioni;
- i risultati dei controlli effettuati dalle Autorità centrali sulle regioni/P.A.;
- la valutazione dell'Istituto Superiore di Sanità e del COVEPI (Centro di Referenza Nazionale per l'Epidemiologia Veterinaria, la Programmazione, l'Informazione e l'Analisi del Rischio) dei dati relativi agli alimenti e alla sicurezza alimentare trasmessi annualmente dal territorio.

⁷⁵v. artt 4 e 5 del Reg. (UE) 625/2017;

Ogni anno i paesi dell'UE devono svolgere i propri controlli ufficiali con un livello elevato di trasparenza, con l'obbligo di pubblicare almeno una volta l'anno le informazioni pertinenti circa l'organizzazione e l'esito dei controlli, e in particolare le seguenti informazioni:

- il tipo, il numero e i risultati dei controlli ufficiali;
- il tipo e il numero dei casi di non conformità rilevati;
- il tipo e il numero dei casi in cui le autorità competenti hanno adottato le azioni in caso di non conformità;
- il tipo e il numero dei casi in cui sono state inflitte le sanzioni in caso di violazione.

La valutazione degli esiti dei controlli ufficiali realizzati annualmente è di essenziale importanza per consentire alle autorità competenti di valutare l'efficacia del proprio sistema di controllo e ad apportarvi i miglioramenti indispensabili, nell'ambito del ciclo generale di miglioramento continuo dei controlli ufficiali in un'ottica a lungo raggio.

In questa relazione sono illustrati i controlli ufficiali effettuati nel 2024 lungo tutta la filiera alimentare con l'obiettivo di garantire la sicurezza, la salubrità e l'integrità degli alimenti. Questi controlli hanno riguardato tutte le fasi della produzione primaria, della trasformazione, della distribuzione, della vendita all'ingrosso e al dettaglio, fino ai servizi di ristorazione e fornitura di alimenti.

I controlli ufficiali riportati all'interno della relazione hanno riguardato (oltre alle fasi di produzione, trasformazione, distribuzione e vendita all'ingrosso e al dettaglio) anche la verifica della conformità dei materiali e degli oggetti destinati a entrare in contatto con gli alimenti, il rispetto delle norme che assicurano pratiche commerciali leali, la tutela degli interessi dei consumatori e infine una corretta informazione, al fine di garantire la sicurezza lungo tutta la filiera.

3.4.1. Controlli Ufficiali sull'etichettatura alimentare: analisi dei dati nazionali.

Il Ministero della Salute, nella relazione al PNCP relativo al 2024 riporta una sezione dedicata ai controlli ufficiali in merito all'etichettatura alimentare in Italia e delle eventuali non conformità riscontrate in essi⁷⁶.

All'interno della seguente tabella sono riportati i controlli effettuati con le rispettive non conformità riscontrate per ogni categoria di alimento:

TIPOLOGIA DI PRODOTTO	CONTROLLI UFFICIALI	NON CONFORMITA'
prodotti lattiero-ceseari	4.577	204
alternative ai prodotti lattiero-ceseari	19	0
oli e grassi ed emulsioni di oli e grassi:	2.545	240
gelati	101	22
frutta ed ortaggi	4.609	284
dolciumi	1.113	168
cereali e prodotti a base di cereali	2.271	184
prodotti da forno	559	79
carni fresche	11.646	218
carni macinate, preparazioni di carni e carni separate meccanicamente	1.785	167
prodotti a base di carne	1.494	77
pesce e prodotti della pesca	2.616	105
uova e ovoprodotti	621	37
zucchero, sciroppi, miele ed edulcoranti da tavola	644	54
sali, spezie, zuppe, minestre, salse, insalate, prodotti a base di proteine	2.043	157
alimenti destinati ad un'alimentazione particolare	1.683	541
bevande	26.667	983
salatini e snack pronti al consumo	29	1

⁷⁶ Ministero Della Salute/ relazione PCNP 2024/ <https://www.salute.gov.it/new/sites/default/files/2026-01/Relazione%20PCNP%202024.pdf> /data consultazione: 15/03/2026;

dessert, tranne i prodotti compresi nelle categorie 1, 3 e 4	21	0
integratori alimentari	7.077	2905
alimenti trasformati non compresi nelle categorie 1-17	6.956	686
altro - alimenti non compresi nelle categorie 1-21	2.870	754

Le non conformità riscontrate, in termini di etichettatura alimentare, riguardano principalmente:

- irregolarità nelle informazioni riportate in etichetta, non conformi alla normativa vigente;
- indicazioni non corrette o non veritiere in merito alla natura o alle caratteristiche del prodotto alimentare;
- utilizzo improprio o non autorizzato di claim nutrizionali o salutistici;
- mancanza o non corretta indicazione dell'origine o della provenienza degli alimenti;
- difformità tra le informazioni riportate in etichetta e a reale composizione del prodotto;
- carenza di informazioni obbligatorie previste dalla normativa vigente.

La figura 4 riporta in forma grafica sintetica i dati esposti in tabella 1:

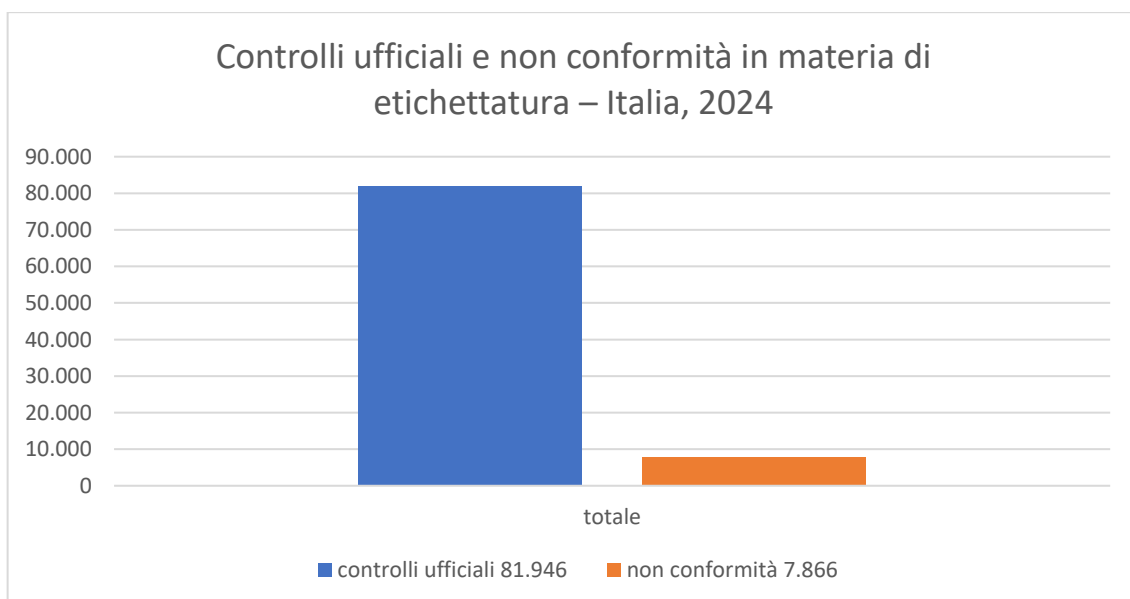


Figura 4- Controlli ufficiali e non conformità in materia di etichettatura – Italia, 2024

Dall'analisi di questi dati emerge che nel 2024 l'attività di controllo ufficiale in materia di etichettatura alimentare è stata particolarmente intensa e diffusa su tutte le principali categorie di prodotti dando conferma dell'elevata l'attenzione delle Autorità competenti verso la corretta informazione al consumatore, elemento centrale della normativa europea in materia alimentare.

Le non conformità riscontrate dimostrano che le irregolarità in etichetta non rappresentano un fenomeno marginale, ma interessano diversi ambiti del settore alimentare, con particolare incidenza in alcune categorie come integratori, bevande e alimenti trasformati. Nel complesso quindi, attraverso questi dati, è possibile affermare che il controllo ufficiale sull'etichettatura costituisca uno strumento fondamentale per garantire trasparenza, correttezza delle pratiche commerciali e tutela effettiva del consumatore⁷⁷.

Conclusioni

L'etichettatura alimentare rappresenta quindi uno degli strumenti fondamentali attraverso cui il consumatore può ottenere informazioni chiare e affidabili sui prodotti alimentari presenti sul mercato. Grazie ad essa, infatti, è possibile conoscere elementi essenziali di un alimento, quali la composizione, le modalità di conservazione, la presenza di allergeni e i valori nutrizionali, ovvero informazioni fondamentali le quali consentono al cittadino di compiere scelte di acquisto più consapevoli e responsabili.

L'etichettatura di un prodotto alimentare, tuttavia, oltre a fornire informazioni relative alle caratteristiche del prodotto, nel corso degli ultimi anni ha assunto anche un ruolo centrale nelle strategie di comunicazione e promozione commerciale delle imprese alimentari, sia nel contesto fisico che in quello digitale.

Come evidenziato nel Capitolo 2 però, tali attività di comunicazione non sempre vengono realizzate in modo corretto da parte degli operatori del settore alimentare. In alcuni casi, infatti, attraverso l'utilizzo di messaggi ambigui, informazioni incomplete o rappresentazioni grafiche fuorvianti, il consumatore può essere indotto a percezioni errate riguardo alle caratteristiche o ai benefici di un determinato prodotto, con il rischio di compiere scelte di acquisto non pienamente consapevoli o potenzialmente dannose per la propria salute.

Al fine di prevenire tali situazioni, il sistema dei controlli ufficiali disciplinato dal Regolamento (UE) 2017/625 assume un ruolo fondamentale. Infatti, attraverso tali controlli le autorità competenti verificano che i prodotti alimentari immessi sul mercato siano conformi alla normativa vigente, garantendo che le informazioni riportate in etichetta risultino corrette, complete e non fuorvianti.

In conclusione, tramite l'analisi sviluppata dalla seguente tesi, è possibile affermare che l'etichettatura alimentare, la prevenzione delle pratiche ingannevoli e l'efficacia dei controlli ufficiali rappresentano tre elementi strettamente interconnessi tra loro all'interno del sistema di sicurezza alimentare. perciò solo attraverso l'equilibrio tra normativa, responsabilità degli operatori del settore alimentare e attività di vigilanza

delle Autorità competenti è possibile garantire un mercato alimentare trasparente e affidabile.

In un contesto come quello attuale, in cui l'informazione assume un ruolo sempre più centrale nelle scelte di acquisto quotidiane dei cittadini, assicurare la chiarezza e la veridicità delle informazioni riportate sugli alimenti non rappresenta soltanto un obbligo giuridico, ma costituisce anche una condizione indispensabile per tutelare la salute pubblica, rafforzare la fiducia dei consumatori e promuovere uno sviluppo equilibrato e sostenibile del sistema alimentare.

Bibliografia e sitografia

1. Balboni V. Il fatto alimentare/ "Naturale": è la parola che troviamo su tantissime etichette ma che non vuol dire niente/ data: 11/12/2020/
<https://ilfattoalimentare.it/cibo-naturale-etichette.html> / data consultazione: 15/03/2026;
2. Biagioli F. green me/ L'Ue dice stop alle etichette ingannevoli: più della metà delle diciture "green" e "naturale" sono fuorvianti/ data: 21/09/2023/
<https://www.greenme.it/salute-e-alimentazione/mangiare-sostenibile/lue-dice-stop-alle-etichette-ingannevoli-piu-della-meta-delle-diciture-green-e-naturale-sono-fuorvianti/> data consultazione: 15/03/2026;
3. Crisciotti M. green me/L'inganno dei cibi senza zuccheri aggiunti/ data: 20/09/2025/
<https://www.greenme.it/lifestyle/sai-cosa-compri/inganno-dei-cibi-senza-zuccheri-aggiunti/14/03/2026/> data consultazione: 15/03/2026;
4. Decreto Legislativo 3 settembre 2020, n. 116 Attuazione della direttiva (UE) 2018/851 che modifica la direttiva 2008/98/CE relativa ai rifiuti e attuazione della direttiva (UE) 2018/852 che modifica la direttiva 1994/62/CE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio. (GU n. 226 del 11-9-2020);
5. Direttiva 79/112/CEE del Consiglio, del 18 dicembre 1978, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati Membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari destinati al consumatore finale, nonché la relativa pubblicità (GU L 33 del 8.2.1979);
6. Direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 marzo 2000, relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità (GU L 109 del 6.5.2000);
7. Decreto Legislativo 15 dicembre 2017, n. 231. Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori e l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento (UE) n.

- 1169/2011 e della direttiva 2011/91/UE, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170. (GU n. 32 del 8-2-2018);
8. DECRETO 19 novembre 2020 Forma di presentazione e condizioni di utilizzo del logo nutrizionale facoltativo complementare alla dichiarazione nutrizionale in applicazione dell'articolo 35 del regolamento (UE) 1169/2011. (GU Serie Generale n.304 del 07-12-2020);
 9. Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145 Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole. (GU n.207 del 06-09-2007);
 10. Decreto Legislativo 206/2005 – Codice Del Consumo a norma dell'articolo 7 della legge 229/2003 (artt. 20 e 27);
 11. EFSA/safe to eat/<https://www.efsa.europa.eu/it/safe2eat> / data consultazione: 15/03/2026;
 12. Foodconsulting/Etichettatura dei prodotti agroalimentari: guida completa/data:22/11/2024/<https://www.studiofoodconsulting.it/etichettatura-prodotti-alimentari/>/data consultazione:15/03/2026;
 13. Fiveable/ Key Decision-Making Heuristics/ <https://fiveable.me/lists/key-decision-making-heuristics> / data consultazione: 15/03/2026;
 14. Intesa Stato-Regioni, sancita nella seduta del 22 marzo 2023 (n.55/CSR);
 15. La Pira R. /Tic Tac arancia rossa, la pubblicità è ingannevole. Chiesta censura a IAP e AGCM/ data: 20/06/2014/ <https://ilfattoalimentare.it/tic-tac-arancio.html> / data consultazione: 15/03/2026;
 16. La Pira R. Il fatto alimentare/ Uliveto e Rocchetta non sono “acque della salute” - sei censure per la pubblicità/ data: 27/02/2023/ <https://ilfattoalimentare.it/uliveto-rocchetta-acque-della-salute-spot-michelle-hunziker.html> / data consultazione: 15/03/2026;
 17. Legge 23 dicembre 1978, n. 833 "Istituzione del servizio sanitario nazionale" (GU n. 360 del 28-12-1978 - Suppl. Ordinario);
 18. Mongelli F. Taccuini Gastrosofici enciclopedia digitale di culture e politiche alimentari fondata da Alex Revelli Sorini e Susanna Cutini / Marketing e pubblicità

- ingannevole: caso Ovilight/
<https://www.taccuinigastrosofici.it/ita/news/contemporanea/marketing-neuroalimentare/pubblicita-ingannevole-caso-ovilight.html> / data consultazione: 15/03/2026;
19. Ministero della Salute/controlli ufficiali degli alimenti/data: 13/06/2024/
<https://www.salute.gov.it/new/it/tema/sistema-di-controllo-della-sicurezza-alimentare/controlli-ufficiali-degli-alimenti/> /data consultazione: 15/03/2026;
20. Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste/
<https://www.masaf.gov.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/23066/> / data consultazione: 15/03/2026;
21. Ministero Della Salute/ relazione PCNP 2024/
<https://www.salute.gov.it/new/sites/default/files/2026-01/Relazione%20PCNP%202024.pdf> /data consultazione: 15/03/2026;
22. Normativa alimentare, Easy & Smart/ etichettatura nutrizionale volontaria: panoramica/ data: 13/11/2020/ <https://normativaalimentare.it/legislazione-alimentare/etichettatura-nutrizionale-volontaria/> /data consultazione: 15/03/2026;
23. Noto F. QuiFinanza/Alimenti light: attenzione a non farvi ingannare/data: 28/11/2022/ <https://quifinanza.it/lifestyle/alimenti-light-attenzione-inganni/678934/> data consultazione: 15/03/2026;
24. Principi M. (2024). Il Regolamento (UE) n. 2017/625 ed il Controllo Ufficiale [1 e 2]. S.T.M.A. - Tecniche della Prevenzione sugli alimenti, CdL T.P.A.L.L., Learn.univpm, data consultazione 15/03/2026;
25. Parmalat/ Yogurt greco: tutte le proprietà e i benefici/
<https://www.parmalat.it/magazine/dieta-sana/dieta-e-latte/tutte-le-proprietà-dello-yogurt-greco/> / data consultazione: 15/03/2026;
26. Proietti Colonna S. Serenis/ Effetto Halo o alone che cos'è e come funziona/
<https://www.serenis.it/articoli/effetto-halo/> / data consultazione: 15/03/2026;

27. Principi M. (2024). Il Regolamento (UE) n. 2017/625 ed il Controllo Ufficiale [7]. S.T.M.A. - Tecniche della Prevenzione sugli alimenti, CdL T.P.A.L.L., Learn.univpm, data consultazione 15/03/2026;
28. Presidenza Del Consiglio Dei Ministri. Linee guida per il controllo ufficiale ai sensi dei Regolamenti (CE) 882/2004 e 854/2004;
29. Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori. (GU L304/18 del 22/11/2011);
30. Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare (GU L 31 dell'1.2.2002);
31. Regolamento (CE) n. 853/2004, Allegato II, Sezione I;
32. Regolamento di esecuzione (UE) 2018/775 della Commissione, del 28 maggio 2018, recante modalità di applicazione dell'articolo 26, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, per quanto riguarda le norme sull'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza dell'ingrediente primario di un alimento (GU L 131 del 29.5.2018);
33. Regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio (GU L 150 del 14.6.2018);
34. Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari;
35. Redazione Il fatto alimentare/ Biologico, ma lo è veramente?/ data: 10/07/2023/
<https://ilfattoalimentare.it/biologico-veramente-normativa.html> / data consultazione: 15/03/2026;

36. Rossoni A. Alimentazione in equilibrio/I bias cognitivi in ambito nutrizionale/ data: 21/09/2023/ <https://www.alimentazioneinequilibrio.com/i-bias-cognitivi-in-ambito-nutrizionale/> / data consultazione: 15/03/2023;
37. Romeo A. IlSole24ore/ Troppa confusione sulle etichette dell'alimentare/ data: 02/12/2024 /<https://www.ilsole24ore.com/art/confusione-etichette-dell-alimentare-ecco-parere-deella-corte-conti-ue-AGHwFOSB> / data consultazione: 15/03/2026;
38. Redazione di Help Consumatori, L'informazione per i cittadini responsabili/Alimentazione e comunicazione, SINU: attenzione ai falsi miti alimentari/ data: 10/02/2026/<https://www.helpconsumatori.it/agenzia/alimentazione-e-comunicazione-sinu-attenzione-ai-falsi-miti-alimentari/> / data consultazione: 15/03/2026;
39. Redazione di Ius In Itinere/ Il Caso Kilocal Brucia Grassi: Ingiunzione dell'IAP per Pubblicità ingannevole/ data:16/09/2024/ <https://iusinitinere.it/il-caso-kilocal-brucia-grassi-ingiunzione-delliap-per-pubblicita-ingannevole/> / data consultazione: 15/03/2026;
40. Regolamento (UE) 2017/625 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 marzo 2017, relativo ai controlli ufficiali e alle altre attività ufficiali effettuati per garantire l'applicazione della legislazione sugli alimenti e sui mangimi, delle norme sulla salute e sul benessere degli animali, sulla sanità delle piante e sui prodotti fitosanitari (*GUUE L 95 del 7 aprile 2017*);
41. Studio Legale Adamo/ Concorrenza sleale e pratiche commerciali scorrette/ data: 02/09/2025/ <https://www.studiolegaleadamo.it/concorrenza-sleale-e-pratiche-commerciali-scorrette/> / data consultazione: 15/03/2026;
42. Simeone C. Il Diritto di Mangiare Bene/Pubblicità ingannevole?/data: 02/03/2021/ <https://www.ildirittodimangiarebene.com> /data consultazione: 15/03/2026;
43. Toncar Srl/ Il colore verde nel marketing: perché viene associato alla natura e alla sostenibilità? /data: 10/02/2025/ <https://www.linkedin.com/pulse/il-colore->

- [verde-nel-marketing-perch%C3%A9-viene-associato-alla-natura-voanf/](#) / data consultazione: 15/03/2026;
44. Tapporosso/Cos'è il latte di Alta Qualità?/data: 06/06/2021/
<https://centralelatte.torino.it/benessere/il-latte-di-alta-qualita/#:~:text=Un%20latte%20di%20Alta%20Qualit%C3%A0,meno%20ripercussioni%2C%20garantendo%20un%20prodotto> / data consultazione: 15/03/2026;
45. Teresa Gentilini Avvocato/ Pane fresco versus pane precotto: attenzione alle informazioni da fornire al consumatore/ data: 06/08/2020/
<https://avvocatogentilini.it/pane-fresco-versus-pane-precotto-attenzione-alle-informazioni-da-fornire-al-consumatore/#:~:text=etichetta%20anche%20l'indicazione%20%E2%80%9Cottenuto%20da%20pane%20parzialmente,provenienza%20da%20prodotto%20non%20surgelato%20n%C3%A9%20congelato/> /data consultazione: 15/03/2026;
46. TNS/Study on the Impact of Food Information on Consumers' Decision Making/
https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/labelling_legislation_study_food-info-vs-cons-decision_2014.pdf/ data consultazione: 15/03/2026;