

GUIDA

PER TESTARE LA DUPLICE QUALITÀ NEI PRODOTTI ALIMENTARI





Questo progetto è cofinanziato dal Programma Consumatori della Commissione Europea



CONTENUTI

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO	4
Partners del progetto.....	5
Cos'è la Duplice Qualità Alimentare.....	6
Storia.....	6
Metodo Guida Armonizzato - CCR (2018).....	7
INTRODUZIONE AI PRINCIPI GENERALI DELLA LEGISLAZIONE ALIMENTARE	8
La "General Food Law" (GFL)	8
Informazioni per i consumatori - Etichettatura.....	9
Direttiva sulle Pratiche Commerciali Scorrette e il New Deal per i consumatori.....	10
METODO	11
Definizione di un prodotto di riferimento.....	12
Grado di somiglianza fra prodotti....	12
6 principi chiave per testare i prodotti.....	12
1) Trasparenza... ..	12
2) fasi di un processo di valutazione.....	13
3) Comparabilità	13
4) Procedure appropriate di selezione, campionamento e test.....	13
5) Inclusività.....	13
6) Equità.....	13
ECCEZIONI	14
Testare prodotti alimentari per duplice qualità alimentare: aspetti pratici.....	15
Selezione e campionamento dei prodotti.....	15
Studio dell'imballaggio dell'alimento.....	16
Analisi sensoriale	16
Test di laboratorio.....	17
CASI STUDIO	18
COCA-COLA COMPANY - Coca-Cola classica.....	18
BARILLA - Sugo alla Bolognese.....	20
ACTIVIA - Yogurt gusto fragola.....	21
BEN&JERRY'S - Gelato al cioccolato.....	22
Ulteriori casi forniti da InfoCons nel 2017	23
FANTA - Bevanda frizzante gusto arancia	23
CIOCCOLATO MILKA al latte delle Alpi.....	25

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto “Empowering Consumer Organisations: verso un approccio armonizzato per affrontare la duplice qualità nei prodotti alimentari” (ECO) è un progetto europeo finanziato dal Programma Consumatori della DG Giustizia della Commissione Europea. Il progetto, della durata di un anno, mira a limitare le pratiche di duplice qualità nei prodotti alimentari e rafforzare le organizzazioni dei consumatori nell'UE.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Sviluppare una guida solida e armonizzata per consentire alle organizzazioni dei consumatori in tutta Europa di testare e confrontare i prodotti nell'ambito della duplice qualità e identificare strategie di commercializzazione o informazioni sulla confezione alimentare potenzialmente fuorvianti.
- Sviluppare una piattaforma online comune a le organizzazioni dei consumatori per raccogliere e diffondere i risultati dei test, segnalare potenziali pratiche commerciali sleali e condividere buone pratiche per l'apprendimento reciproco. La piattaforma consente inoltre ai consumatori di visualizzare i dati caricati e di suggerire prodotti da testare. Questa piattaforma sarà basata sul sito web del progetto.
- Rafforzare le organizzazioni dei consumatori fornendo loro materiale di formazione riguardo i test sui prodotti per indentificare possibili pratiche di duplice qualità alimentare. Il materiale formativo sarà fornito al maggior numero possibile di organizzazioni di consumatori dell'UE. È probabile che esista almeno un'organizzazione di consumatori in ogni Stato membro dell'UE con un interesse generale o specifico per i prodotti alimentari. Ciascuna organizzazione potrà quindi effettuare dei test su prodotti alimentari e pubblicarne i risultati sulla piattaforma.
- Rafforzare la capacità di difesa delle organizzazioni dei consumatori e promuovere la cooperazione interna e transfrontaliera in Europa attraverso una conferenza con i partecipanti, comprese le organizzazioni dei consumatori, le parti interessate pubbliche e private pertinenti, i media, ecc.
- Creare un sistema di certificazione tramite la registrazione delle aziende alimentari disposte a dimostrare il loro impegno contro le pratiche di duplice qualità alimentare in seguito ai test sui loro prodotti.

PARTNERS DEL PROGETTO



- ADOC è un'associazione dei consumatori italiana riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo Economico, membro del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) dal 1999. ADOC è presente in tutte le 20 regioni italiane con uffici che forniscono informazioni e supporto al pubblico. Con particolare riferimento al settore alimentare, ADOC - con il supporto delle Istituzioni locali e del mondo accademico - ha sviluppato progetti per l'informazione dei consumatori sulla qualità dei prodotti e sulla sicurezza alimentare e la contraffazione. L'obiettivo comune è indirizzare i consumatori verso un consumo più responsabile e sostenibile.



- SAFE Food Advocacy Europe è una ONG europea, il cui obiettivo è garantire che la salute e le preoccupazioni dei consumatori rimangano al centro della legislazione alimentare dell'UE. SAFE è attualmente finanziato dal programma LIFE NGO della CE ed è anche il coordinatore di due progetti Erasmus +, uno sulla permacultura e uno sull'obesità adolescenziale. SAFE molteplici esperienze nella gestione di progetti a livello dell'UE.



- InfoCons è un'organizzazione dei consumatori rumena fondata nel 2003 con l'obiettivo di proteggere i diritti dei consumatori e sensibilizzarli. In qualità di partner nei progetti dell'UE, InfoCons partecipa attivamente allo sviluppo di materiale educativo non formale e quindi ha esperienza in questo contesto. Inoltre, InfoCons ha già condotto studi sulla duplice qualità alimentare in Romania e ha affrontato la problematica presso il gruppo consultivo europeo dei consumatori.

COS'È LA DUPLICE QUALITÀ ALIMENTARE

Consumatori da diversi paesi dell'UE hanno fatto presente che la composizione di determinati prodotti è diversa nel loro paese di origine rispetto ai prodotti venduti con la stessa marca e con imballaggi uguali o molto simili in altri Stati Membri. Finora, non è stata ancora stabilita una definizione comune di ciò che comporta la duplice qualità alimentare. Tuttavia, ai fini di questa guida, potremmo definirla come "una pratica in cui le aziende utilizzano ricette, formulazioni o standard diversi per articoli venduti con lo stesso marchio e con confezioni dall'aspetto molto simile senza fattori legittimi e oggettivi". È possibile esaminare come questo fenomeno sia collocato nella prospettiva europea.

In base al diritto europeo e ai principi del mercato unico, i commercianti sono liberi di differenziare i loro prodotti per mercati diversi. Tuttavia, i consumatori non possono essere indotti in errore attraverso la vendita prodotti diversi che vengono loro presentati come identici, in assenza di motivi legittimi e oggettivi. La nuova disposizione sulla duplice qualità nell'ambito del New Deal per i consumatori chiarisce che i consumatori, fuorviati riguardo alla composizione di un prodotto, possono, a seguito di una valutazione caso per caso da parte delle autorità competenti, essere considerati coinvolti in una pratica commerciale sleale vietata dal diritto dell'UE. Allo stesso tempo, la nuova disposizione riconosce che i commercianti possono adattare prodotti della stessa marca a diversi mercati geografici a seconda di fattori legittimi e oggettivi. Pertanto, il processo per stabilire chiaramente i casi di duplice qualità è ancora in fase di lavorazione.

BREVE STORIA

L'ex presidente della Commissione Europea, Jean-Claude Juncker, ha dichiarato, nel 2017, che non è accettabile "che in alcune parti d'Europa, centrale e orientale, alle persone siano venduti alimenti di qualità inferiore rispetto ad altri paesi, nonostante la confezione e il marchio siano identici. Gli slovacchi non meritano meno pesce nei loro bastoncini. Gli ungheresi meno carne nei loro pasti. I cechi meno cacao nel loro cioccolato. Il diritto dell'UE già vieta tali pratiche. Ora dobbiamo dotare le autorità nazionali di poteri più forti per eliminare queste pratiche illegali ovunque esistano".

Alla luce di ciò, nel settembre 2017, La Commissione ha pubblicato delle linee guida sull'applicazione delle leggi dell'UE - in materia di alimenti e consumatori - ai prodotti soggetti a duplice qualità per aiutare le autorità nazionali a determinare se un'azienda stia infrangendo le leggi dell'UE con la vendita di prodotti apparentemente identici, ma con una composizione diversa a seconda del paese destinatario. Le autorità nazionali dei consumatori e degli alimenti hanno la responsabilità di garantire che le aziende rispettino le leggi dell'UE. Tuttavia, la Commissione Europea si impegna ad aiutarle attraverso questa guida e attraverso diversi indirizzi di lavoro.

Nel 2018, il Centro Comune di Ricerca (CCR) della Commissione Europea ha sviluppato una procedura armonizzata per valutare in modo obiettivo le differenze percepite nella qualità dei prodotti. Infatti, la nuova disposizione sulla duplice qualità del New Deal for Consumers - la Direttiva (UE) 2019/216 - chiarisce che ingannare i consumatori in relazione alla composizione del prodotto può essere considerata una pratica commerciale sleale vietata dal diritto dell'UE.

Allo stesso tempo, la nuova disposizione riconosce che i commercianti possono adattare prodotti della stessa marca a diversi mercati geografici in caso di fattori legittimi e oggettivi:

- Legislazione nazionale;
- Disponibilità o stagionalità delle materie prime;
- Strategie volontarie per migliorare l'accesso a cibi sani e nutrienti.

METODO ARMONIZZATO CCR (2018)

Il Centro Comune di Ricerca (CCR) è il servizio scientifico interno della Commissione Europea. Fornisce un supporto al processo decisionale dell'UE mediante consulenze scientifiche indipendenti e l'utilizzo di sistemi riconosciuti.

Tra le iniziative intraprese dalla Commissione Europea per affrontare questo problema, il CCR ha sviluppato, nel 2018, un metodo di test armonizzato per valutare le caratteristiche legate alla qualità degli alimenti, con l'obiettivo di migliorare i test comparativi dei prodotti alimentari in modo che gli Stati Membri possano trattare la questione su una base scientifica solida e condivisa uguale per tutti. Questo metodo è stato successivamente utilizzato per raccogliere informazioni sulla composizione di un'ampia varietà di prodotti alimentari di marca e marchi privati. La dichiarazione nutrizionale, l'elenco degli ingredienti, la dichiarazione quantitativa degli ingredienti riportata in etichetta e l'aspetto della parte anteriore della confezione sono stati utilizzati per classificare i prodotti in base alla loro somiglianza.

Tutti gli Stati Membri dell'UE sono stati invitati dal CCR a partecipare ad una campagna a livello europeo per raccogliere informazioni sulla composizione di prodotti alimentari selezionati offerti sui loro mercati. Diciannove Stati Membri hanno presentato le informazioni di 113 prodotti a marchio e 15 a marchio privato, riportando le informazioni che erano indicate sulle etichette dei prodotti e sulla parte anteriore della confezione.

Gli Stati Membri che hanno partecipato all'indagine sono stati: Bulgaria, Croazia, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Italia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Slovacchia, Slovenia, Spagna e Paesi Bassi. In totale, le informazioni da 1380 prodotti hanno costituito la base del confronto dei dati.

I prodotti sono stati raggruppati in nove categorie utilizzando come criterio il grado di somiglianza fra di essi, basandosi sulla composizione del prodotto e sull'aspetto della parte anteriore della confezione: "identici", "simili" o "diversi". La composizione del 33% dei prodotti valutati era identica, ma non tutti avevano un aspetto identico sulla parte anteriore della confezione; differenze di composizione, su prodotti con parte anteriore della confezione identica o simile, sono state riscontrate rispettivamente per il 9% e il 22%; il 27% aveva una composizione diversa e anche un aspetto diverso sulla parte anteriore della confezione. Il resto dei prodotti (9%) aveva caratteristiche di composizione simili. Per quei prodotti di marca per i quali sono state riscontrate varianti nazionali, i cluster sono stati formati raggruppando i prodotti insieme, come aventi la stessa composizione. Questo raggruppamento non ha rivelato alcun modello coerente di differenziazione del prodotto per particolari regioni geografiche. I risultati descritti in questo rapporto si riferiscono alle differenze osservate nella composizione, ovvero variazioni nel contenuto di nutrienti e / o ingredienti, dei prodotti alimentari inclusi nell'indagine.

Occorre comprendere che tali differenze di composizione non possono essere tradotte in diversi livelli di qualità del cibo. Poiché uno degli aspetti della qualità del cibo è correlato alle proprietà sensoriali (ad esempio gusto, consistenza, aspetto) dei prodotti interessati, una parte dei prodotti inclusi in questo studio è stato sottoposto a test sensoriali da parte di gruppi di esperti. Questo ha permesso di chiarire se la diversa composizione di un dato prodotto alimentare ha un impatto notevole sulle sue proprietà sensoriali. I risultati di questo studio si riferiscono ai campioni di prodotti inclusi nel sondaggio al momento della raccolta (da novembre a dicembre 2019). Va sottolineato che non è opportuno concludere per inferenza che i risultati siano validi anche per l'intera varietà di alimenti - di marca e con marchi privati - presenti sul mercato dell'UE.

INTRODUZIONE AI PRINCIPI DI LEGISLAZIONE ALIMENTARE GENERALE

La questione della duplice qualità negli alimenti è collegata a diversi atti di diritto dell'UE. Questa sezione presenta una panoramica della principale legislazione dell'UE in relazione agli alimenti e alla loro etichettatura, nonché alle pratiche commerciali sleali.

THE GENERAL FOOD LAW (GFL)

Nel 2002, il Parlamento Europeo e il Consiglio hanno adottato il **Regolamento (CE) n. 178/2002** che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare (**General Food Law Regulation**). Il presente regolamento istituisce un quadro per lo sviluppo della legislazione in materia di alimenti e mangimi a livello sia dell'UE che nazionale. A tal fine, esso stabilisce i principi generali, i requisiti e le procedure alla base del processo decisionale sulla sicurezza degli alimenti e dei mangimi, coprendo tutte le fasi della produzione e della distribuzione di alimenti e mangimi.

Esso stabilisce:

- Definizioni comuni tra cui: definizione di "alimento", "mangime" e "legislazione alimentare"
- Obiettivi generali (es. Garanzia della tutela degli interessi dei consumatori)
- Principi generali alla base della legislazione alimentare nazionale e dell'UE, come il principio dell'analisi dei rischi (articolo 6), il principio di precauzione (articolo 7) e la tutela degli interessi dei consumatori (articolo 8)
- Requisiti generali rivolti principalmente agli operatori del settore alimentare e dei mangimi relativi ai controlli interni per verificare la conformità con la legislazione alimentare dell'UE e nazionale, la sicurezza degli alimenti e dei mangimi, la tracciabilità e il ritiro / richiamo di alimenti e mangimi non sicuri.

Nei suoi articoli 22 e 23, il regolamento stabilisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA) come agenzia indipendente per fornire consulenza e supporto scientifici. Analizzare il principio di rischio in relazione ad alimenti e mangimi è di competenza di questa autorità.

Infine, il meccanismo fornisce gli strumenti necessari per accrescere la fiducia dei consumatori verso legislazione alimentare (articoli 9 e 10):

- Consultazioni pubbliche efficaci durante la preparazione, la valutazione e la revisione della legislazione sugli alimenti e sui mangimi
- Obbligo delle autorità pubbliche di informare i cittadini, laddove sussistano fondati motivi per sospettare che un alimento o un mangime possa presentare un rischio per la salute umana o animale.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

- https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/general_requirements_en
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?>
- https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/gfl_fitc_infographic_2018_en.pdf

INFORMAZIONI PER I CONSUMATORI - ETICHETTAURA

I principi generali, i requisiti e le responsabilità che disciplinano le informazioni sugli alimenti, e in particolare l'etichettatura degli alimenti, sono stati stabiliti dal Regolamento (UE) n. 1169/2011. Questo regolamento ha fornito le regole per una migliore etichettatura degli alimenti per i prodotti venduti all'interno dell'Unione Europea. Esso stabilisce quali tipi di informazioni sono obbligatorie sugli imballaggi alimentari. Ciò comprende:

- La denominazione dell'alimento
- L'elenco degli ingredienti
- Eventuali ingredienti che potrebbero causare allergie o intolleranze devono essere specificati separatamente
- La quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti
- La quantità netta dell'alimento
- Il termine minimo di conservazione o la data di scadenza
- Le condizioni particolari di conservazione e/o le condizioni d'impiego
- Il nome o la ragione sociale e l'indirizzo dell'operatore del settore alimentare
- Il paese d'origine o il luogo di provenienza ove previsto
- Istruzioni per l'uso, per i casi in cui la loro omissione renderebbe difficile un uso adeguato dell'alimento
- Per le bevande che contengono più di 1,2 % di alcol in volume, il titolo alcolometrico volumico effettivo
- Una dichiarazione nutrizionale

Le informazioni obbligatorie devono essere presentate in una lingua facilmente comprensibile per la popolazione della regione in cui è venduto il prodotto. Gli Stati Membri hanno il potere di determinare le lingue corrette da utilizzare sui prodotti venduti in detto paese. Inoltre, queste informazioni devono essere facilmente visibili, chiaramente leggibili ed eventualmente indelebili. La dichiarazione nutrizionale deve essere chiara e, ove possibile, in forma tabellare.

Inoltre, il regolamento stabilisce che le etichette degli alimenti possono contenere informazioni volontarie oltre a quelle obbligatorie sopra elencate. Tuttavia, qualsiasi informazione volontaria fornita non può fuorviare i consumatori, né può presentare un carattere ambiguo o confuso. Le informazioni volontarie possono essere presentate solo se sull'etichetta è presente ancora spazio una volta incluse tutte le informazioni obbligatorie.

Il regolamento stabilisce inoltre le norme per corrette pratiche di informazione nell'etichettatura dei prodotti alimentari. L'idea centrale è che i consumatori dovrebbero avere un facile accesso alle informazioni, che devono essere accurate, chiare e di facile comprensione. Come menzionato in precedenza in merito alle informazioni volontarie, nessuna informazione fornita sulla confezione può indurre i consumatori a pensare, erroneamente, che un prodotto abbia determinate caratteristiche che in realtà non possiede (per quanto riguarda la sua natura, composizione, durata, origine ecc ..). Inoltre, i produttori alimentari non possono vendere un prodotto come avente proprietà o effetti che non possiede né possono suggerire che un alimento abbia caratteristiche speciali che tutti gli alimenti simili in realtà hanno. Un altro caso di pratica fuorviante si verifica quando sulla confezione dell'alimento ci sono immagini che indicano ingredienti normalmente presenti in quel tipo di alimento, ma non effettivamente utilizzati per quello specifico prodotto, poiché sostituiti da altri ingredienti.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02011R1169-20180101&from=EN>
- https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/labelling_legislation_en

DIRETTIVA SULLE PRATICHE COMMERCIALI SLEALI E NEW DEAL PER I CONSUMATORI

La direttiva sulle pratiche commerciali sleali (direttiva 2005/29 / CE) è stata creata, da un lato, per aiutare le piccole e medie imprese a commercializzare attraverso i confini europei e, dall'altro, per rafforzare la fiducia dei consumatori. Essa definisce le pratiche commerciali sleali come ingannevoli o aggressive (Art. 6-9).

Eventuali azioni fuorvianti potrebbero influenzare i consumatori nel processo di acquisto inducendoli ad comprare prodotti che non avrebbero acquistato se fossero stati pienamente informati riguardo le caratteristiche del prodotto o servizio. Il New Deal per i consumatori è stato adottato nel 2018 e mira a rafforzare ulteriormente il diritto dei consumatori dell'UE (EU Consumer Law) e i suoi vari aspetti. Sebbene diversi atti legislativi dell'UE siano stati modificati, il cambiamento rilevante che si è verificato per la direttiva sulle pratiche commerciali sleali in relazione alla questione della duplice qualità alimentare è che l'articolo 6 sulle azioni fuorvianti ha visto il paragrafo 2 completato come segue:

c) qualsiasi bene commercializzato in uno Stato Membro come identico al corrispettivo commercializzato in altri Stati Membri, mentre quel bene ha una composizione o caratteristiche notevolmente diverse, a meno che non sia giustificato da fattori legittimi e oggettivi

Ciò ha effettivamente caratterizzato come illegale qualsiasi pratica di duplice qualità alimentare, ma ha comunque lasciato un margine di manovra nel determinare quali sono i fattori legittimi e oggettivi. La Commissione Europea dovrebbe pubblicare una guida sull'interpretazione di questa clausola legale.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

- https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en
- https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet_new_deal_consumer_benefits_2019.pdf
- https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en

METODOLOGIA DI ANALISI

Questa parte della guida presenta la metodologia corretta per condurre i test sui prodotti alimentari per verificare se sussistono potenziali casi di duplice qualità alimentare. Essa si basa sulla metodologia armonizzata della Commissione Europea.

DEFINIZIONE DI PRODOTTO DI RIFERIMENTO

Un prodotto di riferimento è un prodotto che dovrebbe essere testato. Qualsiasi prodotto di riferimento dovrebbe soddisfare determinati criteri: dovrebbe essere venduto e commercializzato con la stessa confezione e marchio nel maggior numero di Stati Membri dell'UE (minimo tre ma più sono e meglio è). Inoltre, nella maggior parte di questi Stati Membri, il prodotto dovrebbe possedere una certa composizione. Infine, la composizione e la commercializzazione del prodotto, nella maggior parte degli Stati Membri, dovrebbero rispecchiare il modo in cui i consumatori percepiscono il prodotto in generale nell'UE. Pertanto, qualsiasi prodotto percepito in un determinato modo dai consumatori ma che di fatto non rispecchia tale percezione ed è diverso dai corrispettivi venduti in altri paesi, potrebbe presentare potenziali pratiche di duplice qualità alimentare in quanto il consumatore avrebbe potuto essere indotto a pensare che il prodotto fosse identico a quelli venduti in altri paesi.

Diversi studi hanno dimostrato che i marchi svolgono un ruolo significativo nella mente dei consumatori, poiché rappresentano una garanzia di qualità costante nell'acquisto e consumo di prodotti, indipendentemente da dove e quando il prodotto è stato acquistato. Inoltre, considerando la libera circolazione delle merci nel mercato unico dell'UE, è ragionevole che i consumatori possano aspettarsi di trovare prodotti di uguale qualità e identici in tutte le parti del mercato unico. Quindi è auspicabile che i proprietari dei marchi comunichino chiaramente eventuali differenze che presentano i loro prodotti di marca venduti in diversi paesi. In caso contrario, si potrebbe ritenere che i produttori inducano i consumatori a pensare, erroneamente, che i prodotti siano identici, indipendentemente da dove o quando vengono acquistati.

Di solito, un prodotto è significativamente diverso se, confrontandolo con il prodotto di riferimento, ci sono differenze sostanziali in uno o più ingredienti chiave (o nella loro percentuale) e se il consumatore fosse stato a conoscenza di queste differenze, avrebbe potuto cambiare la sua decisione di acquisto. Quest'ultimo punto, relativo al comportamento dei consumatori, è cruciale per determinare un potenziale caso di duplice qualità.

GRADO DI SOMIGLIANZA DEI PRODOTTI

Il CCR ha elaborato uno schema ed un codice colore per valutare il grado di somiglianza fra prodotti. Tale schema divide i prodotti in tre categorie, identici, simili o diversi in base a due criteri: la composizione e la parte anteriore della confezione.

- **Identico:** i valori nutrizionali e gli ingredienti sono identici. La parte anteriore della confezione presenta lo stesso design per quanto riguarda motivi, colori, caratteri, forme, loghi, layout e immagini.
- **Simile:** i prodotti hanno la parte anteriore della confezione simile (alcune caratteristiche possono essere identiche mentre altre possono essere diverse) e contengono ingredienti simili.
- **Diverso:** la parte anteriore della confezione, i valori nutrizionali e gli ingredienti presentano differenze significative.

I prodotti per i quali potrebbe sussistere un caso di duplice qualità alimentare dovrebbero avere una parte anteriore della confezione **identica** o molto simile, con una composizione diversa (in alcuni casi prodotti caratterizzati dal grado di somiglianza "**simile**", potrebbero essere interessati da pratiche di duplice qualità alimentare; questa circostanza dovrebbe essere esaminato caso per caso).

SEI PRINCIPI PER TESTARE I PRODOTTI

La Commissione Europea, tramite la Metodologia Armonizzata, ha definito 6 principi che devono essere rispettati durante la realizzazione dei test. Lo scopo di questi principi è garantire che gli interessi di tutte le parti interessate nella filiera alimentare siano adeguatamente presi in considerazione.

1) Trasparenza

L'intera procedura di test deve essere trasparente. Ciò garantirebbe che tutte le parti operino in modo corretto e ridurrebbe il potenziale di controversie, che potrebbero essere facilmente risolte attraverso una comunicazione efficace.

2) Componenti di un processo di valutazione

Ogni procedura di valutazione prevede quattro fasi cruciali che devono essere tutte tracciate chiaramente prima di iniziare una campagna di test. Innanzitutto, deve essere organizzata la selezione dei prodotti. Si tratta di decidere chi determinerà l'elenco dei prodotti da testare e in base a quali criteri tali prodotti saranno inclusi nell'elenco. Una campagna potrebbe concentrarsi sui test di una specifica categoria di prodotti, come i cibi in scatola, o cercare di ottenere una panoramica della situazione più in generale. Per questo motivo è necessario definire anche la tipologia di prodotti della campagna.

In questa fase, deve essere determinato anche il numero di prodotti che la campagna intende testare. Maggiore è il numero di prodotti testati, più rappresentativi possono essere i risultati. Bisognerebbe inoltre rivolgere la dovuta importanza a qualsiasi possibile limitazione nella gestione dei campioni di prodotto (ad esempio, evitare di rompere la catena del freddo) e alla fattibilità pratica dei test sensoriali e di laboratorio. Per garantire trasparenza e inclusività, può rivelarsi utile anche contattare i proprietari dei marchi per ottenere riscontro in merito alla disponibilità sui diversi mercati.

3) Comparabilità

Quando si eseguono i test è fondamentale assicurarsi che sia i prodotti che i risultati ottenuti siano confrontabili lungo tutta la procedura (fasi di selezione, campionamento e test). Infatti, ogni fase della procedura deve rispettare le stesse condizioni per tutti i prodotti testati, per garantire che nessun fattore esterno interferisca con la comparabilità dei risultati.

Inoltre, la selezione del prodotto deve essere fatta con molta attenzione. La selezione può includere solo prodotti che effettivamente rappresentano lo stesso bene, poiché, diversamente (per esempio, gusti diversi di uno stesso prodotto), i test non darebbero risultati corretti e potrebbero causare accuse infondate di pratiche di duplice qualità e quindi danneggiare erroneamente la reputazione di un'azienda.

Un altro punto importante da tenere in considerazione è la traduzione corretta delle etichette e degli elenchi degli ingredienti degli alimenti. Eventuali incongruenze potrebbero alterare i dati e la comparabilità non potrebbe più essere garantita. Un processo trasparente e progettato in modo appropriato aiuterebbe a evitare di commettere questo tipo di errori.

4) Procedure appropriate di selezione, campionamento e test

Ogni fase della procedura dovrebbe rispettare determinati criteri predefiniti. Questi includono la garanzia che il processo sia scientificamente fondato, pratico ed economico. Poiché non tutti i prodotti possono essere testati e studiati nello stesso modo, ogni procedura deve essere adattata al prodotto in questione e dovrebbe essere applicata in modo coerente. Infine, nei casi in cui siano richiesti test di laboratorio, il laboratorio e i metodi dovrebbero essere accreditati. Qualora l'accreditamento non fosse possibile per un motivo valido e verificabile, i metodi utilizzati dovrebbero essere almeno riconosciuti e convalidati.

5) Inclusività

Durante l'intero processo, tutte le parti interessate (l'industria alimentare, le autorità competenti, i rappresentanti dei consumatori e talvolta anche i consumatori direttamente) dovrebbero essere invitate a partecipare e ad apportare il loro contributo. Tali parti dovrebbero ricevere un trattamento equo al fine di collaborare e raggiungere il consenso comune.

6) Equità

Per garantire l'imparzialità nei confronti di tutti gli attori, il processo di selezione dei prodotti dovrebbe tenere in debita considerazione le quote di mercato che i marchi occupano in ciascuno Stato Membro (le industrie alimentari coinvolte in diverse categorie non dovrebbero essere svantaggiate). Inoltre, tutti i requisiti di riservatezza previsti dalla legge devono essere rispettati durante l'intero processo.

ECCEZIONI

Differenze tra prodotti simili venduti in vari paesi dell'Unione Europea non significano automaticamente che un prodotto presenti un caso di duplice qualità. Ai produttori è consentito, in base ai principi del mercato unico, di differenziare localmente i prodotti che vengono venduti su mercati diversi. Tuttavia, il diritto dell'UE non consente di fuorviare i consumatori.

- **Legislazione nazionale:** in alcuni casi, la legislazione nazionale può variare per quanto riguarda la quantità minima richiesta che i prodotti devono contenere per un determinato ingrediente. È il caso, ad esempio, dei prodotti contenenti succo d'arancia, dove la soglia necessaria varia nei diversi paesi dell'UE. Anche la legislazione che riguarda il settore della birra presenta differenze significative nei diversi Stati Membri. Questi sono solo un paio di esempi delle circostanze che devono essere considerate quando si pianifica una campagna di test. In effetti, le differenze di prodotto derivanti dai requisiti legislativi locali non possono essere considerate pratiche di duplice qualità alimentare.
- **Disponibilità o stagionalità delle materie prime:** i produttori alimentari cercano di utilizzare ingredienti di provenienza locale ogni volta che è possibile. Tuttavia, in alcuni casi ciò pone vincoli alla somiglianza con il prodotto venduto in diversi Stati Membri, poiché condizioni climatiche diverse possono causare carenze di alcune materie prime. Alcuni proprietari di marchi potrebbero anche adattare leggermente il contenuto di un prodotto in base alla stagionalità delle materie prime.
- **Strategie volontarie per migliorare l'accesso a cibi sani e nutrienti:** i proprietari dei marchi possono differenziare i prodotti destinati a mercati diversi se ciò viene fatto in modo da migliorare l'accesso a cibi sani e nutrienti. Spesso le campagne per una migliore alimentazione sono sostenute dalle autorità nazionali, ma non supportate con strumenti legali e aperte a impegni volontari da parte delle aziende.
- **Preferenze nazionali:** nel caso in cui il produttore alimentare possa dimostrare attraverso ricerche di mercato verificabili che alcuni segmenti di mercato hanno forti preferenze per determinati ingredienti, i produttori possono anche utilizzare tali preferenze per creare prodotti diversi che corrispondono alle preferenze dei consumatori locali. Tuttavia, questi criteri non sono chiaramente definiti.

TESTARE I PRODOTTI PER DUPLICE QUALITÀ ALIMENTARE: ASPETTI PRATICI

Delineati i principi di base per condurre i test, occorre descrivere gli aspetti pratici del testare la duplice qualità sui prodotti alimentari.

SELEZIONE E CAMPIONAMENTO DEI PRODOTTI

Sia la selezione che il campionamento dei prodotti devono seguire i criteri definiti dal CCR nella metodologia armonizzata. Una campagna di test può includere solo prodotti commercializzati con lo stesso marchio e confezione in più Stati Membri. Le differenze nelle dimensioni della confezione o nella lingua utilizzata sui prodotti non forniscono criteri di esclusione da una campagna di test. In caso di dubbi è utile contattare i manager del marchio per ottenere conferma della somiglianza di due prodotti.

La selezione dei prodotti deve avvenire attraverso la composizione di un paniere di mercato basato su prodotti di marca e marchi privati. Inoltre, eventuali reclami precedenti presentati dai consumatori o dalle organizzazioni di consumatori o potenziali risultati di campagne di test precedenti possono servire come base per stilare un elenco di prodotti che necessitano di ulteriori indagini a causa delle differenze rilevate o perché le spiegazioni fornite dai marchi non sono risultate soddisfacenti. Successivamente, questo elenco potrà essere integrato da ulteriori prodotti, appartenenti alle stesse categorie, che devono ancora essere testati, tenendo conto delle quote di mercato sui diversi mercati.

Tutti i prodotti selezionati devono essere disponibili in almeno tre Stati Membri e tutte le campagne di test dovrebbero mirare a una rappresentazione geografica equilibrata, per quanto possibile e praticabile. In base al principio di inclusione, i titolari dei marchi dei prodotti presenti negli elenchi dei test dovrebbero essere consultati e avere la possibilità di chiarire qualsiasi informazione pertinente sui valori nutrizionali e sulle proprietà sensoriali dei prodotti.

Prima che i prodotti vengano campionati, gli organizzatori devono sviluppare un protocollo di campionamento in modo da garantire la corretta gestione dei campioni di prodotto in tutte le fasi e garantirne la corretta tracciabilità. Tutti i campioni di prodotto potranno essere raccolti presso i rivenditori in quantità sufficiente per effettuare tutte le attività di test previste (analisi sensoriale, test di laboratorio). Va tenuto presente che una manipolazione impropria dei campioni nelle fasi precedenti da parte dei rivenditori potrebbe influire sulla qualità del prodotto. Pertanto, se i prodotti che non presentano differenze negli ingredienti hanno risultati significativamente diversi durante l'analisi sensoriale, ulteriori campioni degli stessi prodotti dovrebbero essere raccolti presso un diverso rivenditore. Se i risultati rimangono diversi, il proprietario del marchio può fornire campioni di una fase precedente della catena di approvvigionamento.

Inoltre, la durata (data di scadenza/"da consumarsi preferibilmente entro") dei campioni dovrebbe rientrare in un ragionevole margine del 20% per garantire la comparabilità dei risultati dei test. Anche il test effettivo dovrebbe essere eseguito nello stesso periodo di durata di un prodotto.

Infine, alcuni ulteriori punti da considerare. In primo luogo, l'esecuzione di test su diversi lotti di prodotti è un modo consigliato per ottenere risultati più completi. Tuttavia, gli organizzatori delle campagne di test devono tenere presente che replicare un test rappresenta un aumento significativo di tempo e delle risorse necessarie per detta campagna. I prodotti altamente deperibili richiedono precauzioni speciali per tutte le fasi di manipolazione dei campioni di prodotto. Ciò deve essere preso in considerazione quando si pianifica la selezione del prodotto e si sviluppa il protocollo di campionamento. Al fine di ottenere un quadro completo della situazione relativa alle pratiche di duplice qualità alimentare nell'UE, tutte le campagne di test devono rispettare protocolli rigorosi e garantire la fattibilità sin dall'inizio.

STUDIO DELL'IMBALLAGGIO DEL PRODOTTO

Il primo passo in qualsiasi procedura per effettuare un test è verificare in che misura la parte anteriore delle confezioni dei prodotti confrontati sia identica. Per un potenziale caso di duplice qualità alimentare (e, legalmente parlando, una potenziale violazione della Direttiva sulla pratiche commerciali sleali), i prodotti alimentari devono avere la parte anteriore delle confezioni praticamente identica, così come deve essere la strategia di marketing a livello grafico in generale. Per risultati oggettivi e verificabili, è possibile assumere gruppi di esperti per determinare in che misura l'imballaggio dei diversi prodotti sia identico.

Se la confezione dei prodotti scelti è effettivamente identica o quasi identica, il passo successivo da compiere è il confronto dei valori nutrizionali e degli elenchi degli ingredienti, come dichiarato in etichetta. Affinché un prodotto presenti un problema di duplice qualità, le differenze negli ingredienti e nei valori nutrizionali devono essere significative e dovrebbero alterare la qualità del prodotto in questione.

ANALISI SENSORIALE

L'analisi sensoriale viene utilizzata per verificare se i prodotti testati presentano differenze a livello sensoriale (sapore, odore, consistenza), di che tipo di differenza si tratta e quanto è rilevante tale differenza. Per l'analisi sensoriale esistono diversi metodi standardizzati adatti ad individuare casi di duplice qualità. Questi includono il profilo sensoriale, il test del triangolo, il test duo-trio, la classifica o il test di confronto accoppiato. Ciascuno di questi metodi di prova è standardizzato dall'ISO e dovrebbe essere condotto da membri di un panel specificamente formato. Quando si pianifica una vasta campagna di test e si sceglie quale metodo utilizzare per l'analisi sensoriale, dovrebbero essere presi in considerazione i costi e l'efficienza dei diversi metodi.

Per ottenere una visione accurata di un confronto multilaterale di un prodotto, l'analisi dovrebbe essere eseguita da un unico panel. Per i test di diverse categorie di prodotti, tuttavia, possono essere utilizzati diversi gruppi di esperti. Per i confronti multilaterali, il profilo sensoriale è una tecnica molto adatta. Essa può fornire informazioni su quali prodotti presentano differenze, quali sono tali differenze e, nei casi migliori, ne identifica anche l'entità.

TEST DI LABORATORIO

Se due campioni di prodotto presentano differenze significative dopo che i test sensoriali sono stati condotti (stabilito che i prodotti hanno un marchio identico o quasi identico), si consigliano test di laboratorio per verificare ulteriormente se tali prodotti presentano un caso di duplice qualità. I test di laboratorio devono essere eseguiti da laboratori accreditati ISO 17025. Idealmente, dovrebbero essere accreditati anche tutti i metodi utilizzati. Se ciò non fosse possibile, i metodi devono essere almeno verificabili scientificamente. È necessario prevedere un budget sufficiente per i test di laboratorio per qualsiasi campagna di test a causa del costo generalmente alto. Inoltre, quando si progetta una campagna di test, è necessario considerare tutti i metodi pertinenti.

Per lo svolgimento dei test di laboratorio verrà definita la metodologia esatta sulla base dei risultati precedentemente ottenuti sia dal confronto delle etichette che durante i test sensoriali. In effetti, non esiste un singolo test che sia valido per affrontare casi di duplice qualità. Le metodologie di test scelte dipenderanno dalle incongruenze riscontrate e da quali ingredienti o caratteristiche necessitano di test specifici. Esistono diversi metodi possibili per i test di laboratorio.

- In primo luogo, tutti i laboratori accreditati possono eseguire **test di analisi nutrizionale**, allo scopo di verificare i nutrienti contenuti in un prodotto. Questi possono essere particolarmente utili quando i valori nutrizionali dichiarati su due o più prodotti presentano differenze significative sebbene le liste degli ingredienti siano identiche. Questi test dimostreranno se i prodotti sono significativamente diversi e se rispettano le normative UE inerenti.
- In secondo luogo, anche i **coloranti e gli additivi** potrebbero dover essere testati. Tuttavia, per questo tipo di test, occorre sapere quali sostanze sono ricercate, il che significa che il sospetto di un determinato colorante o additivo è necessario affinché questo metodo sia rilevante durante una campagna. In terzo luogo, test che delineano **profili aromatizzanti** potrebbero essere utilizzati anche nel caso in cui si sospetti che il prodotto contenga sia un ingrediente reale sia un'imitazione artificiale dello stesso ingrediente (che non è stata dichiarata).

Questo potrebbe essere il caso, ad esempio, di prodotti nei quali è utilizzata la vaniglia (per esempio i gelati), dove spesso è possibile utilizzare insieme sia la bacca di vaniglia che l'aroma di vaniglia. Va ricordato che se tali sostanze non sono dichiarate intenzionalmente per un vantaggio economico o finanziario, i casi potrebbero essere classificati come frode alimentare e contestati dalle autorità nazionali competenti e dai sistemi giudiziari.

Metodi più complicati come la **gascromatografia** possono essere di interesse in alcuni casi. Questo metodo progetta un'impronta digitale del prodotto e delle sue molecole e quindi fornisce un quadro completo con dati sia quantitativi che qualitativi sui prodotti testati. È tuttavia un metodo costoso e l'interpretazione dei risultati richiede esperienza in materia.

L'**analisi degli isotopi** è infine un'ulteriore metodo consigliato, in quanto fornisce informazioni sulle origini di un prodotto alimentare e sui suoi ingredienti e se gli ingredienti appartengono o meno a una determinata materia prima. Una volta che tutti i dati sono stati raccolti e la conclusione per un determinato prodotto è che presenta differenze significative, pur essendo commercializzato con imballaggi identici, il proprietario del marchio dovrebbe avere la possibilità di fornire un chiarimento circa gli esiti delle analisi, in conformità con il principio di trasparenza e inclusività.

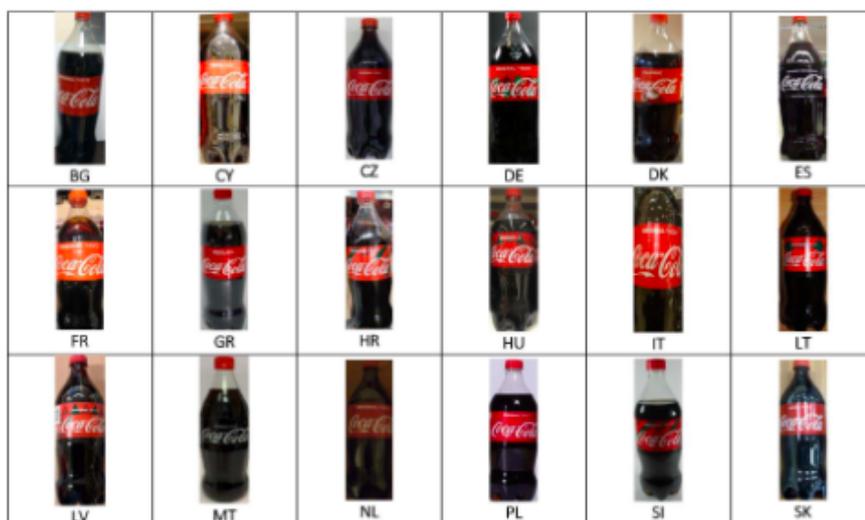
Se il commento del proprietario del marchio non fornisse spiegazioni soddisfacenti, l'organizzatore della campagna di test dovrebbe avvisare le autorità competenti che possono decidere caso per caso di indagare eventuali pratiche commerciali sleali in atto e, se necessario, adottare misure contro l'attore commerciale che viola i regolamenti UE.

CASI STUDIO

Questa sezione si concentra su quattro interessanti casi studio, tratti dal rapporto del CCR, come supporto nel processo di determinazione di casi di duplice qualità nei prodotti alimentari. I casi studio si basano sull'appendice del rapporto del CCR 2019 e sui test eseguiti dal partner del progetto InfoCons in Romania. Questo documento riassume l'analisi dei dati raccolti nei test, vale a dire i valori nutrizionali, la dichiarazione quantitativa degli ingredienti, l'elenco degli ingredienti e l'etichettatura nella parte anteriore della confezione. Sarà importante capire perché ogni esempio rappresenta un caso di duplice qualità alimentare, cosa riferisce il proprietario del marchio e perché ciascun caso potrebbe essere di interesse per test futuri.

COCA-COLA COMPANY – COCA-COLA CLASSICA

- **Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità?** Il CCR ha testato il prodotto «Coca-Cola gusto originale» della Coca-Cola Company in 18 diversi paesi e ha rilevato che in Europa sono presenti due diverse ricette.
 - **Valori nutrizionali:** esiste una ricetta con 10,6 kJ / 100 g di zucchero (principalmente nei paesi occidentali come Danimarca, Francia, Germania ecc.) e una con 11,2 kJ / 100 g di zucchero (principalmente nei paesi orientali come Bulgaria, Ungheria o Slovacchia).
 - **Dichiarazione di quantità degli ingredienti:** il primo ingrediente può essere acqua, acqua frizzante o acqua gassata, ma ciò non ha un impatto reale sui valori nutrizionali. Il secondo ingrediente è il tipo di zucchero: può essere zucchero o sciroppo di fruttosio-glucosio, che consiste in un altro tipo di zucchero raffinato. Alcune versioni del prodotto contengono coloranti, acidi fosforici e aromi, ma ciò non modifica i valori nutrizionali.
 - **Lista degli ingredienti:** la differenza principale sta nel tipo di zucchero perché le ricette con lo sciroppo di fruttosio-glucosio contengono una maggiore quantità di (carboidrati di cui) zuccheri nell'insieme dei valori nutrizionali rispetto alle ricette contenenti zucchero normale.
- **Etichettatura sulla parte anteriore della confezione:** in tutti i campioni provenienti da paesi diversi, l'etichetta è di colore rosso, ad eccezione dei prodotti di Malta e Spagna, che presentano etichetta di colore nero. Questo può essere spiegato dal fatto che, in Malta e Spagna, la Coca-Cola Company vende più prodotti Coca-Cola Zero rispetto ai classici prodotti Coca-Cola e quindi adotta l'etichettatura nera come strategia di marketing (vedi l'immagine sotto).



- **Commento del proprietario del marchio**

L'azienda Coca-Cola ha giustificato la differenza dicendo che «il dolcificante locale che utilizziamo è stato storicamente selezionato principalmente per considerazioni locali come la disponibilità regionale degli ingredienti. L'approvvigionamento dei nostri ingredienti a livello locale garantisce la possibilità sia di supportare le filiere di approvvigionamento e le economie locali sia mantenere l'accessibilità e il gusto delle nostre bevande» e che «includiamo in modo trasparente le informazioni su tutti i nostri ingredienti e il loro contenuto nutrizionale sulla nostra etichetta. Per garantire lo stesso sapore, i dolcificanti derivati dal mais vengono utilizzati in quantità leggermente superiori rispetto allo zucchero, il che spiega le differenze nutrizionali insignificanti individuate dalla valutazione del CCR.»

- **Perché il caso è interessante?**

Questo caso è interessante perché c'è una divisione geografica relativamente netta tra le due ricette di Coca-Cola mentre la parte anteriore della confezione è la stessa. In questo caso, ciò può essere spiegato dal fatto che alcuni paesi favoriscono determinati mercati per i loro interessi economici, ma ciò richiederebbe una giustificazione aggiuntiva. La giustificazione della Coca-Cola Company rimane debole poiché afferma di utilizzare il fruttosio-glucosio in una percentuale diversa con lo zucchero, ma negli ingredienti, il fruttosio-glucosio è menzionato solo per le versioni più energetiche del prodotto.

Sono necessarie ulteriori indagini. Se lo sciroppo di fruttosio-glucosio è più economico, sarebbe interessante avere un altro indicatore per valutare se si tratta o meno di una pratica dannosa, perché anche se è consentito dalla legislazione europea, è considerato meno salutare dello zucchero normale. Tuttavia, i dati raccolti nei test del CCR non sono sufficienti per mettere in discussione la duplice qualità, in quanto i valori nutrizionali non sono molto diversi, ma con uno studio più approfondito del prezzo, della distribuzione geografica della ricetta e delle potenziale effetto negativo del fruttosio-glucosio nel suo complesso, potrebbe essere possibile costruire un caso.

BARILLA – SUGO ALLA BOLOGNESE

- **Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità?** Il prodotto «Sugo alla Bolognese» prodotto dalla Barilla è stato testato dal CCR in 5 paesi: Ungheria, Spagna, Estonia, Bulgaria e Lettonia. In questo caso, ci sono due ricette completamente diverse con valori energetici diversi.
 - **Valori nutrizionali:** in Ungheria, Spagna ed Estonia la ricetta contiene più carboidrati e zuccheri e meno proteine rispetto a quella di Lettonia e Bulgaria.
 - **Elenco degli ingredienti:** Il CCR ha notato che ci sono più o meno gli stessi ingredienti anche se alcuni prodotti contengono concentrato di pomodoro mentre altri hanno pomodori pressati con passata di pomodoro concentrata. Tuttavia questa differenza non cambia il valore nutritivo poiché nella maggior parte dei casi vengono utilizzati insieme concentrato di pomodoro o pomodori pressati con passata di pomodoro concentrata.
 - **Dichiarazione di quantità degli ingredienti:** La quantità di carne è comunque maggiore in Bulgaria e Lettonia, il che spiega perché ci sono più proteine in questa ricetta.
- **Parte anteriore della confezione:** l'etichettatura è molto simile (vedi immagine sotto)



- **Commento del proprietario del marchio**

Barilla ha risposto al CCR che «la diversità d'informazione del prodotto di Lettonia e Bulgaria è dovuta a un errore materiale nell'applicazione degli adesivi nella lingua locale, che è stato rapidamente corretto. »

- **Perché il caso è interessante?**

Per questo prodotto emergono dei dubbi relativi alla presenza di una chiara distinzione geografica ma è difficile stabilire se l'azienda sia intenzionata a discriminare alcuni paesi rispetto ad altri. Poiché esistono due ricette diverse, potrebbe trattarsi di duplice qualità senza un paese di destinazione specifico. Sarebbero necessarie ulteriori indagini e analisi per sapere se alcuni paesi sono penalizzati e per comprendere se si tratti davvero di un errore dell'azienda.

ACTIVIA – YOGURT GUSTO FRAGOLA

- **Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità?** Activia è un prodotto lattiero-caseario testato in 14 paesi. I risultati del CCR mostrano che la ricetta è molto diversa da un paese all'altro; in particolare, emergono cinque ricette completamente diverse.
 - **Valori nutrizionali:** I valori nutrizionali sono infatti molto diversi in termini di valori energetici, grassi, zuccheri, carboidrati, sale, ecc.
 - **Dichiarazione di quantità degli ingredienti:** Anche le quantità dei diversi ingredienti non risultano omogenee, anche se i dati a riguardo non sono sufficienti perché non tutte le dichiarazioni quantitative sono disponibili per ogni paese.
 - **Lista degli ingredienti:** La differenza è principalmente legata al calcio e può essere spiegata dalla scelta degli ingredienti caseari, ad esempio latte intero, panna o latte scremato. Al contrario, la quantità di fragole è costante al di fuori dalla Germania. Anche la quantità di zucchero varia da un paese all'altro: sia in Francia che nei Paesi Bassi c'è più zucchero, ma la ricetta olandese fornisce un apporto calorico più elevato della ricetta francese. Infine, la ricetta greca è molto più grassa delle altre.
- **Parte anteriore della confezione:** le etichette sono molto simili fra loro (vedi immagine sotto).



Commento del proprietario del marchio

ACTIVIA ha risposto che gli yogurt al gusto fragola «sono realizzati in otto stabilimenti di produzione dislocati in diversi paesi in tutta Europa, lievi variazioni nei valori nutrizionali sono inevitabili e derivano principalmente dalle caratteristiche del latte crudo, che per natura può variare in funzione della stagionalità in termini di contenuto di grassi e proteine. Ulteriori variazioni possono derivare da differenze non significative fra linee di produzione.» Inoltre, «differenze marginali nell'etichettatura degli ingredienti possono derivare da particolari requisiti nazionali (ad esempio nessuna denominazione di yogurt armonizzata in tutta Europa) e pratiche di mercato locali»-

Perché il caso è interessante?

Questo caso è interessante perché, secondo i risultati del CCR, esistono molti tipi di ricette in Europa. È difficile stabilire in modo definitivo quale sia la ricetta meno salutare e non è nemmeno facile visualizzare uno modello definito. Probabilmente, la versione meno salutare è quella greca, in quanto contiene più grassi delle altre. Tale ricetta è molto probabilmente realizzata per assomigliare il più possibile allo yogurt greco, che tende ad essere più ricco in grassi dello yogurt normale. Il proprietario del marchio insiste infatti sulle pratiche locali e sui requisiti nazionali. Tuttavia è difficile dire se si tratti di un caso di duplice qualità poiché alcuni paesi presentano la stessa ricetta, come Ungheria e Italia o Repubblica Ceca e Slovacchia. Sarebbero necessarie ulteriori ricerche e più dati per considerare un caso di duplice qualità alimentare.

BEN & JERRY'S - GELATO AL CIOCCOLATO

- **Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità?** Il prodotto è stato testato dal CCR in 13 paesi dell'UE.
 - **Valori nutrizionali:** il CCR ha notato che esiste una ricetta diversa per il prodotto realizzato in Croazia, che è leggermente diversa da quella dei prodotti degli altri paesi europei.
 - **Dichiarazione di quantità degli ingredienti:** i valori sono omogenei, sebbene ci siano alcune cifre decimali di differenza nei valori nutrizionali del prodotto realizzato in Croazia (apporta più calorie e contiene più sale). Anche l'elenco degli ingredienti è standardizzato.
 - **Elenco degli ingredienti:** il prodotto croato contiene più farina d'orzo e sale rispetto ad agenti lievitanti e stabilizzanti, ma questi ingredienti sono comunque meno del 2% della quantità del prodotto.
- **Etichettatura sulla parte anteriore della confezione:** l'etichettatura del prodotto sulla parte anteriore della confezione è assolutamente identica in tutti i paesi. (vedi immagine sotto)



COMMENTO DEL PROPRIETARIO DEL MARCHIO

La compagnia spiega la differenza riscontrata per il prodotto croato affermando che: "I materiali grafici (facendo riferimento alle etichette) destinati ai prodotti venduti in Europa riportano una dichiarazione nutrizionale del brownie al cioccolato del 13% e tale dichiarazione è quella utilizzata per etichettare i prodotti venduti in Croazia. Alcuni rivenditori croati importano il prodotto da altri mercati europei indipendentemente da Unilever, utilizzando quindi le proprie etichette, che potrebbero essere la causa delle discrepanze riscontrate nei test. Oltre a produrre la versione da 500 ml, è in produzione la versione gelato Ben and Jerry's gusto Brownie da 100 ml, che in proporzione contiene una quantità maggiore di brownie, spiegando così i valori più alti della dichiarazione nutrizionale."

PERCHÉ IL CASO È INTERESSANTE?

A prima vista, questo potrebbe essere considerato un caso di duplice qualità poiché esiste una ricetta diversa solo nello stato della Croazia, tuttavia essa è molto standardizzata. Questo caso è interessante perché, se la differenza è costituita da ingredienti che rappresentano meno del 2% del prodotto, tale differenza non è sufficientemente rilevante da affermare che si tratti di un caso di duplice qualità. Inoltre, i prodotti importati da paesi terzi sono generalmente standardizzati perché, nella maggior parte dei casi, questi prodotti sono commercializzati in Europa sfruttando il principio del riconoscimento reciproco, che facilita l'accesso al mercato tra i paesi dell'UE. La ricetta è unica e, se è legale in un paese, l'operatore del settore alimentare extra UE potrebbe poi commercializzarlo negli altri 26 senza ulteriori restrizioni. È importante notare che le aziende europee si sforzano di adattarsi alle preferenze e ai gusti locali, anche se non sono obbligate a farlo.

ULTERIORI CASI STUDIO CONDOTTI DA INFOCONS - 2017

FANTA GUSTO ARANCIA - BEVANDA GASSATA

- **Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità?** Sono state confrontate le etichette dei prodotti vendute in tre diversi paesi europei:
- Sono state riscontrate delle differenze relativamente al contenuto di frutta:
 - Romania: minimo 5% di succo di frutta concentrato.
 - Regno Unito: 3.7% succo d'arancia e 1.7% succo di limone concentrati (tot. 5.4%).
 - Spagna: 8% succo d'arancia concentrato.

Tara	Produs	Brand	Categorie	Model	Ingrediente	Cod E-uri	Nr E-uri	Val. Energetica	Proteine (g/100g)	Grasimi (g/100g)	Glucide saturati (g/100g)	Glucide (g/100g)	(din glucide) (g/100g)	Sare (g/100g)	Grammi (g)	recipient (l)	Observatii
Romania	Fanta de Portocale 2L	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa, zahar, sirop de fructoza-glucioza, suc de portocale din concentrat (min. 5%), dioxid de carbon, acidifiant acid citric, arome naturale de portocale cu alte arome naturale, antioxidant acid ascorbic, colorant carotenii, stabilizator guma de guar.	E330, E290, E330, E160a, E412	5	183kJ / 43kcal	0	0	0	10.5	10.5	0		2	A se consuma de preferinta imediat (primul rand). A se pastra la loc racoros, ferit de soare.
Anglia	Fanta de Portocale 2L	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa carbogazoasa, zahar, suc concentrat de portocale 3.7%, fructe citrice concentrat (3.7%), acid citric, dioxid de carbon, sirop de fructoza-glucioza, arome naturale de portocale si alte arome naturale, conservanti, suc de portocale, acid malic, regulatori de aciditate citric acid, modulatori, acetilarsenat de potasiu, colorantii, acid ascorbic, stabilizator guma guar, Cantina o sursa de fenilalanina.	E330, E202, E296, E331, E950, E951, E900, E412	8	121kJ / 29kcal	0	0	0	6.9	6.9	0		2	A se pastra la loc uscat si ferit de soare.
Spania	Fanta de Portocale 2L	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa carbogazoasa, suc concentrat de portocale 8%, zahar, sirop de fructoza si fructoza, acidifianti, acid citric, acid malic, stabilizatori, E445, E445 si E414, colorantii E202, modulatori E950 si aspartam, antioxidant acid ascorbic, antioxidant, aroma naturala de portocale si alte arome naturale, colorant E160a. Cantina o sursa de fenilalanina.	E330, E296, E445, E445, E414, E202, E950, E951, E300, E160a	10	145kJ / 34kcal	0	0	6.5	6.5	0			2	A se pastra de lumina solara si de mirosuri puternice. A se pastra într-un loc răcoros, uscat curat.

- **Perché il caso è interessante?**

Questo caso è interessante a causa della differenza nel numero di additivi alimentari, del contenuto di zucchero e del contenuto calorico.

- **Additivi alimentari:**

Una delle differenze rilevate è il numero di additivi alimentari: i prodotti realizzati in Romania, Regno Unito e Spagna presentano rispettivamente 5, 8 e 10 additivi. Gli specialisti della KiloStop Nutrition Clinic ci mettono in guardia sugli additivi presenti in questi prodotti:

"Maggiore è il numero di additivi alimentari, maggiore è il lavoro che deve fare il nostro fegato per eliminarli. Notiamo che in Inghilterra e Spagna troviamo la seguente specifica: Contiene una fonte di fenilalanina. La fenilalanina è un amminoacido che costituisce parte della composizione del dolcificante aspartame. Esiste una condizione genetica chiamata fenilchetonuria, che è l'incapacità del corpo di metabolizzare la fenilalanina. La fenilchetonuria è una condizione grave che può portare a ritardo mentale se non trattata precocemente. Pertanto, i prodotti contenenti questa sostanza devono recare un'avvertenza su la confezione."

- **Contenuto di carboidrati (di cui zuccheri) e contenuto calorico:**

"Come possibile vedere sull'etichetta, essa non presenta sostanze nutritive, ovvero valore 0 proteine, 0 grassi e 0 carboidrati. L'unica fonte di carboidrati proviene dagli zuccheri semplici. Questi zuccheri costituiscono i carboidrati complessi, i quali sono in grado di apportare benefici per il corpo umano. Tramite processo artificiale è possibile isolare gli zuccheri semplici, ma tale processo porta all'eliminazione di fibre alimentari, vitamine e minerali lasciando solo la componente dolcificante. Il nostro corpo assorbe rapidamente gli zuccheri ottenuti da questo processo, che si depositano molto facilmente sotto forma di grasso, provocando picchi e cali improvvisi di zucchero nel sangue, influenzando quindi negativamente l'appetito.

In altre parole, questo componente può aumentare la sensazione di fame. Metabolizzare lo zucchero comporta il consumo di sostanze nutritive. Non solo apporta calorie senza apportare nutrienti, ma per essere metabolizzato consuma riserve vitaminiche e minerali del corpo. Quindi, la bibita, oltre a non apportare alcun beneficio nutrizionale, consuma vitamine e minerali che abbiamo nel nostro corpo." . Così hanno completato gli specialisti della KiloStop Nutrition Clinic <https://www.kilostop.ro/> "

CIOCCOLATO MILKA AL LATTE DELLE ALPI

Perché potrebbe essere un caso di duplice qualità? Le etichette dei prodotti venduti in due diversi Paesi Membri sono state confrontate e sono state riscontrate delle differenze relativamente al numero di additivi alimentari. Nel prodotto venduto in Romania, è stato aggiunto l'additivo Poliglicerolo (E476).

Il prodotto trovato sul mercato rumeno presenta un contenuto di grasso inferiore, 29g/100g, rispetto al contenuto del prodotto trovato sul mercato spagnolo. Inoltre, il prodotto rumeno contiene una maggiore quantità di grassi saturi, i.e. 18g/100g, rispetto al prodotto spagnolo, che ne contiene 17.5g/100g. Infine, nel prodotto rumeno è osservato un minor contenuto di grassi "buoni" (polinsaturi), 11g/100g, rispetto all'equivalente spagnolo (12/100g).

Ulteriori differenze sono osservabili rispetto al contenuto di glucosio (maggiormente presente nel prodotto rumeno), al contenuto di proteine (minor quantità nel prodotto rumeno) e al contenuto di sale (minore quantità per il prodotto rumeno).

Tara	Prodotto	Brand	Categoria	Model	Ingrediente	Cod E-uri	Nr E-uri	Val. Energetica	Proteine (g/100g)	Grasimi (g/100g)	Acizi grassi saturi (g/100g)	Acizi grassi insaturi (g/100g)	Zaharuri (din glucide) (g/100g)	Sare (g/100g)	Gramaj (g)	Volum recipient (l)	Observatii
Romania	Ciocolată Milka cu lapte alpin 100g	Milka	Ciocolata cu lapte	Ciocolata cu lapte	Zahăr, unt de cacao, lapte praf degreșat, masă de cacao, zer praf, grășime din lapte, pasta de alune, emulgator/lecitină de soia, E476), aromă. Substanță uscată de cacao 30% minimum. Conține LAPTE, ALUNE, SOIA. Poate conține urme de GRAU, varietăți similare de NUCI.	E322, E476	2	2220kJ / 530kCal	6.3	29.5	18	59	58	0.37	100		A se pastră la loc uscat, ferit de căldură.
Spania	Ciocolată Milka cu lapte alpin 150g	Milka	Ciocolata cu lapte	Ciocolata cu lapte	Zahăr, unt de cacao, lapte praf, masă de cacao, zer praf, grășime din lapte, alune de padure măcinate, emulgator, lecitină de soia, aromă, cacao minim 30%. Acesta poate conține și alte fructe cu coajă lemnoasă și grâu.	E322	1	2220kJ / 530kCal	6.4	29.5	17.5	58.5	58	0.43	150		A se depozita într-un loc uscat. A se feri de căldură.

CONCLUSIONI

La presente guida descrive il fenomeno delle pratiche della duplice qualità alimentare e spiega come la questione è stata affrontata fino ad ora a livello europeo. Inoltre, essa spiega come organizzare una campagna di test sui prodotti alimentari.

La duplice qualità alimentare è una pratica che consiste nel vendere, in diversi paesi, prodotti alimentari commercializzati come identici, ma che in realtà presentano delle differenze a livello di ingredienti e valori nutrizionali, a causa delle quali il consumatore potrebbe essere fuorviato ed indotto a pensare che il prodotto in questione sia identico agli equivalenti venduti in altri Paesi Membri. Ogni campagna di test deve essere accuratamente pianificata ed organizzata rispettando i principi di inclusività e trasparenza. I risultati della campagna devono essere accuratamente analizzati e comunicati alle autorità competenti, nel caso in cui vengano rilevate maggiori discrepanze.

Dovrebbe essere indicato se tali differenze qualitative fossero il risultato di pratiche legali quali preferenze locali, pratiche commerciali locali o requisiti nazionali. In alcuni casi può essere complesso individuare dei modelli geografici per capire se l'azienda abbia messo in atto delle pratiche discriminatorie verso specifici paesi o regioni. Di conseguenza, il tema della duplice qualità alimentare necessita di essere esaminata ulteriormente attraverso test estensivi per ottenere una panoramica più completa della situazione a livello europeo.