

DELIBERA N. 288/23/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DI BALOCCO S.P.A. IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI
SCORRETTE**

PS/12506

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 22 novembre 2023;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”* (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *“Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229”* (di seguito, Codice);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 26 ottobre 2023 al prot. n. 0276291 dell'Autorità con la quale l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Balocco S.p.A. (di seguito il Professionista o Balocco) in qualità di professionista, un'azienda dolciaria italiana specializzata nella produzione di dolci da forno;

VISTA la comunicazione del 6 giugno 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS/12506 con la quale AGCM ha reso noto al Professionista che, sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice e di due segnalazioni pervenute in data 31 marzo 2023 e 17 aprile 2023 da parte dell'Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi, è emerso che Balocco avrebbe posto in essere una condotta che potrebbe integrare una violazione degli articoli 20, comma 2, 21 e 22 del Codice. La presunta violazione riguarda in particolare l'iniziativa commerciale denominata "Chiara Ferragni e Balocco insieme per l'ospedale Regina Margherita di Torino" - promossa nei mesi di novembre e dicembre 2022 da Balocco e consistente nella promozione e commercializzazione dei pandori *limited edition* "griffati" Ferragni, per sostenere la ricerca sull'Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing a favore dell'Ospedale Regina Margherita di Torino – che sarebbe stata realizzata a scopi pubblicitari e non diretti a reperire fondi per l'Ospedale Regina Margherita di Torino;

RILEVATO che la campagna di comunicazione di detta iniziativa commerciale è stata totalmente digitale, operata in particolare sul sito web aziendale www.balocco.it e



sui *social network* quali, nello specifico: *Instagram*, tramite gli *account* @chiaraFerragni, @chiaraFerragnibrand e @ilsignorbaloccoofficial, sugli *account Facebook* Balocco e Chiara Ferragni Brand, con il supporto di Chiara Ferragni, e attraverso comunicati stampa; a quanto sopra si aggiunge la comunicazione tramite le confezioni del predetto pandoro "griffato" a cui era allegato un cartiglio che riportava la seguente indicazione: "Chiara Ferragni e Balocco sostengono l'Ospedale Regina Margherita di Torino, finanziando l'acquisto di un nuovo macchinario che permetterà di esplorare nuove strade per le cure terapeutiche dei bambini affetti da Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing";

TENUTO CONTO che nel mese di novembre 2022 Balocco ha diffuso, sul dominio *www.balocco.it*, dei comunicati stampa nei quali si affermava che "Lo storico *brand* piemontese Balocco, riconosciuto ed apprezzato nel mondo per l'eccellenza della sua offerta natalizia, presenta una novità esclusiva: il pandoro Chiara Ferragni, le cui vendite serviranno a finanziare un percorso di ricerca promosso dall'Ospedale Regina Margherita di Torino, attraverso l'acquisto di un nuovo macchinario che permetterà di esplorare nuove strade per le cure terapeutiche dei bambini affetti da Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing", a cui si aggiungono le informazioni diffuse attraverso il *packaging* del pandoro a cui era allegato un cartiglio che riportava l'indicazione di cui sopra;

VISTA la comunicazione del 11 luglio 2023 con la quale ha comunicato alle società Fenice S.r.l. (di seguito, Fenice) e TBS Crew S.r.l. (di seguito, TBS), l'estensione soggettiva e oggettiva del procedimento istruttorio *de quo* in relazione ai comunicati stampa e alle indicazioni sul cartiglio di cui sopra, nonché in relazione ai contenuti di tutti *post* i *repost* e le *stories* pubblicati dalla Signora Chiara Ferragni che presentavano la predetta iniziativa benefica come associata alle vendite del Pandoro "griffato" Ferragni, nonché alla circostanza che la stessa signora Ferragni - in tutte le *stories* pubblicate - ha affermato di essere parte attiva della suddetta donazione all'Ospedale Regina Margherita di Torino. Al riguardo, sottolinea AGCM, dalla documentazione in atti non sembra che la stessa abbia effettuato donazioni all'Ospedale Regina Margherita di Torino per l'acquisto del macchinario per le cure terapeutiche dei bambini affetti da Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing;

CONSIDERATO che da quanto si evince dalla documentazione ricevuta da AGCM risulta che Balocco, in realtà, ha disposto una donazione in cifra fissa a favore dell'Ospedale Regina Margherita di Torino con la causale "a favore dell'Oncoematologia Pediatrica Torino Progetto Sarcomi Ossei Pediatrici", in data 2 maggio 2022, quindi sei mesi prima del lancio della predetta iniziativa commerciale relativa al pandoro "griffato" Chiara Ferragni, che appariva finalizzato al reperimento dei fondi da donare e, pertanto, sulla base della prospettazione dell'iniziativa, i consumatori potevano essere stati indotti a ritenere che, acquistando il pandoro "griffato" Ferragni, potessero contribuire alla donazione all'Ospedale Regina Margherita di Torino per l'acquisto di un nuovo macchinario per la cura dei bambini affetti da Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing, facendo leva sulla loro sensibilità per iniziative benefiche a sfondo sociale. Anche il prezzo più elevato del Pandoro "griffato" Ferragni potrebbe aver accresciuto l'induzione in errore del consumatore innanzi descritto;

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa ai comportamenti del Professionista;

CONSIDERATO che la signora Chiara Ferragni è un personaggio pubblico di successo, popolare nei *social network* e in generale molto seguita dai *media*, ed è, per ciò, in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico;

CONSIDERATO che l'Autorità con delibera n. 178/23/CONS ha avviato una consultazione pubblica al fine di verificare se parte dell'attività svolta dagli *influencer* possa rientrare nell'ambito della fornitura di servizi di media audiovisivi, laddove la stessa soddisfi i requisiti fissati dalla Direttiva (UE) 2018/1808, come recepiti in ambito nazionale dal decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, e conseguentemente essere tenuti al rispetto della disciplina relativa alle comunicazioni commerciali;

RITENUTO opportuno, anche alla luce del novellato articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice, che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del medesimo Codice, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni attuate dai Professionisti tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell'osservatorio sulle comunicazioni di questa *Autorità*, i dati sull'accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici^[1] che si sono collegati a *Internet* nel secondo trimestre del 2023 compreso tra 43,6 e 43,9 milioni su base mensile (tra 44,8 e 44,2 milioni nel secondo trimestre del 2022), con circa 64 ore e 46 minuti^[2] complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a giugno 2023, 42,6 mln hanno usato Google (42,8 milioni nello stesso mese del 2022), 38,9 mln Meta Platforms (39,1 milioni nello stesso mese del 2022), 35,4 milioni Amazon (34,8 milioni nello stesso mese del 2022). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel secondo trimestre del 2023, tra 37,7 e 38,0 mln (tra 36,9 e 37,3 milioni nel secondo trimestre del 2022), con una media di 2 ore e 30 minuti^[3] trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/APP di *e-commerce*;

CONSIDERATO pertanto che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta complessivamente idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel sito *web* del Professionista e riportate nelle citate piattaforme di *social media*, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate;

^[1] Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

^[2] Dato riferito al mese di giugno 2023.

^[3] Dato riferito al mese di giugno 2023.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, *Internet* sia strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, relatore ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Roma, 22 novembre 2023

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE

Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba

