



PORTALE ETICHETTATURA
E SICUREZZA PRODOTTI

≈ **WEBINAR**

Con il patrocinio di:



CONSIGLIO
DELL'ORDINE NAZIONALE
DEI TECNOLOGI ALIMENTARI



LABORATORIO CHIMICO
CAMERA DI COMMERCIO TORINO



DINTEC
CONSORZIO PER L'INNOVAZIONE
TECNOLOGICA



CENTRO ESTERO INTERNAZIONALIZZAZIONE
PIEMONTE Agency for Investments, Export and Tourism
Prestazioni di Servizi, Formazione and Graduate of Services

La vendita online dei prodotti alimentari e non alimentari

Adempimenti e casi pratici

La comunicazione al consumatore per i prodotti alimentari

Webinar 9 novembre 2011

• 5 Distance selling: same information available online



Ensuring that the same food information you can find in the store is available online

Fonte: Sito Commissione europea

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

ORIZZONTALE

- Reg. UE 1169/2011
- D. Lgs. 145/2007
- D. Lgs. 231/2017

VERTICALE [se presente]

- Oli di oliva
- Prodotti di cacao e cioccolato
- Confetture, marmellate...
- Ecc...

REGOLAMENTO UE 1169/2011– considerando 27

*Al fine di garantire la disponibilità di informazioni sugli alimenti, è necessario prendere in considerazione tutte le forme in cui gli alimenti sono forniti ai consumatori, compresa **la vendita di alimenti mediante tecniche di comunicazione a distanza**. Anche se è evidente che qualunque alimento fornito mediante la vendita a distanza dovrebbe rispettare gli stessi requisiti di informazione degli alimenti venduti nei negozi, è necessario chiarire che, in tali casi, **le informazioni obbligatorie** sugli alimenti dovrebbero essere disponibili anche **prima che sia effettuato l'acquisto***



REGOLAMENTO UE 1169/2011 – art. 2

definizioni

- **«tecnica di comunicazione a distanza»:** qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del fornitore e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del contratto tra dette parti.[art. 2, par.2, lettera u)]
- **«informazioni obbligatorie sugli alimenti»:** le indicazioni che le disposizioni dell'Unione impongono di fornire al consumatore finale .[art. 2, par.2, lettera c)]

RESPONSABILITÀ

**PRESENZA ED ESATTEZZA
DELLE INFORMAZIONI
FORNITE**



l'operatore sotto il cui nome o ragione sociale l'alimento è commercializzato



l'importatore per i Paesi extra UE

**FORNITURA DELLE
INFORMAZIONI PRIMA
DELLA CONCLUSIONE
DELL'ACQUISTO**



il titolare del sito

QUALI INFORMAZIONI ?

ALIMENTI PREIMBALLATI

Prima della conclusione dell'acquisto:

Tutte le informazioni obbligatorie in etichetta, stabilite dal Regolamento UE 1169/11 e dalle altre normative (generali e di settore), con eccezione di quelle relative a:

- Lotto
- TMC o data di scadenza

(da fornire al momento della consegna)

Regolamento UE 1169/11, art. 14

QUALI INFORMAZIONI ?

ALIMENTI NON PREIMBALLATI

Prima della conclusione dell'acquisto e alla consegna:

- *Solo le informazioni relative agli allergeni, a meno che le misure nazionali richiedano la comunicazione di tutte le informazioni di cui agli articoli 9 e 10 del regolamento FIC o di alcune di esse.*
- *Le informazioni richieste dalle disposizioni nazionali dello Stato di destinazione*



Regolamento UE 1169/11, art. 14

INDICAZIONI MINIME –

D. Lgs.231/2017 – art.19, comma 2

2. Fatte salve le ulteriori indicazioni obbligatorie prescritte per i prodotti non preimballati da norme nazionali e dell'Unione europea, sul cartello devono essere riportate almeno le seguenti indicazioni, che, nel caso di fornitura diretta alle collettività, possono essere riportate su un documento commerciale, anche in modalità telematica:

a) la denominazione dell'alimento;

b) l'elenco degli ingredienti salvo i casi di esenzione disposti dal regolamento. Nell'elenco ingredienti devono figurare le indicazioni delle sostanze o prodotti di cui all'Allegato II del regolamento, con le modalità e le esenzioni prescritte dall'articolo 21 del medesimo regolamento;

c) le modalità di conservazione per i prodotti alimentari rapidamente deperibili, ove necessario;

d) la data di scadenza per le paste fresche e le paste fresche con ripieno di cui al decreto del Presidente della Repubblica 9 febbraio 2001, n. 187;

e) il titolo alcolometrico volumico effettivo per le bevande con contenuto alcolico superiore a 1,2 per cento in volume;

f) la percentuale di glassatura, considerata tara, per i prodotti congelati glassati;

g) la designazione «decongelato» di cui all'Allegato VI, punto 2, del regolamento, fatti salvi i casi di deroga previsti.

COME?

- *Sul sito web* dove è realizzata la vendita a distanza **o con altri strumenti** idonei allo scopo appositamente indicati dal proprietario/gestore del sito web
- **SENZA ULTERIORI COSTI PER IL CONSUMATORE**

Regolamento UE 1169/11, art. 14

SANZIONE SPECIFICA

D. Lgs.231/2017 art. 7

Violazione delle disposizioni relative alla vendita a distanza di cui all'articolo 14 del regolamento

1. Salvo che il fatto costituisca reato, la violazione delle disposizioni relative alla vendita a distanza di cui all'articolo 14 del regolamento comporta l'applicazione al soggetto responsabile della sanzione amministrativa pecuniaria del pagamento di una somma da 2.000 euro a 16.000 euro.

ICQRF – Circolare 391 dell'8 maggio 2018 -

OGGETTO: Decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 231, recante "Disciplina sanzionatoria per la violazione del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo 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 «legge di delegazione europea 2015»".

L'articolo 7 reca la sanzione per le violazioni delle disposizioni relative alla vendita a distanza di cui all'articolo 14 del regolamento, relativo alla modalità di fornitura delle informazioni obbligatorie per gli alimenti preimballati (paragrafo 1) e non preimballati (paragrafo 2) messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza (ad esempio mediante il commercio elettronico).

LINGUA

- *«Le informazioni obbligatorie sugli alimenti appaiono in una lingua facilmente comprensibile da parte dei consumatori degli Stati membri nei quali l'alimento è commercializzato».*
- *« Sul loro territorio, gli Stati membri nei quali è commercializzato un alimento possono imporre che tali indicazioni siano fornite in una o più lingue ufficiali dell'Unione»*

Regolamento UE 1169/11, art. 15



Supplement Facts

Serving Size: 1 scoop (30 g)
Servings Per Container: 15

	Amount Per Serving	% Daily Value
Calories	120	
Total Fat	3 g	4%*
Total Carbohydrate	2 g	1%*
Dietary Fiber	<1 g	2%*
Protein	21 g	32%*
Calcium	10 mg	1%
Iron	4 mg	22%
Sodium	390 mg	17%
Potassium	50 mg	1%
PlantFusion® Amino Acid Infused Protein Blend:	25 g	**
Pea Protein Isolate, L-Isoleucine, L-Leucine, L-Valine, L-Glutamine, Artichoke Powder, Organic Sprouted Amaranth Powder, Organic Sprouted Quinoa Powder, Whole Algae Protein		
PlantFusion® Proprietary Enzyme Blend:		**
Alpha Galactosidase, Bromelain 100 mg		

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
** Daily Value not established.

OTHER INGREDIENTS: Cocoa Powder, Organic Tapioca Powder, Natural Flavors, Stevia Extract Powder (Reb-A), Silica, Guar Gum Powder, Monk Fruit Extract Powder, Luxuma Powder, Yacon Powder.

PlantFusion
COMPLETE PROTEIN
Rich Chocolate, 1lb



PlantFusion, integratore alimentare (etichetta in lingua italiana non garantita)

di PlantFusion
★★★★☆ - 156 voti



INTERROGAZIONE PARLAMENTARE UE

Interrogazione con richiesta di risposta scritta E-001966/2021

alla Commissione

Articolo 138 del regolamento

Marco Dreosto (ID)

Oggetto: Alimenti preimballati messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza

L'articolo 14, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo alle vendite a distanza degli alimenti preimballati, afferma che "tutte le indicazioni obbligatorie sono disponibili al momento della consegna".

Molte aziende che consegnano in vari paesi dell'UE non sempre dispongono di prodotti etichettati nella lingua del paese di destinazione e tale disposizione accresce gli oneri di etichettatura dell'operatore.

Alla luce di quanto precede, può la Commissione rispondere ai seguenti quesiti:

1. Nel caso vengano consegnati prodotti etichettati in una lingua diversa da quella del paese di destinazione, la "disponibilità" delle informazioni può essere resa anche solo attraverso un foglio illustrativo/documento di accompagnamento, inserito nell'imballo, contenente tutte le informazioni nella lingua del paese di consegna?
2. Oppure si deve applicare l'articolo 12, paragrafo 2, del regolamento (UE) n. 1169/2011, in base al quale "le informazioni obbligatorie sugli alimenti preimballati appaiono direttamente sull'imballaggio o su un'etichetta a esso apposta"?

IT

E-001966/2021

Risposta di Stella Kyriakides

a nome della Commissione europea

(11.6.2021)

L'articolo 14, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1169/2011¹ prevede che, per gli alimenti preimballati messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza, tutte le indicazioni obbligatorie siano disponibili al momento della consegna. L'articolo 12, paragrafo 2, dello stesso regolamento stabilisce che le informazioni obbligatorie sugli alimenti preimballati appaiano direttamente sull'imballaggio o su un'etichetta a esso apposta.

L'articolo 15 dispone inoltre che le informazioni obbligatorie sugli alimenti appaiano in una lingua facilmente comprensibile da parte dei consumatori degli Stati membri nei quali l'alimento è commercializzato e che, sul loro territorio, gli Stati membri nei quali è commercializzato un alimento possano imporre che tali indicazioni siano fornite in una o più lingue ufficiali dell'Unione.

In conclusione, per gli alimenti preimballati messi in vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza, tutte le informazioni obbligatorie sugli alimenti devono pertanto essere fornite sull'imballaggio o su un'etichetta a esso apposta in una lingua facilmente comprensibile da parte dei consumatori dello Stato membro nel quale l'alimento è commercializzato.

ICQRF – Circolare 391 dell'8 maggio 2018 -

OGGETTO: Decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 231, recante "Disciplina sanzionatoria per la violazione del regolamento (UE) n. 1169/2011, relativo 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 «legge di delegazione europea 2015»".

L'articolo 3 reca la sanzione per le violazioni delle pratiche leali di informazione di cui all'articolo 7 del regolamento (il contenuto di questo articolo verrà trattato più diffusamente nel paragrafo 3 - *Procedura per l'accertamento e l'applicazione delle sanzioni*).

Si ritiene, tuttavia, opportuno evidenziare che la sanzione prevista da questo articolo deve essere irrogata anche nel caso in cui le informazioni sugli alimenti non siano riportate in lingua italiana, per i prodotti esposti al consumatore finale, considerato il chiaro richiamo all'art. 7 del regolamento (violazione delle pratiche leali di d'informazione), che al paragrafo 2 prevede espressamente che «Le informazioni sugli alimenti sono precise, chiare e facilmente comprensibili per il consumatore», nonché tenuto conto della disposizione di cui all'art. 15 del medesimo regolamento, secondo cui «le informazioni obbligatorie sugli alimenti appaiono in una lingua facilmente comprensibile da parte dei consumatori degli Stati membri nei quali l'alimento è commercializzato».

INFORMAZIONI FACOLTATIVE

- *Non inducono in errore il consumatore -> Pratiche leali d'informazione (tra cui divieto di vantare di attribuzione di prevenzione, trattamento o guarigione di una malattia umana)*
 - *Non sono ambigue né confuse per il consumatore*
- *Sono, se del caso, basate sui dati scientifici pertinenti*
 - *Non possono occupare lo spazio disponibile per le informazioni obbligatorie sugli alimenti*



Miele aromatico Origano/Ginger - Aromiel - Oregano/Ginger 120ml

€15.80

Qty 1

Ippocrate usava miele infuso con varie erbe e resine medicinali. [redacted] abbiamo seguito questa tradizione e creato il Miele Aromatico per vari disturbi e trattamenti. Da stimolante per l'appetito (ideale per i bambini, i pazienti chemio e quelli con disturbi alimentari) al trattamento di raffreddori, influenza, stomaco e ulcere intestinali a diversi altri casi.



Agcm – sanzioni

Pillole ‘miracolose’: l’Antitrust multa per oltre un milione di euro una rete di società, anche estere, che vendeva prodotti dalle proprietà inesistenti

09/12/2012

COMUNICATO STAMPA

PILLOLE ‘MIRACOLOSE’: L’ANTITRUST MULTA PER OLTRE UN MILIONE DI EURO UNA RETE DI SOCIETÀ, ANCHE ESTERE, CHE VENDEVA PRODOTTI DALLE PROPRIETÀ INESISTENTI

Dai dimagranti che garantivano i 7 chili in meno in 7 giorni/ al prodotto in grado di curare Alzheimer e cancro, alla pillola che garantiva la giovinezza.

Oltre un milione di euro di sanzioni a una rete di società che pubblicizzava e vendeva prodotti dalle proprietà inesistenti: dimagranti che avrebbero fatto perdere 7 chili in 7 giorni, pillole, cerotti e creme in grado di curare cancro e Alzheimer e di garantire la giovinezza: lo ha deciso l’Antitrust al termine di un procedimento che ha coinvolto sei operatori di svariate nazionalità che insieme gestivano la pubblicità e la vendita di circa 40 prodotti stessi, 13 siti internet.

Dalle informazioni raccolte in ispezione dai funzionari Antitrust, risulta la totale inerenza ad opera dei soggetti coinvolti, dei contenuti informativi dei messaggi pubblicitari relativi a tutti i prodotti dimagranti e terapeutici.

I testi, le immagini scelte nonché le fantasiose testimonianze erano, in realtà, il frutto di un semplice collage di informazioni appositamente concepito per indurre i consumatori all’acquisto dei prodotti.

Primi di fondamenti scientifici, anche i risultati promessi e le indicazioni utilizzate per i prodotti terapeutici che appaiono particolarmente gravi perché rivolti a soggetti che, affetti da patologie anche serie, risultano essere più vulnerabili e sensibili al messaggio pubblicitario.

A dimostrazione della capacità della pratica di indurre in errore i consumatori c’è il notevole numero di confezioni di prodotto spedite, circa 270.000 prodotti nell’arco degli ultimi due anni.

L’istruttoria ha permesso di svelare uno schema complesso che coinvolgeva sei società, una di diritto inglese, due svizzere, una sammarinese e due italiane, all’interno di una strategia unitaria finalizzata a ingannare i consumatori sulle proprietà dei prodotti venduti attraverso siti internet e per corrispondenza. In particolare, la strategia è stata anzitutto concepita e parcellizzata per ricondurla ad un unico professionista estero, la società Xenalis di diritto inglese, occultando così l’operato di altri soggetti, anche italiani, con lo scopo di rendere oggettivamente difficile per il consumatore individuare chi fosse l’effettivo responsabile della vendita.

Al centro della ‘rete’ la società Xenalis LTD, attiva, tra l’altro, proprio nel settore della vendita diretta a privati consumatori di prodotti dimagranti, servizi per la salute della persona e per la cura del corpo. La società italiana Cento Srl si occupa invece del commercio al dettaglio di prodotti per corrispondenza, anche tramite il sito internet www.centosrl.com. L’italiana New Service Media Srl (NSM) è attiva nella prestazione di servizi tecnici informatici e gestisce e fornisce il supporto tecnico a Xenalis e Cento per la registrazione dei diversi siti internet. Quadratum SA, di diritto svizzero, fornisce servizi tecnici informatici mentre la connazionale Royal Marketing Management SA (RMM) si occupa di analisi, contabilità, marketing, licensing di marchi, gestione di siti internet e software. Infine la Centum spa, di diritto sammarinese, attiva nella vendita a distanza di integratori, prodotti per la cura del corpo e del benessere.

SANZIONI

Centum Spa: sanzione di 300.000 (trecentomila) euro ciascuno;

Xenalis Ltd: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro

New Service Media Srl: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro

Quadratum Sa: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro

Royal Marketing Management Sa: sanzione di 150.000

(centocinquantamila) euro

Cento Srl: sanzione di 120.000 (centoventimila) euro.

Quindi...chi controlla?



QUALCHE DOMANDA...

Le informazioni obbligatorie devono già essere disponibili anche nel contesto di una proposta di acquisto o solo su richiesta ?

Quando non vi è alcuna possibilità di acquistare il cibo direttamente, non è richiesta l'informazione (es. un catalogo pubblicitario di prodotti di un supermercato)

Se il catalogo è l'unico strumento di informazione disponibile deve comprendere tutte le indicazioni obbligatorie

Se è possibile acquistare il prodotto direttamente (es. attraverso una pagina web) le informazioni obbligatorie devono essere associate alle altre caratteristiche del prodotto sulla stessa pagina web, oppure facilmente raggiungibile con collegamenti ipertestuali

Come fare in caso di alimenti le cui caratteristiche possono variare da prodotto a prodotto (es. origine dove richiesta)?

SITO : indicazione generale che informi il consumatore delle differenti possibilità

CONSEGNA: devono essere fornite le indicazioni specifiche

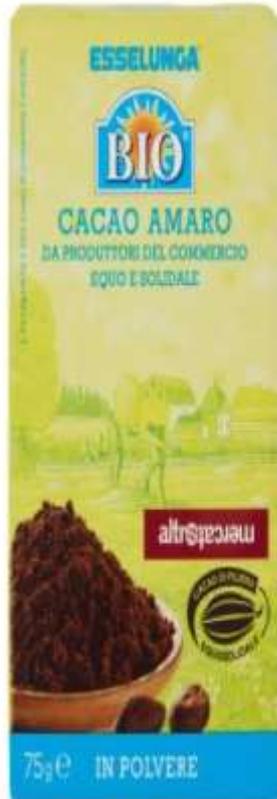
Come fare in caso di sostituzione dovuta a esaurimento degli stock?

SITO : indicazione chiara che informi il consumatore che in caso di esaurimento degli stock, il prodotto potrebbe essere sostituito

COMUNICAZIONE delle informazioni obbligatorie relative al prodotto sostituito prima della conclusione dell'acquisto (meno lotto e data di scadenza)

CONSEGNA: devono essere fornite tutte le informazioni obbligatorie

DROGHERIA



Esselunga Bio, cacao amaro in polvere altromercato biologico 75 g

Euro 20,14 / kg

Articolo sostitutivo



€ 1,51

1



Esselunga, cacao amaro 75 g

Euro 10,54 / kg

Se l'articolo scelto non è disponibile alla consegna della spesa, ti porteremo uno dei seguenti prodotti sostitativi **senza costi aggiuntivi**: pagherai sempre il prezzo più basso tra la confezione scelta e quella sostitutiva



Le informazioni obbligatorie previste dall'art. 8.7 per gli alimenti preimballati destinati al consumatore finale, commercializzati in una fase precedente e venduti on line devono essere rese disponibili prima della conclusione dell'acquisto ?

NO. l'art. 14 del Regolamento FIC disciplina la vendita dei prodotti al consumatore finale o alle collettività (B2C) e non si applica alla vendita B2B

Grazie per l'attenzione