

Non basta verificare che un determinato prodotto alimentare abbia qualità salutistiche e autorizzare di conseguenza le aziende a pubblicizzare quelle qualità. Occorre invece predisporre linee guida a livello europeo per le imprese in modo da garantire informazioni corrette e complete ai consumatori. Lo chiede l'Antitrust in una lettera, a firma del Presidente Antonio Catricalà, inviata al Commissario Europeo per la Salute e Politica dei Consumatori John Dalli e ai vertici dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare nella quale si raccomanda, in attesa del varo delle linee guida, estrema prudenza nell'autorizzazione delle frasi pubblicitarie (claim) sui singoli prodotti.

Secondo l'Antitrust i claim sugli effetti salutistici dei prodotti alimentari, autorizzati dalla Commissione Europea, dopo la verifica scientifica dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare, possono essere utilizzati in modo strumentale da parte delle aziende. Inserirle in spot volti talora ad enfatizzare la situazione patologica ovvero a banalizzare problemi di salute, servono non tanto per qualificare, con una corretta informazione dei consumatori, i vantaggi relativi alle proprietà del prodotto, quanto piuttosto per esaltarne l'efficacia in termini non proporzionati alla sua natura e agli effetti ragionevolmente ottenibili dal suo consumo. (...)

L'articolo:

<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=31828>

Il sito dell'Autorità Garante della concorrenza e del mercato:

<http://www.agcm.it/>