

Pratica commerciale scorretta

T.A.R. Lazio - Roma, Sez. I 15 gennaio 2018, n. 495 - Volpe, pres.; Petrucciani, est. - Industria Alimentare Colavita - Indalco S.p.A. (avv.ti Scasserra e Vulpetti) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – Antitrust (Avv. gen. Stato).

Produzione, commercio e consumo - Prodotti alimentari - Pubblicità ingannevole - Pratica commerciale scorretta consistente nella diffusione di vari messaggi pubblicitari volti ad ascrivere ad un prodotto effetti di «riduzione del colesterolo», di «contenimento della glicemia», nonché di «regolarizzazione dell'attività intestinale» e «del peso corporeo» grazie allo specifico contenuto di betaglucani recato dall'alimento.

(Omissis)

FATTO

Con nota del 4 aprile 2011 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha comunicato alla Indalco s.p.a. l'avvio del procedimento teso a verificare eventuali violazioni degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lett. b) ed f), 22 e 23, lett. d) ed s), del Codice del Consumo, con riferimento ai messaggi pubblicitari concernenti il prodotto "SuColavita", pasta naturalmente ricca di betaglucani.

L'Autorità ha richiesto chiarimenti in ordine ai messaggi pubblicitari presenti sul sito internet dell'azienda che recitavano quanto segue: *"La nuova linea "Su Colavita" naturalmente ricca di betaglucani è la scelta ideale per chi è attento al proprio benessere, senza rinunciare al gusto.*

Un sapore tradizionale ed armonioso che nasce da una miscela di semola di grano duro e orzo, fonte naturale di betaglucani, componenti della fibra alimentare solubile di diversi cereali, che aiutano a ridurre il colesterolo e a contenere la glicemia".

Con memoria difensiva del 16.5.2011 la INDALCO ha fornito i chiarimenti richiesti, affermando che nessuna violazione poteva esserle addebitata, in quanto sia il packaging del prodotto "SuColavita", sia i messaggi pubblicitari trasmessi in relazione al prodotto stesso, risultavano totalmente rispettosi delle regole del Codice del Consumo, rendendo edotto il consumatore di tutte le informazioni necessarie per consentire allo stesso di assumere una decisione consapevole circa l'acquisto o meno del prodotto.

In particolare la INDALCO - dopo aver evidenziato che il prodotto "Su Colavita" in questione consisteva in una pasta "funzionale" prodotta, oltre che con semola di grano duro, anche con farina d'orzo arricchita naturalmente di betaglucani, e che i betaglucani sono componenti della fibra alimentare solubile che esercitano sul nostro organismo importanti effetti fisiologici - ha rilevato che gli effetti benefici apportati all'organismo dai betaglucani e, in particolare, l'idoneità degli stessi a svolgere un'azione di riduzione del colesterolo, risultavano suffragati e confermati da ricerche scientifiche, nonché dal parere reso dall'EFSA nel dicembre 2010.

L'azienda ha dedotto che l'uso del claim "aiuta a ridurre il colesterolo" presente sul pack del prodotto "Su Colavita" e nei messaggi pubblicitari ad esso relativo non configurava alcuna violazione del codice del consumo né poteva costituire pubblicità ingannevole, anche perché sulle confezioni del prodotto, così come nei messaggi pubblicitari, erano state riportate dettagliate informazioni anche in merito alle caratteristiche del prodotto ed alle quantità da assumere per ottenere gli effetti benefici propri dei betaglucani.

Con provvedimento del 28 settembre 2011 l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato — terminata l'istruttoria — ha comunicato alla ricorrente di aver riscontrato a carico della stessa la violazione degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo in relazione alla *"pratica commerciale posta in essere dalla INDALCO e consistente nella promozione dei formati di pasta della linea Su Colavita - via internet e sulle confezioni dei prodotti nonché attraverso cartellonistica— mediante l'utilizzo di claim assertivi che li accreditano come alimenti in grado di contribuire a ridurre il colesterolo e a contenere la glicemia, nonché a regolarizzare il funzionamento intestinale e facilitare il raggiungimento del senso di sazietà, contribuendo al controllo del peso corporeo in base allo specifico contenuto dei betaglucani recato dai medesimi"*.

L'Autorità Garante, infatti - richiamando il parere dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni del 13 settembre 2011 richiesto in corso di istruttoria — ha affermato che la pratica commerciale posta in essere dalla INDALCO nella pubblicizzazione del prodotto Su Colavita (*"aiuta a ridurre il colesterolo e a contenere la glicemia, a regolarizzare il funzionamento intestinale e facilitare il raggiungimento del senso di sazietà, contribuendo al controllo del peso corporeo"*) configurava una pratica scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21 comma 1, lettera b), del Codice del Consumo *"in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, attraverso veicolazione di informazioni salutistiche non adeguatamente avallate dal punto di vista scientifico, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti pubblicizzati dal professionista"*.

Con il medesimo provvedimento l'Autorità ha irrogato alla società la sanzione amministrativa di € 40.000,00 da pagare entro trenta giorni dalla notifica del provvedimento, e ha vietato la diffusione e la continuazione della pratica commerciale ritenuta scorretta, assegnando alla ricorrente un termine di 90 giorni per procedere all'adeguamento delle confezioni di prodotto.

A sostegno del ricorso sono state formulate le seguenti censure:

1. Sulla legittimità del claim "aiuta a ridurre il colesterolo" rispetto normativa comunitaria vigente ed ai principi costituzionali e scientifici in vigore. Violazione di legge ed eccesso di potere.

Secondo l'AGCM, dovendosi consumare minimo 3 g. al giorno di betaglucani per aversi effetti benefici sull'organismo anche ai fini della riduzione del colesterolo, aver pubblicizzato la presenza di 1,8 g. di betaglucani in 80 g. di pasta, ovvero di 2,3 g. di tale componente biologico in 100 g., costituirebbe pratica scorretta e decettiva.

Di contro, con il Regolamento della Commissione della UE n. 1160/2011 del 14.11.2011 la Commissione Europea ha definitivamente autorizzato l'uso del claim "aiuta a ridurre il colesterolo" relativamente ai prodotti nei quali vi sia la presenza dei betaglucani, purché questi ultimi forniscano almeno 1 g di betaglucano per porzione quantificata.

Sul punto, quindi, nessuna scorrettezza poteva essere addebitata alla ricorrente, che sulla confezione del SuColavita (così come in tutti i messaggi pubblicitari ad esso relativi) aveva evidenziato non solo che "una porzione di SuColavita (80 g.) fornisce all'organismo più della metà della razione giornaliera utile a tenere sotto controllo il colesterolo", ma soprattutto che 100g di prodotto apportano un quantitativo di 2,3 g. di betaglucani e che 80 g. di prodotto apportano un quantitativo di 1,8 g. di betaglucani.

2. Sulla correttezza, completezza e veridicità delle informazioni reclamizzate dalla ricorrente e sulla diligenza della stessa. Rispetto degli artt. 20 e 21 Codice del Consumo.

Nessuna informazione non veritiera era stata fornita ai consumatori, in quanto sulla confezione del SuColavita (così come in tutti i messaggi pubblicitari ad esso relativi) si evidenziava che 100 g. di prodotto apportano un quantitativo di 2,3 g. di betaglucani, che 80 g. di prodotto apportano un quantitativo di 1,8 g. di betaglucani e che, pertanto, *"una porzione di SuColavita (80 g.) fornisce all'organismo più della metà della razione giornaliera utile a tenere sotto controllo il colesterolo"*.

3. Sugli ulteriori claims relativi all'efficacia di regolarizzazione del funzionamento intestinale e del controllo del peso e di contenimento della glicemia. Legittimità della pratica commerciale rispetto alle norme di cui agli artt. 20 e 21 Codice del Consumo.

La condotta della INDALCO è stata altresì censurata poiché nei claims sul sito internet aziendale e sui volantini adottati si rimarcava l'effetto positivo della pasta commercializzata e dei betaglucani in essa contenuti circa la regolarizzazione del funzionamento intestinale, il controllo del peso e il contenimento della glicemia. Sotto tale profilo il claim sul sito era stato precauzionalmente modificato non appena conosciuto il provvedimento della P.A., ma, in ogni caso, doveva rilevarsi che i betaglucani dell'orzo e dell'avena avevano anche un effetto ipoglicemico, pur non essendone ancora chiaro il meccanismo operativo, come dimostrato dalle ricerche svolte dalla FDA (US Food and Drug Administration).

4. Illegittimità della sanzione. Violazione dell'art. 27, comma 9, Codice del Consumo nonché dell'art. 11 l. 689/1981. Violazione dell'art. 27, comma 10, del Codice del Consumo.

La ricorrente ha contestato anche la sanzione inflitta, consistente nel pagamento della somma di Euro 40.000,00, oltre all'ordine di procedere all'eliminazione della pratica ritenuta scorretta, impedendone diffusione e prosecuzione, sia poiché, con l'entrata in vigore del Regolamento U.E. n. 1160 del 14.11.2011, la sanzione inflitta alla ricorrente e l'ordine conformativo non avevano ragion d'essere, sia perché l'ammontare doveva ritenersi eccessivo e avrebbe dovuto essere ridotto al minimo edittale, pari ad Euro 5.000,00.

5. Sull'inefficacia del provvedimento impugnato e delle connesse statuizioni.

In ogni caso, il provvedimento impugnato e le connesse statuizioni dovevano ormai ritenersi inefficaci in ragione dell'entrata in vigore del Regolamento della Commissione U.E. del 14.11.2011, che autorizzava la ricorrente al mantenimento della pratica commerciale che la AGCM aveva invece sanzionato.

Si è costituita l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato resistendo al ricorso.

Alla camera di consiglio dell'11 gennaio 2012 questa Sezione ha respinto l'istanza cautelare, rilevando che il provvedimento adottato dall'Autorità appariva congruamente motivato e dava conto in maniera chiara e non manifestamente illogica delle ragioni per le quali la pratica commerciale esaminata era stata considerata scorretta ai sensi degli artt. 20, co. 2, e 21, co. 1, lett. b), del codice del consumo, mentre, sotto il profilo del periculum in mora, l'Autorità procedente non aveva vietato la commercializzazione del prodotto, ma aveva inibito unicamente la prosecuzione della scorrettezza, imponendo l'adeguamento delle confezioni dei prodotti.

Con ordinanza n. 564 dell'8 febbraio 2012 il Consiglio di Stato, riformando l'ordinanza di primo grado, ha accolto l'istanza cautelare, ritenendo che le evidenze scientifiche relative agli effetti dei betaglucani (da ultimo richiamate dal regolamento (CE) n. 1160/2011) palesavano il carattere complessivamente non decettivo dei messaggi diffusi dalla ricorrente, anche tenendo conto della 'soglia di efficacia' relativa all'assunzione quotidiana di 3 grammi di sostanza.

Alla pubblica udienza del 22 dicembre 2017 il ricorso è stato trattenuto in decisione.

DIRITTO

Il ricorso deve essere respinto in quanto infondato.

Con il provvedimento impugnato l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha ravvisato la sussistenza di una pratica commerciale scorretta consistente nella diffusione, da parte della ricorrente, sulla confezione dei prodotti e sul proprio sito internet, di messaggi pubblicitari tesi ad ascrivere al prodotto "pasta Colavita ai betaglucani" effetti di riduzione del colesterolo, contenimento della glicemia, regolarizzazione dell'attività intestinale e controllo del peso corporeo.

In particolare, l'Autorità, dopo aver affermato che sia la Food & Drug Administration (FDA) che l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) avevano confermato i suddetti benefici salutistici dei betaglucani, ha ritenuto di dover sanzionare l'odierna ricorrente in quanto la stessa non avrebbe fornito alcun supporto scientifico (sperimentazioni, test, scheda tecnica o analisi mirate) che potesse confortare le indicazioni presenti in etichetta e nei messaggi promozionali relativi allo specifico quantitativo di betaglucani recato da, rispettivamente, 100 g. e 80 g. del prodotto commercializzato, evidenziando che, secondo il parere dell'EFSA, gli effetti benefici dei betaglucani sarebbero riscontrabili solo a seguito di un consumo degli stessi pari a 3 g. al giorno.

L'Autorità, al riguardo, ha ritenuto che quanto comunicato sulle confezioni dei prodotti e nei messaggi pubblicitari, relativamente al fatto che 100 g. di prodotto apportano un quantitativo di 2,3 g. di betaglucani e che 80 g. di prodotto apportano un quantitativo di 1,8 g. di betaglucani, nonché al fatto che "*una porzione di SuColavita (80 g.) fornisce all'organismo più della metà della razione giornaliera utile a tenere sotto controllo il colesterolo*", non sarebbe suffragato da alcuna evidenza scientifica, in quanto violerebbe il generale principio di cui all'art. 5 Regolamento 1924/2006 CE sull'adeguata correlazione tra l'effetto salutistico e l'adeguata quantità della sostanza del prodotto di cui si suggerisce il consumo, corrispondente normalmente alla porzione del prodotto stesso.

Sono stati ritenuti scorretti, altresì, i claim salutistici relativi al controllo della glicemia e del peso corporeo, in quanto l'effetto benefico dei betaglucani sull'innalzamento del livello del glucosio dopo il pasto doveva ritenersi correlato, secondo l'EFSA, ad un apporto di 4 g. di betaglucani per 30 g. di carboidrati, proporzione di gran lunga superiore a quella presente nel prodotto commercializzato dalla ricorrente.

Con il primo motivo la ricorrente ha dedotto la legittimità dell'utilizzo del claim "*aiuta a ridurre il colesterolo*", rilevando che, secondo il Regolamento UE n. 1160/2011, del 14 novembre 2011, tale asserzione sarebbe autorizzata per prodotti che forniscono 1 g. di betaglucano dell'avena per porzione, come la pasta prodotta che fornisce 1,8 g. di betaglucani per una porzione di 80 g..

Al riguardo deve premettersi che l'art. 20, comma 2, del codice del consumo (d.lgs. n. 206/2005) stabilisce che una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.

L'art. 21, comma 1, dello stesso codice considera ingannevole "...una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:

a) l'esistenza o la natura del prodotto;

b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, l'assistenza post-vendita al consumatore e il trattamento dei reclami, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, la consegna, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto;".

L'art. 22, infine, stabilisce che "E' considerata ingannevole una pratica commerciale che nella fattispecie concreta, tenuto conto di tutte le caratteristiche e circostanze del caso, nonché dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, omette informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno in tale contesto per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e induce o è idonea ad indurre in tal modo il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso".

Nel caso di specie, le censure rivolte avverso il giudizio di ingannevolezza della pratica commerciale si palesano infondate.

L'Autorità ha premesso, nel provvedimento impugnato, che secondo il Regolamento n. 1924/2006/CE, relativo all'etichettatura, alla presentazione e alla pubblicità dei prodotti alimentari, la condizione richiesta per l'utilizzo di claim "salutistici" è che la quantità del prodotto tale da poter essere ragionevolmente consumata fornisca "*una quantità significativa della sostanza nutritiva o di altro tipo cui si riferisce l'indicazione, ai sensi della legislazione comunitaria o, in mancanza di altre regole, una quantità tale da produrre l'effetto nutrizionale o fisiologico indicato, sulla base di prove scientifiche generalmente accettate*" (art. 5, lettera d), del Regolamento citato).

Proprio alla luce di tale principio l'Autorità ha evidenziato che, poiché secondo il parere scientifico dell'EFSA, espresso nel 2009 e nel 2011, l'effetto benefico sul colesterolo derivante dal consumo di betaglucani è predicabile unicamente ove l'alimento reclamizzato apporti, nella porzione giornaliera ragionevolmente consumabile, 3 g. di betaglucani, risulta scorretta, in quanto non veritiera, la pubblicizzazione del prodotto operata dalla ricorrente, laddove utilizza il claim *“aiuta a ridurre il colesterolo”* benché la normale porzione di prodotto giornaliera (80 g.) fornisca un quantitativo pari a 1,8 g. di betaglucani.

Quanto alle controdeduzioni svolte dalla Indalco, incentrate sul fatto che nei messaggi pubblicitari e nel packaging del prodotto sarebbe stato chiarito che una razione (80 g.) di “Su Colavita” fornirebbe più della metà della razione giornaliera utile a tenere sotto controllo il colesterolo, l'Autorità ha rilevato che tali indicazioni sono presentate in modo parziale e insufficiente a chiarire i reali effetti salutistici del prodotto, anche perché riportati con caratteri grafici di dimensioni molto inferiori rispetto al claim contestato e in collocazione separata (nella confezione sul retro).

Come già evidenziato in fase cautelare da questo Tribunale, tali considerazioni si palesano esaustive, immuni da vizi logici e del tutto aderenti ai dati emersi dal procedimento, in particolare con riferimento ai pareri scientifici espressi dall'EFSA e dalla FDA.

Al riguardo, peraltro, si deve tener presente che la valutazione del carattere ingannevole della comunicazione pubblicitaria pacificamente costituisce una valutazione tecnico-discrezionale dell'Autorità, che può essere sindacata dal giudice amministrativo in sede di giudizio di legittimità soltanto sotto il profilo della congruenza logica e della razionalità delle deduzioni espresse rispetto al tenore dei messaggi segnalati; sicché, per consolidato orientamento giurisprudenziale, in caso di corretta e completa acquisizione degli elementi di fatto rilevanti, il convincimento dell'Autorità non è sindacabile se non sul piano della ragionevolezza e della congruità della valutazione, con esclusione di interventi del Giudice di carattere sostitutivo idonei a sovrapporre la propria valutazione tecnica opinabile od il proprio modello logico di attuazione del concetto indeterminato all'operato dell'Autorità, dovendosi reputare, di contro, ragionevole l'esistenza di una riserva di amministrazione in ordine al merito amministrativo, specie laddove vengano in rilievo provvedimenti adottati da un organo posto in posizione di particolare indipendenza, nell'esercizio di poteri neutrali (T.A.R. Lazio, Roma, sez. I, sentenza n. 6749/2017; C.d.S., VI, 25 febbraio 2003, n. 1054; id., 1° ottobre 2002, n. 5156).

Tali conclusioni restano ferme anche se si considera l'entrata in vigore, richiamata dalla ricorrente, del Regolamento n. 1160 del 14 novembre 2011.

In primo luogo, infatti, il Regolamento è stato emanato in epoca successiva al provvedimento impugnato e, quindi, lo scrutinio della legittimità dello stesso non può essere fondato sull'applicazione dei criteri sopravvenuti.

In secondo luogo, in ogni caso, quand'anche si volesse utilizzare tale parametro, ugualmente non potrebbe addivenirsi ad una valutazione di correttezza e veridicità dei messaggi pubblicitari contestati.

Il Regolamento citato, infatti, è chiarissimo nello stabilire che il claim relativo ai betaglucani quali sostanze idonee a tenere sotto controllo il quantitativo di colesterolo può essere utilizzato a due condizioni: *“Il consumatore va informato del fatto che l'effetto benefico si ottiene con l'assunzione quotidiana di 3 g di beta-glucano dell'avena. L'indicazione può essere utilizzata per prodotti alimentari che forniscono almeno 1 g di beta-glucano dell'avena per porzione quantificata”*. Nel caso di specie, benché possa ritenersi sussistente la seconda delle condizioni previste, relativa alla quantità minima di betaglucano che deve essere presente nel prodotto, non è stata invece rispettata la prima, in quanto nei messaggi pubblicitari e nella confezione del prodotto in questione non è contenuta la specificazione in ordine al fatto che l'effetto benefico prospettato è ricollegabile esclusivamente ad un'assunzione di 3 g. giornalieri della sostanza, quantità che la porzione media della pasta “Su Colavita”, pari ad 80 g. giornalieri, non soddisfa, garantendo l'assunzione di 1,8 g. di betaglucano.

Di conseguenza, deve ritenersi che i claim contestati permangono scorretti e non veritieri anche alla luce della normativa sopravvenuta richiamata dalla ricorrente, non essendone rispettate le condizioni di utilizzo, con conseguente infondatezza del secondo e quinto motivo di ricorso, anche con riferimento alla dedotta inefficacia sopravvenuta del provvedimento impugnato.

Del pari scorretto risulta poi l'utilizzo degli ulteriori claim promozionali relativi al controllo della glicemia e del peso corporeo, oggetto del terzo motivo.

Sul punto, l'Autorità procedente ha evidenziato che, con i pareri del 2009 e del 2011, l'EFTA ha espressamente escluso l'esistenza di una correlazione di causa-effetto tra consumo di betaglucani da avena/orzo e un sostanziale aumento del senso di sazietà che conduca ad una riduzione dell'apporto energetico e, quindi, alla riduzione del peso corporeo, e alla regolarizzazione della funzionalità intestinale; con riferimento al contenimento della glicemia, il parere dell'EFSA del giugno 2011 ha validato scientificamente il claim relativo alla correlazione tra consumo di betaglucani e riduzione dell'innalzamento del glucosio dopo il pasto, a fronte di una introduzione di 4 g. di betaglucani per ogni 30 g. di carboidrati ingeriti.

Dunque, nel primo caso non vi sono evidenze scientifiche della correlazione tra consumo di betaglucani e controllo del peso corporeo e della funzionalità intestinale; nel secondo caso, la correlazione con il controllo della glicemia può ascrivarsi al consumo di una quantità nettamente superiore di sostanza rispetto a quello assicurato dal prodotto in esame (1,8 g. per 80 g. di pasta).

Anche sotto tale profilo, pertanto, risulta confermato il potenziale ingannevole insito nei claim pubblicitari utilizzati dalla Indalco.

Va quindi esaminata la quarta doglianza, relativa alla quantificazione della sanzione, irrogata nella misura di euro 40.000. Sul punto l'Autorità ha tenuto conto dell'art. 27, comma 9, del codice del consumo (che prevede che con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione) e, per quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, dello stesso codice, e, indi, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente e delle sue condizioni economiche.

L'Autorità ha, pertanto, correttamente apprezzato la dimensione economica e l'importanza del professionista, ovvero una società di medie dimensioni presente non solo sul mercato nazionale ma anche su mercati esteri, con un fatturato di quasi 14 milioni di euro nell'ultimo esercizio; ha poi evidenziato che i claims salutistici sono stati utilizzati su diversi supporti (confezioni del prodotto, sito internet, messaggi pubblicitari), in un arco di tempo che va da ottobre del 2009 alla data del provvedimento, e nei confronti di una cerchia di consumatori presumibilmente affetti da patologie relative al colesterolo, ad un alto livello di glicemia, alla funzionalità peristaltica e al sovrappeso.

Al riguardo si osserva che la valutazione della dimensione economica e dell'importanza del professionista risponde a due diverse finalità in quanto, da un lato, è volta a garantire l'effettiva efficacia deterrente della sanzione pecuniaria, dall'altro, concorre a delineare la gravità della condotta nella considerazione che la dimensione economica del professionista, la sua notorietà - e conseguente credibilità - e la sua posizione nel mercato aggravano la valenza lesiva della condotta (T.A.R. Lazio, sez. I, sentenze nn. 6749/2017, 62/2017).

L'Autorità ha, quindi, correttamente correlato la gravità della violazione alle dimensioni della società e all'ampiezza della pratica, operando correttamente un riferimento al fatturato, atteso che in materia di pratiche commerciali scorrette le sanzioni devono essere adeguate ed efficaci e dunque assolvere ad una concreta funzione dissuasiva (T.A.R. Lazio, sez. I, 11 marzo 2016, n. 3101).

In conclusione il ricorso deve essere respinto.

Le spese di lite seguono la soccombenza e si liquidano come in dispositivo.

(Omissis)