

Oltre 330.000 soci in tutta Italia
Membro del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti
Membro BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Membro di Consumers International

Raccomandata A.R.
Anticipata via fax

Alla c.a.
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Piazza G. Verdi, 6/a
00198 Roma

Milano, 12 luglio 2013

Oggetto: segnalazione di presunta ingannevolezza della presentazione relativa al prodotto Bio-Oil.

Altroconsumo, associazione indipendente di consumatori, con sede in Via Valassina 22, 20159 Milano, chiede all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di valutare, ai sensi del Titolo III, Capo II, D.lgs. n. 206/2005 (Codice del Consumo) la sussistenza dei presupposti di ingannevolezza nelle informazioni riportate sulla confezione dell'olio per il corpo Bio-Oil prodotto da **Union Swiss** (Cape Town 8001 - South Africa) e distribuito da **Chefaro Pharma S.r.l.** (Roma – RM)

In data 13 giugno 2013 abbiamo acquistato l'olio per il corpo Bio-Oil presso il negozio Farmabenessere, sito in V. Calabria 22 a Segrate.



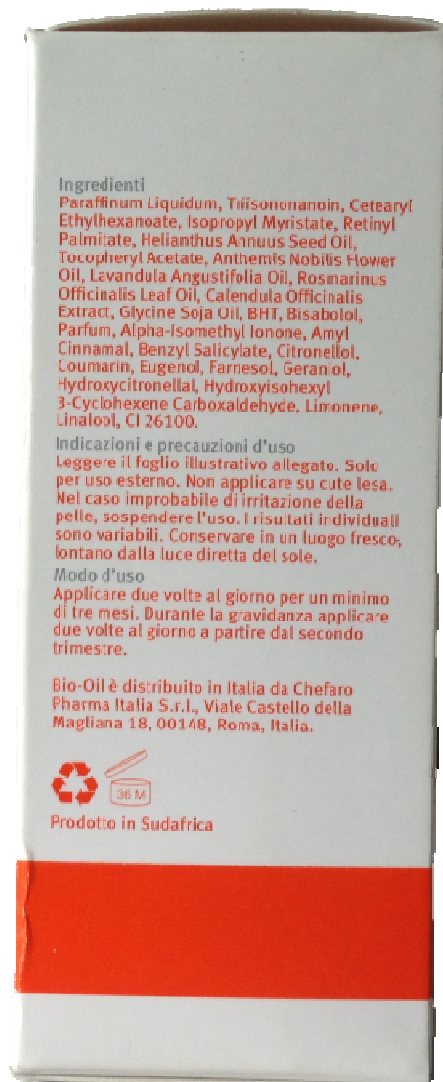
“Bio-Oil” è un prodotto venduto in farmacia e parafarmacia da applicare sulla pelle, indicato, secondo quanto dichiarato dal produttore, in caso di cicatrici, smagliature, colorito della pelle non uniforme, invecchiamento della pelle e pelle disidratata.

La criticità del prodotto sta nel nome dello stesso, “Bio-Oil”, poiché il termine “bio” fa presupporre che si tratti di un cosmetico facente parte del segmento “naturale, biologico e/o biodegradabile”.

In realtà, osservando la lista degli ingredienti riportata in etichetta, il primo ingrediente in ordine di apparizione (e quindi quello presente in maggior quantità secondo la nomenclatura internazionale INCI in vigore) è il “Paraffinum Liquidum”¹, una sostanza appartenente alla famiglia degli idrocarburi paraffinici di origine petrolchimica.

¹ <http://ec.europa.eu/consumers/cosmetics/cosing/index.cfm?fuseaction=search.details&id=35850>

La base oleosa di “Bio-oil” non è quindi uno dei tanti oli vegetali disponibili per l’industria cosmetica, bensì un ingrediente ottenuto dalla lavorazione del petrolio che nulla ha a che vedere con il termine “bio” comunque lo si voglia interpretare⁽²⁾: infatti tale ingrediente non è né biologico, né biodegradabile, né ecologico e né, tanto meno, naturale perché è il risultato di un complesso processo di raffinazione chimica.



Al momento, per i prodotti cosmetici vi è un unico regolamento, il reg. CE 1223/2009³, che definisce i requisiti obbligatori per ciascun cosmetico messo in commercio, ma che non dà alcuna definizione in merito ai prodotti che si vogliono classificare come “naturali” e/o “eco-bio”. Può soccorrere, in tal senso, un documento pubblicato nel 2000 dal Consiglio d’Europa secondo il quale un “cosmetico naturale” è un *“prodotto costituito da sostanze di origine botanica, minerale o animale esclusivamente ottenute attraverso metodi fisici microbiologici o enzimatici”*.⁴

Le aziende hanno optato per una certificazione volontaria cercando di adottare criteri comuni, definiti nei COSMOS-standard⁵, proprio per fornire ai consumatori un punto di riferimento nella giungla di “claim” verdeggianti e naturaleggianti privi di fondamento, ma tali standard, e indicazioni conseguenti, non costituiscono un obbligo di legge.

Ad ogni modo è interessante notare che il prodotto in questione non potrebbe mai ottenere una delle certificazioni rispondenti ai COSMOS-standard, stante la sua attuale formulazione.

Bio-Oil contiene anche degli ingredienti “naturali”, intendendo per tali quelli di origine botanica, ma sono presenti in quantità minore rispetto a quelli che compaiono ai primi posti dell’elencazione INCI degli ingredienti.

² “Manuale del Cosmetologo”, ed. Tecniche Nuove, 2007

³ REGOLAMENTO (CE) n. 1223/2009 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 30 novembre 2009 sui prodotti cosmetici.

⁴ http://www.coe.int/t/e/social_cohesion/soc-sp/natcosE.pdf

⁵ <http://www.cosmos-standard.org/>

Riteniamo dunque scorretto e fuorviante per il consumatore la scelta del produttore di denominare "Bio-Oil" un prodotto cosmetico che presenta tale formulazione in quanto la denominazione ha un forte potere evocativo che quindi influenza decisamente la scelta del consumatore, attratto dall'idea di cosmetico "naturale", "biologico", "biodegradabile".

Per tutte le ragioni sopra esposte il prodotto Bio-Oil è a nostro avviso:

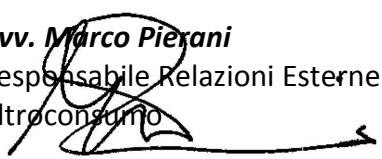
- non veritiero e scorretto e quindi da ritenere ingannevole ai sensi dell'art. 19, 20 e 21 comma 1, lett. a) del D.Lgs. 6/9/2005 n. 206, sia perché idoneo ad indurre in errore le persone fisiche e giuridiche cui si rivolge in merito delle effettive caratteristiche del prodotto, sia perché atto a pregiudicare il comportamento economico degli acquirenti.

Per le ragioni esposte Altroconsumo chiede che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, verificata l'ingannevolezza di quanto segnalato:

- 1) voglia inibire al soggetti implicato gli atti di pubblicità ingannevole descritti con il presente ricorso e la reiterazione degli stessi, assumendo – inoltre – i provvedimenti più idonei e opportuni per eliminarne gli effetti;
- 2) considerata la sussistenza dei motivi d'urgenza, intervenga comunque cautelativamente per sospenderli provvisoriamente.

Restando a disposizione per ulteriore informazione, inviamo - nel frattempo - i nostri più cordiali saluti.

Avv. Marco Pierani
Responsabile Relazioni Esterne Istituzionali
Altroconsumo

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Pierani', is written over the printed name and extends with a long horizontal stroke to the right.