

Spett.le

Codacons – Coordinamento di Associazioni per la Tutela
dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori

Viale G. Mazzini, n. 73

00195 - Roma

c/o l'ULN – Ufficio Legale Nazionale

via pec: ufficiolegalecodacons@pec.codacons.org

Vs Rif.: MIL221223

c.a. Avv. Giuseppe Ursini

PROFESSIONISTI

AVV. ALBERTO IMPRODA

AVV. RAFFAELLA ARISTA

AVV. CRISTIANA BREGA

AVV. FRANCESCO RIZZO

AVV. GABRIELLA NAPOLANO

AVV. ALESSANDRA BONO

AVV. CRISTIANA MANDL

AVV. LORENZA MASSONE

AVV. FLAVIA BARTOLAZZI

AVV. MICAELA UNFER

DR. MARIO DEL GAUDIO

OF COUNSEL

AVV. ANGELO ARGENTO

AVV. M. CHIARA CASTRIOTA SCANDERBEG

AVV. RAFFAELE CARUSO

AVV. FLAVIA MOSCIONI

AVV. MARIA CRISTINA PANGALOZZI

AVV. MANUELA PATRONO

AVV. MARGHERITA ZURRU

DR. CARLO COLETTA

CONSULENTI

DR. MICHELE FORBICIONI

DR. DARIO DE SANTIS

Torino, 11 gennaio 2024

Balocco S.p.A. - Industria Dolciaria (di seguito "Balocco") vs
Codacons – Coordinamento di Associazioni per la Tutela
dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori (di seguito
"Codacons")

Egregio Collega,

scriviamo la presente in nome e per conto della società Balocco, la quale ci ha conferito formale incarico al fine di riscontrare la Sua missiva del 22 dicembre u.s., nella quale sono riportate circostanze inesatte circa l'iniziativa c.d. "Pandoro Pink Christmas" oggetto della recente decisione resa dall'AGCM.

Quanto al tema prezzo: non corrisponde al vero l'affermazione secondo cui, a fronte delle "medesime caratteristiche organolettiche", il maggior prezzo applicato per il prodotto commercializzato in *limited edition* avrebbe creato nel consumatore finale l'errato convincimento che "vi fosse una diretta contribuzione al reperimento dei fondi utili al progetto di beneficenza" in favore dell'Ospedale Regina Margherita di Torino.

Come già illustrato avanti all'Organo amministrativo competente, Balocco ha chiarito e provato come il prezzo medio di vendita del pandoro *limited edition*, riservato al pubblico (consumatore finale) e comprensivo di IVA, non sia stato dalla medesima determinato/imposto, bensì lasciato alla libera determinazione di ciascun *retailer*. Tale prezzo, comunicato a suo tempo da Balocco all'Organo amministrativo, era quello rilevato statisticamente dalla Società Nielsen IQ nella campagna natalizia 2022 (IT- Distribuzione Moderna) e corrispondeva a € 9,37 a confezione. Il prezzo medio di cessione riservato invece da Balocco alla GDO era stato naturalmente inferiore rispetto al prezzo destinato al pubblico.

Peraltro, corre l'obbligo di ricordare che il più elevato prezzo di vendita del pandoro in edizione limitata, rispetto a quello della versione base con astuccio rosso (a marchio Balocco) è assolutamente giustificato dalla differenza tra i due prodotti. Per il pandoro *limited edition* era stato infatti sviluppato un progetto *ad hoc* di grande complessità, che ha determinato il predetto incremento legato all'impiego di elementi peculiari. In particolare, l'astuccio ideato in esclusiva per questo prodotto era composto da due elementi, oltre al nastro di chiusura, ed era particolarmente costoso per la cura dei dettagli cartotecnici e per la tipologia e personalizzazione del nastro di chiusura. Il sacchetto contenente il pandoro ed il cartone espositore erano personalizzati con la grafica su licenza, mentre l'astuccio conteneva altresì una bustina di spolvero rosa – anch'essa brandizzata – ed uno *stencil* in cartoncino alimentare da utilizzare per la decorazione del pandoro. Non da ultimo, si considerino anche i maggiori costi di manodopera sostenuti dalla nostra assistita per il peculiare confezionamento, interamente manuale, e, naturalmente, il costo della licenza del marchio "C. Ferragni".

Quanto alla posizione dei consumatori: non riteniamo divisibile la prospettazione secondo cui la pratica sanzionata dall'AGCM sarebbe stata tale da falsare il processo decisionale al momento dell'acquisto del prodotto e che "*l'utente finale, se non fosse stato condizionato dall'operazione di devoluzione benefica, ed avesse avuto chiara la pratica commerciale conclusa, con ogni probabilità avrebbe effettuato una decisione di acquisto differente*". Né sulla confezione, né sul cartiglio, né tantomeno sul materiale espositivo realizzato per i punti vendita, erano presenti indicazioni relative alla destinazione di una percentuale del ricavato (o di un importo fisso) a favore della ricerca terapeutica e neppure sono mai state utilizzate espressioni fuorvianti. Il consumatore, dunque, al momento dell'acquisto disponeva di tutte le informazioni necessarie per poter comprendere che non vi fosse una correlazione tra prezzo e donazione al nosocomio torinese. In altri termini, se il consumatore ha scelto il "*Pandoro Pink-Christmas*" lo ha fatto scientemente per la bontà del prodotto in sé e per l'*appeal* esercitato dal marchio della celebre *influencer*.

Quanto alla richiesta di donazione/risarcimento che recisamente si contesta (ivi compreso il calcolo prospettato) non sussistendone le ragioni, segnaliamo come la Balocco abbia già spontaneamente provveduto al pagamento della sanzione comminata dall'AGCM (con riserva d'impugnativa e di ripetizione) e null'altro sia allo stato dovuto a qualunque titolo. Preme inoltre ribadire che la nostra assistita ha in concreto effettuato la donazione dell'importo di € 50.000 quale contributo all'acquisto di un macchinario per la ricerca di nuove cure terapeutiche per bambini affetti da Osteosarcoma e Sarcoma di Ewing e, come ormai noto, lo ha fatto prima dell'avvio della commercializzazione del pandoro in edizione limitata, proprio perché la finalità perseguita era quella di sostenere un progetto benefico, a prescindere dall'esito della campagna natalizia 2022 (e dall'entità dei relativi ricavi) che, come si è avuto modo di dimostrare *per tabulas* è stata deludente e ha prodotto una perdita in termini di marginalità.

Quanto, infine, alla diffida ex art. 840 *sexiesdecies* c.p.c., riteniamo che allo stato non vi siano i presupposti di legge per formulare una tale richiesta e, a scanso di equivoci ulteriori, ricordiamo

come l'iniziativa contestata, relativa alla campagna "Pandoro Pink Christmas", sia ormai da oltre un anno terminata e non verrà nuovamente riproposta in futuro.

Alla luce di quanto sopra, auspichiamo che la questione possa ritenersi definitivamente esaurita e inviamo i nostri migliori saluti.

Avv. Alberto Improda
Avv. Alessandra Bono
Avv. Lorenza Massone



ROMA
Via Barberini 67 00187
Tel 06 6780312
Fax 06 69941899

MILANO
Corso Magenta 56 20123
Tel 02 43912520

TORINO
Via Viotti 9 10121
Tel 011 5063489
Fax 011 4407442

VERONA
Strad. Porta Palio 66 - 37122
Tel 345 3977543

GENOVA
Via Caffaro 4/3 16124
Tel 010 2518930
Fax 010 2479427