

PS11783 - THERAPEUTIC BRACELET-CARATTERISTICHE TERAPEUTICHE

Provvedimento n. 28520

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 gennaio 2020;

SENTITO il Relatore, Dott.ssa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del Consumo" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento n. 28276 del 17 giugno 2020, con il quale è stata deliberata l'adozione d'ufficio della misura cautelare provvisoria, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il conseguente provvedimento n. 28333, del 4 agosto 2020, con il quale è stata deliberata l'ottemperanza alle misure imposte dal suddetto provvedimento cautelare;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. BIRO S.r.l. (di seguito, anche BIRO), in qualità di *professionista*, ai sensi dell'articolo 18, *lett. b)*, del Codice del Consumo.

L'impresa, con sede legale nella Repubblica di San Marino, è attiva nel settore dell'e-commerce, attraverso la vendita di prodotti di *utility*, anche elettronici, e per il benessere della persona.

Dal bilancio depositato con memoria del 2 novembre 2020, approvato dall'assemblea in data 5 maggio 2020, si evince che il valore totale della produzione al 31 dicembre 2019 della BIRO ammonta a [1.000.000-5.000.000]* euro.

2. AWS S.r.l. (di seguito, anche AWS), con sede legale nella Repubblica di San Marino, è attiva nella progettazione, studio e gestione di campagne pubblicitarie, attività promozionali e *marketing*, nonché nell'intermediazione di servizi pubblicitari, il tutto mediante l'utilizzo della piattaforma *Internet* e mediante altri metodi divulgativi, ivi compresi servizi informatici connessi.

3. Codacons, in qualità di associazione dei consumatori segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento ha ad oggetto le comunicazioni commerciali diffuse sul sito *web thetherapeuticbracelet.net*, dirette a promuovere l'efficacia terapeutica e preventiva del braccialetto magnetico denominato "Therapeutic bracelet" contro patologie e/o malesseri, quali insonnia, mal di testa, emicrania, artrite e dolori articolari, sovrappeso, cellulite e fratture ossee, in assenza di consolidati e riconosciuti riscontri scientifici.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. Sulla base della segnalazione del Codacons del 20 maggio 2020 (prot. n. 39961) e di accertamenti effettuati d'ufficio¹, con nota del 2 luglio 2020 (prot. n. 51878), è stato comunicato alla BIRO, in qualità di *professionista*, l'avvio del procedimento istruttorio PS/11783, al fine di verificare la sussistenza di una presunta pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, *lett. b)*, 23, *lett. s)*, del Codice del Consumo.

6. L'Autorità, contestualmente all'avvio del procedimento, ha ritenuto che sussistessero i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie nei confronti di BIRO, ai sensi dell'articolo 27 comma 3, del Codice del Consumo e ha pertanto disposto che lo stesso eliminasse, a partire dalla data di comunicazione del citato provvedimento e nelle more del procedimento, ogni riferimento all'efficacia preventiva e curativa del prodotto pubblicizzato e commercializzato attraverso il sito *thetherapeuticbracelet.net*.

Tale provvedimento è stato notificato al professionista il 17 luglio 2020, attraverso il Tribunale della Repubblica di San Marino.

* [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

¹ [Cfr., in proposito, il verbale di acquisizione agli atti del procedimento della pagina web *thetherapeuticbracelet.net* dell'11 giugno 2020.]

7. Con memoria pervenuta il 20 luglio 2020 (prot. n. 57410), BIRO ha comunicato le misure adottate per ottemperare al provvedimento cautelare.

8. Con successive comunicazioni pervenute il 23 luglio 2020² (prot. n. 57641), il *professionista* ha presentato una memoria difensiva e ha fornito le informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento.

9. Con provvedimento n. 28333 del 4 agosto 2020, l'Autorità ha deliberato che le misure complessivamente adottate da BIRO in ottemperanza al provvedimento cautelare n. 28276 del 17 giugno 2020 fossero idonee a evitare il rischio che, nelle more del procedimento, le pratiche commerciali oggetto di contestazione continuassero a produrre effetti pregiudizievoli per i consumatori.

10. Con atto n. 63590 del 12 agosto 2020 il procedimento è stato integrato soggettivamente nei confronti di AWS, con sede legale nella Repubblica di San Marino, società alla quale BIRO, secondo le informazioni dalla stessa fornite, aveva conferito un "*incarico di promozione e comunicazione*" relativo al prodotto in esame.

11. Nelle date del 27 ottobre e 9 novembre 2020 (prot. n. 79482 e n. 82831) è stata comunicata rispettivamente alla BIRO e alla AWS la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

12. La BIRO ha presentato ulteriori memorie in data 4 e 7 settembre 2020 e la propria memoria conclusiva in data 2 novembre 2020³.

13. Il 23 novembre 2020 (prot. n. 86674), è stato richiesto, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che lo ha reso in data 21 dicembre 2020.

2) Le evidenze acquisite

14. Dalla documentazione a fascicolo risulta che BIRO commercializza in Italia il prodotto "*Therapeutic bracelet*" acquistandolo da una società terza e che ha "*conferito l'incarico di promozione e comunicazione*" pubblicitaria online del citato prodotto alla società AWS⁴.

15. Il "*Contratto di collaborazione tra AWS S.r.l. e BIRO S.r.l.*" prevede che BIRO, in qualità di *advertiser*, utilizzi il servizio offerto da AWS attraverso la sua piattaforma di affiliazione, al fine di promuovere i propri prodotti, e che "*BIRO provvederà alla creazione di pagine pubblicitarie esplicative dei prodotti pubblicizzati [...] enunciando [...] la composizione nonché le proprietà e le caratteristiche, anche funzionali, degli stessi*"⁵. BIRO offrirà dunque alla piattaforma le proprie campagne pubblicitarie e i materiali di marketing da utilizzare, fermo restando che specifici "*benefici e funzionalità*" potranno essere attribuiti ai prodotti soltanto da BIRO. In tale contratto BIRO peraltro si impegna a "*non pubblicare materiale di natura ingannevole [...]*"⁶.

AWS, a norma di contratto, si impegna a pubblicare sulla piattaforma da essa messa a disposizione le pagine predisposte da BIRO⁷. In particolare, AWS ha acquisito attraverso tale piattaforma gli spazi pubblicitari necessari per la promozione *online* del braccialetto suddetto da *publisher* indipendenti, tra cui il terzo proprietario del dominio www.therapeuticbracelet.net⁸.

16. BIRO, attraverso il sito *web thetherapeuticbracelet.net*, ha diffuso comunicazioni commerciali finalizzate a pubblicizzare, al prezzo di 59,00 euro (*invece di euro 119, grazie al "50% di sconto"*), il prodotto denominato "*Therapeutic bracelet*", affermando nella *home page* che la "*magnetoterapia migliora il flusso sanguigno*" e che tale braccialetto è "*terapeutico*" ed "*aiuta ad avere un corpo sano perdendo peso*".

Nelle pagine successive alla *homepage* si affermava, inoltre, che "*Il magnetismo è un metodo naturale utilizzato per mantenere il metabolismo attivo favorendo una sana perdita di peso e un bel fisico*"; che (n.d.r. il magnetismo) "*Agisce mobilizzando gli ioni positivi e negativi presenti all'interno e all'esterno delle cellule del nostro corpo, modificando così il potenziale di membrana e stimolando l'attività cellulare*"; che (n.d.r. il magnetismo) è "*Utile anche nei casi di insonnia, mal di testa, emicrania, artrite e nei dolori articolari*".

Inoltre, sotto le voci "*TERAPEUTICO*" e "*BENESSERE NATURALE*", si sosteneva, rispettivamente, che (n.d.r.: il *Therapeutic bracelet*) "*Migliora la circolazione sanguigna, l'energia, l'equilibrio e la qualità del sonno. Molto più efficace dei braccialetti a ioni negativi*" e che "*La magnetoterapia aiuta da sempre l'uomo a recuperare in modo naturale la piena funzionalità ed il consueto benessere. I magneti portano un rapido beneficio a chi accusa dei malesseri e possono essere utilizzati ad ogni età essendo privi di controindicazioni*".

Infine, in calce al titolo "*COME FUNZIONA LA TERAPIA MAGNETICA*", si affermava anche quanto segue: "*La magnetoterapia è una terapia non invasiva impiegata soprattutto nel trattamento del dolore e delle fratture ossee; è utilizzata anche per ridurre la cellulite, poiché sembra essere efficace per riassorbire gli edemi, migliorare la circolazione sanguigna e ridurre l'infiammazione. I campi elettromagnetici stimolano l'afflusso di sangue nella zona in*

² [Prot. nn. 58433 e 58674; medesimo contenuto ha il prot. 58716 del 24/7/20.]

³ [Prot. n. 81054 e 81070.]

⁴ [Cfr. memoria BIRO del 23/7/20 (prot. 58674) e memoria AWS del 2/9/20 (prot. 66189).]

⁵ [Cfr. art. 2 del "Contratto di collaborazione tra AWS s.r.l. e BIRO s.r.l.", allegato alla memoria di AWS del 2/9/20 (prot. 66189).]

⁶ [Cfr. Contratto di collaborazione tra AWS e BIRO, art. 3.1.]

⁷ [Cfr. art. 2 citato.]

⁸ [Cfr. memoria AWS del 2/9/20 (prot. 66189).]

cui vengono applicati, migliorando la circolazione sanguigna e diminuendo l'infiammazione. Questo rinnovato afflusso di sangue, aumentando la temperatura locale (+3°) produce una vasodilatazione che fluidifica un'eventuale contrattura favorendo:

- o la produzione di sostanze antidolorifiche (endorfine);
- o la stimolazione del metabolismo cellulare che aiuta la formazione delle particelle proteiche (aminoacidi);
- o la stimolazione del sistema immunitario.

Il sito permetteva inoltre di acquistare il prodotto in questione.

17. Con memoria del 20 luglio 2020, BIRO ha evidenziato che, in ottemperanza al provvedimento cautelare adottato dall'Autorità, l'offerta in vendita del prodotto denominato *Therapeutic bracelet* era stata sospesa in data 17 luglio 2020, immediatamente dopo la notifica del suddetto provvedimento cautelare e che "conseguentemente BIRo S.r.l. non ha evaso dopo la predetta data e non evaderà in futuro proposte di acquisto relative al prodotto" in questione.

Per quanto riguarda il dominio *www.therapeuticbracelet.net*, il professionista ha affermato che esso non era più raggiungibile a partire da quella data. A tal proposito, il professionista ha dichiarato di aver intimato a AWS, con comunicazioni inviate il 17 e il 20 luglio 2020, "di adottare tutte le iniziative possibili per conseguire l'inoperatività del dominio *thetherapeuticbracelet.net* e la non raggiungibilità dei relativi contenuti".

La non raggiungibilità del sito risultava confermata dagli accertamenti d'ufficio svolti in data 21 luglio 2020.

3) Le argomentazioni difensive dei professionisti

18. Il professionista ha sostenuto che "il prezzo contenuto del prodotto in contestazione e l'inverosimiglianza delle indicazioni terapeutiche oggetto di rilievo critico determinano un affievolimento della portata offensiva delle condotte censurate, trattandosi di indicazioni che non arrivano ad integrare gli estremi della manifesta scorrettezza e gravità"; la stessa Società, ha inoltre rilevato la circostanza secondo cui in ambito *Internet* esistono prodotti pressoché simili a quello commercializzato; ciò ha indotto "BIRo a confidare sulla congruità del messaggio pubblicitario" in questione.

Sulla base di tali argomenti, BIRo ha richiesto che sia accertata la non scorrettezza della pratica commerciale in esame.

19. La società AWS, a seguito dell'integrazione soggettiva del procedimento, nel confermare la definitiva rimozione del sito *thetherapeuticbracelet.net*, ha evidenziato che la propria attività consiste nella progettazione, studio e gestione di campagne pubblicitarie, attività promozionali e di *marketing*, mediante l'utilizzo della piattaforma *Internet* e di altri metodi divulgativi e dei servizi informativi connessi. In tale attività AWS opera attraverso i c.d. *publisher*, proprietari o fruitori di siti *web* che offrono spazi pubblicitari collocati all'interno delle proprie pagine, per dare visibilità ai prodotti degli inserzionisti pubblicitari⁹.

Il messaggio pubblicitario in esame è stato commissionato e realizzato, in termini di contenuto, dalla BIRo, come si desume dal contratto stipulato con tale Società, intitolato "Contratto di collaborazione tra AWS S.r.l. e BIRo S.r.l." che AWS ha allegato alla propria memoria del 2 settembre 2020.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 23 ottobre 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 21 dicembre 2020, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che l'utilizzo della rete *Internet* da parte della società BIRo S.r.l. e della società AWS S.r.l., in particolare tramite un sito *web*, è stato finalizzato alla commercializzazione e pubblicizzazione *online* della vendita del braccialetto magnetico denominato "Therapeutic bracelet" e che, pertanto, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in esame.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

21. In via preliminare, si evidenzia che, come emerso nel corso del procedimento, il "Contratto di collaborazione tra AWS S.r.l. e BIRo S.r.l." prevedeva l'utilizzo, da parte di BIRo in qualità di *advertiser*, del servizio offerto dalla AWS, attraverso la sua piattaforma di affiliazione, al fine di promuovere i prodotti della stessa BIRo, nel caso di specie il braccialetto denominato "Therapeutic bracelet". In base a tale previsione contrattuale, la BIRo si era impegnata a realizzare autonomamente i contenuti oggetto della campagna pubblicitaria, enunciando le proprietà e le caratteristiche, anche funzionali, dei prodotti posti in vendita. BIRo, quindi, ha inteso gestire "in piena autonomia tutte le funzionalità relative alla/e proprie campagna/e pubblicitaria/e", impegnandosi, in ogni caso, a "non pubblicare materiale di natura ingannevole [...]"¹⁰.

In tale contesto, occorre distinguere tra la responsabilità di BIRo nell'elaborazione dei contenuti e il ruolo di intermediario professionale svolto da AWS. BIRo risulta infatti essere autrice del messaggio pubblicitario e committente della campagna pubblicitaria commissionata a AWS. Quest'ultima, invece, si è limitata, per contratto e

⁹ [Cfr. la citata memoria del 2 settembre 2020.]

¹⁰ [Cfr. Contratto di collaborazione citato.]

secondo la sua funzione professionale, a collocare in siti *Internet* il messaggio pubblicitario riguardante il "*Therapeutic bracelet*", realizzato in autonomia da BIRO.

22. Ciò premesso, si rileva che la condotta oggetto di valutazione concerne la diffusione, attraverso il sito *web thetherapeuticbracelet.net*, di comunicazioni commerciali dirette a promuovere l'efficacia del braccialetto magnetico denominato "*Therapeutic bracelet*" contro patologie e/o malesseri, quali insonnia, mal di testa, emicrania, artrite e dolori articolari, sovrappeso, cellulite e fratture ossee, in assenza di alcun consolidato e riconosciuto riscontro scientifico.

23. La condotta descritta integra una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, lett. s), del Codice del Consumo.

Infatti, essa risulta contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre il consumatore medio all'assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe adottato.

Le affermazioni contenute sul sito circa gli effetti della magnetoterapia¹¹ e dell'azione degli ioni positivi e negativi¹² erano tali da generare nei consumatori vulnerabili a causa di specifiche patologie o malesseri fisici da cui sono affetti e che possono avere conseguenze invalidanti, l'erronea convinzione che dall'uso del citato braccialetto magnetico potessero derivare presunti effetti terapeutici nei confronti di tali patologie e/o malesseri, determinando così un'ingannevole rappresentazione delle proprietà di tale dispositivo.

24. I citati vantati terapeutici non risultano tuttavia fondati su alcun consolidato e riconosciuto riscontro scientifico, come peraltro ammesso dallo stesso professionista nelle proprie memorie, né d'altra parte sono stati presentati test clinici a sostegno delle affermazioni riportate nel sito in esame, così come non sono emersi nel corso del procedimento elementi utili ad avvalorare le affermazioni sopra richiamate.

Pertanto, i messaggi che vantano la capacità del dispositivo oggetto del procedimento di prevenire o contribuire a curare specifiche patologie e/o malesseri, risultano in violazione dell'articolo 23, lett. s), del Codice del Consumo.

25. Riguardo alle argomentazioni addotte dal professionista circa la propria buona fede e l'assenza di finalità ingannevoli, deve infine ricordarsi che, secondo costante giurisprudenza, per la sussistenza dell'illecito consumeristico "è necessaria e sufficiente la coscienza e volontà della condotta attiva od omissiva, senza che occorra la concreta dimostrazione del dolo o della colpa, giacché la norma pone una presunzione di colpa in ordine al fatto vietato a carico di colui che lo abbia commesso"¹³.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

26. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, 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.

27. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

28. Con riferimento alla dimensione economica del *professionista*, si evidenzia che nell'anno 2019 la BIRO ha realizzato ricavi per circa [1.000.000-5.000.000] euro e un utile di circa [10.000-50.000] euro. Il margine operativo lordo è stimabile in circa [50.000-100.000] euro.

29. Con riguardo alla gravità della violazione, occorre considerare che la fattispecie in esame è rilevante per la salute dei consumatori, sfruttando la vulnerabilità di coloro che soffrono di specifiche patologie e/o malesseri con conseguenze anche invalidanti, in assenza di riscontri scientifici circa i vantati pubblicizzati. A tal proposito, rileva altresì la pervasività del mezzo di comunicazione utilizzato (*internet*), che peraltro consentiva anche di acquistare il prodotto pubblicizzato.

30. Con riferimento alla durata della violazione, in base agli elementi istruttori acquisiti in atti e alle dichiarazioni del professionista, risulta che la diffusione dei *claim* relativi all'efficacia preventiva e curativa del prodotto denominato

¹¹ ["La magnetoterapia aiuta da sempre l'uomo a recuperare in modo naturale la piena funzionalità ed il consueto benessere. I magneti portano un rapido beneficio a chi accusa dei malesseri e possono essere utilizzati ad ogni età essendo privi di controindicazioni". "La magnetoterapia è una terapia non invasiva impiegata soprattutto nel trattamento del dolore e delle fratture ossee; è utilizzata anche per ridurre la cellulite, poiché sembra essere efficace per riassorbire gli edemi, migliorare la circolazione sanguigna e ridurre l'infiammazione. I campi elettromagnetici stimolano l'afflusso di sangue nella zona in cui vengono applicati, migliorando la circolazione sanguigna e diminuendo l'infiammazione. Questo rinnovato afflusso di sangue, aumentando la temperatura locale (+3°) produce una vasodilatazione che fluidifica un'eventuale contrattura favorendo:

- o la produzione di sostanze antidolorifiche (endorfine);
- o la stimolazione del metabolismo cellulare che aiuta la formazione delle particelle proteiche (aminoacidi);
- o la stimolazione del sistema immunitario".]

¹² ["(n.d.r.: il braccialetto) Agisce mobilizzando gli ioni positivi e negativi presenti all'interno e all'esterno delle cellule del nostro corpo, modificando così il potenziale di membrana e stimolando l'attività cellulare"; "Utile anche nei casi di insonnia, mal di testa, emicrania, artrite e nei dolori articolari". (n.d.r.: il Therapeutic bracelet) "Migliora la circolazione sanguigna, l'energia, l'equilibrio e la qualità del sonno. Molto più efficace dei braccialetti a ioni negativi"]

¹³ [Cfr., da ultimo, Tar Lazio, Roma, sez. I, 24 aprile 2018, n. 4571.]

"*Therapeutic bracelet*" è stata posta in essere dalla società BIRO s.r.l. quantomeno a decorrere dall'11 giugno 2020 e fino al 17 luglio 2020, come comunicato dalla stessa BIRO¹⁴.

31. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti della Società BIRO S.r.l. nella misura di 50.000 (*cinquantamila*) euro.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, lett. s), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, con riguardo all'asserita efficacia preventiva e curativa del prodotto pubblicizzato contro specifiche patologie e/o malesseri;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla Società BIRO S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b) e 23, comma 1, lett. s), del Codice del Consumo e ne vieta pertanto l'ulteriore diffusione;

b) di irrogare alla Società BIRO S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 (*cinquantamila*) euro.

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato al soggetto interessato e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

¹⁴ [Cfr. comunicazione della BIRO del 20 luglio 2020 (n. prot. 57410).]