

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 settembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quiquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, *Regolamento*), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori, clausole vessatorie*” (di seguito, *Nuovo Regolamento*), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LA PARTE**

1. Named S.p.A. (di seguito, anche “*Named*”), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, con sede

legale a Lesmo (MB), opera nel commercio all'ingrosso di apparecchiature biomedicali ed elettromedicali, nonché nel commercio *on-line*, tra l'altro, di prodotti ed integratori alimentari. Tra questi ultimi, in particolare, il prodotto denominato *Immun'Âge*. Secondo il bilancio depositato agli atti dal professionista, relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012, *Named* ha realizzato un fatturato di oltre 33,5 milioni di euro.

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento riguarda le modalità di promozione di un integratore alimentare denominato *Immun'Âge* - ottenuto da "*Carica Papaya sottoposta ad un processo tecnologicamente avanzato di bio-fermentazione della durata di 10 mesi*"<sup>1</sup> - effettuata dal professionista attraverso un'articolata campagna pubblicitaria consistente nella diffusione di messaggi contenenti informazioni a carattere scientifico-terapeutico sull'efficacia del prodotto.

3. Tutti i messaggi acquisiti agli atti del fascicolo - diffusi tramite *internet*<sup>2</sup>, a mezzo TV, radio e stampa<sup>3</sup> - vanterebbero le presunte azioni di efficacia salutistica del prodotto e dei relativi componenti.

4. Tali messaggi pubblicitari, considerati sia singolarmente che complessivamente nelle loro diverse forme e modalità, propongono al pubblico l'integratore alimentare *Immun'Age* quale: *a*) trattamento idoneo a sostenere l'organismo nelle fisiologiche funzioni di contrasto ai fattori che favoriscono l'invecchiamento cellulare (*stress* ossidativo) sfruttando le proprietà antiossidanti ed immunomodulanti della Papaya; *b*) antiinfluenzale per contrastare gli attacchi virali; *c*) prodotto capace di favorire la concentrazione, combattere lo *stress* e la stanchezza; *d*) coadiuvante per il trattamento di patologie importanti quali il Parkinson, l'Alzheimer, l'AIDS, il tumore, il diabete, ecc..

5. In particolare, sul sito internet del professionista *www.immunage.it* e

---

<sup>1</sup> Questa particolare fermentazione sarebbe in grado di generare FPP® (Fermented Papaya Preparation), componente unico di *Immun'Âge*®, costituito da un *pool* di sostanze naturali, privo di zuccheri aggiunti, coloranti, conservanti e additivi chimici. Cfr. pagina *web* <http://www.immunage.it/immunage/pages/immunage-prodotto-e-proprieta.php> rilevata in data 18 marzo 2014 ed acquisita agli atti del procedimento PS/9400 con verbale del 10 aprile 2014, di cui al doc. n. 1 dell'indice del fascicolo.

<sup>2</sup> Le pagine *web* contenenti le affermazioni circa le presunte azioni di efficacia salutistica del prodotto e dei relativi componenti, rilevate a partire dall'*home page* *www.immunage.it* e *www.namedonline.it*, sono state acquisite agli atti del fascicolo (sia in forma cartacea che su supporto elettronico DVD) . Cfr. doc. n. 1 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>3</sup> I messaggi stampa (alcuni dei quali presenti anche sul sito *internet* *www.immunage.it*), radio e TV sono stati prodotti dal professionista in corso di istruttoria. Cfr. doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo.

[www.namedonline.it](http://www.namedonline.it) dove è anche possibile effettuare l'acquisto del prodotto *on line*, si riscontra, tra gli altri, la presenza di alcuni collegamenti ipertestuali (*prodotto e proprietà, punti di forza, ecc.*) che illustrano nel dettaglio *i*) la composizione del prodotto (*Immun'Âge FPP® ... composto al 100% da FPP® - Fermented Papaya Preparation. ...*); *ii*) le presunte proprietà ad esso attribuite (*Perché Immun'Âge® è utile: la Papaya Fermentata contro radicali liberi, stress psicofisico e stanchezza cronica*), nonché *iii*) l'efficacia della sua azione riguardo a tutta una serie di condizioni patologiche dell'organismo (*Stress ossidativo: patologie correlate*) rispetto alle quali si evidenziano i benefici procurati dall'assunzione del prodotto<sup>4</sup>.

6. Tra i vantî pubblicitari che esaltano i punti di forza dell'integratore *Immun'Âge* si rilevano, in particolare, quelli concernenti la sua unicità "*Sempre più persone si convincono della sua straordinaria efficacia. Immun'Âge è 10 volte UNICO!*"<sup>5</sup> anche in relazione ai presunti effetti benefici ad esso riconducibili per gravi malattie "*Immun'Âge® è l'unico prodotto prescritto da medici in tutto il mondo come coadiuvante per il trattamento di patologie importanti (Parkinson, Alzheimer, AIDS, tumore, diabete, ...)*".

7. Infine, sempre nel sito *internet* del professionista viene evidenziata l'efficacia di *Immun'Âge* nell'azione di protezione del DNA e di stimolazione della capacità antiossidante endogena<sup>6</sup>.

8. Le immagini successive, *rilevate in data 18 marzo 2014* a partire dall'*home page* del sito *internet* del professionista, offrono una sintesi delle modalità promozionali adottate da *Named* che esaltano le diverse presunte proprietà salutistiche attribuite al prodotto dal professionista.

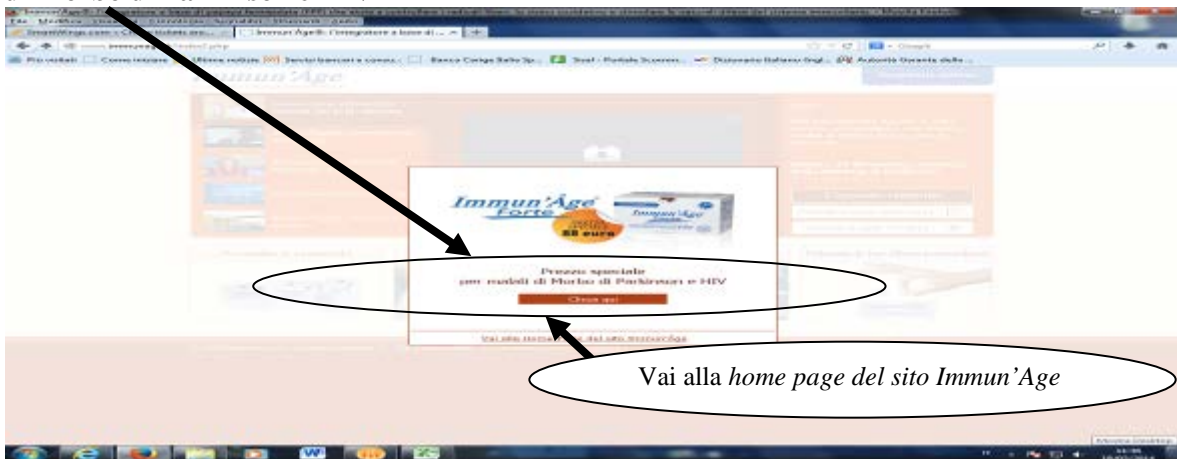
---

<sup>4</sup>Cfr. <http://www.immunage.it/immunage/pages/stress-ossidativo-patologie-correlate.php>: *Stress ossidativo: patologie correlate*: 1 - Stress ossidativo e radicali liberi; 2 - Stress psicofisico; 3 - Stanchezza cronica; 4 - Overtraining nello sport; 5 - Immunodepressione; 6 - Influenza e raffreddori; 7 - Vaccinazioni e stati di debilitazione; 8 - Invecchiamento cerebrale, difficoltà di memoria e concentrazione; 9 - Emicranie e cefalee; 10 - Eritemi solari, pelle e rughe; 11 - Prevenzione e invecchiamento; 12 - Parkinson e Alzheimer; 13 - Diabete; 14 - Epatiti e cirrosi; 15 - AIDS; 16 - Tumori e chemioterapia. Ognuno dei punti precedenti consente, tramite collegamento ipertestuale, di approdare ad una pagina *web* in cui si illustra la patologia ed il presunto beneficio arrecato da *Immun'Âge*. Cfr. verbale del 10 aprile 2014, di cui al doc. n. 1 dell'indice del fascicolo (vedi successiva Immagine n. 4).

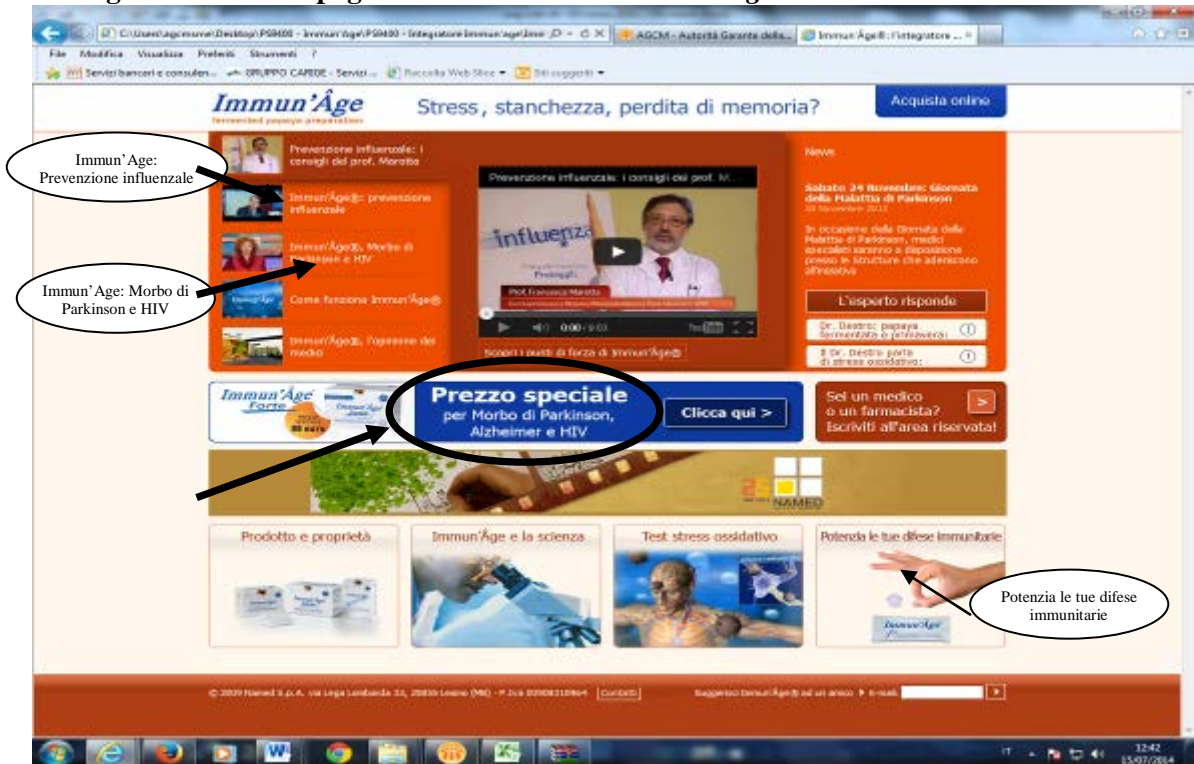
<sup>5</sup> E ancora, nella pagina di *Acquista on line*, <http://www.namedonline.it/ctlog.php?prd=imm.>, si ribadisce che "*Le numerose testimonianze positive che riceviamo quotidianamente ne confermano l'efficacia. Immun'Âge® non presenta controindicazioni, né interazioni con farmaci. Migliaia di medici lo consigliano!*"

<sup>6</sup> Cfr. verbale del 10 aprile 2014, di cui al doc. n. 1 dell'indice del fascicolo.

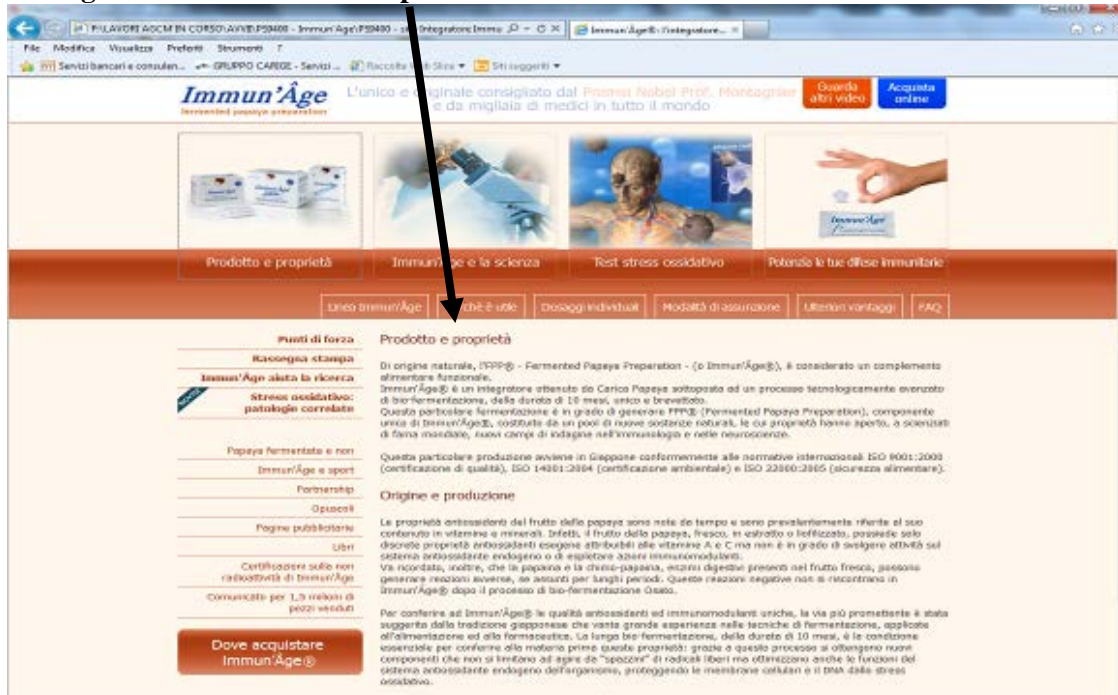
**Immagine n. 1 – home page del sito Internet [www.immunage.it](http://www.immunage.it) - Prezzo speciale per malati di Morbo di Parkinson e HIV**



**Immagine n. 2 – home page del sito internet [www.immunage.it](http://www.immunage.it)**

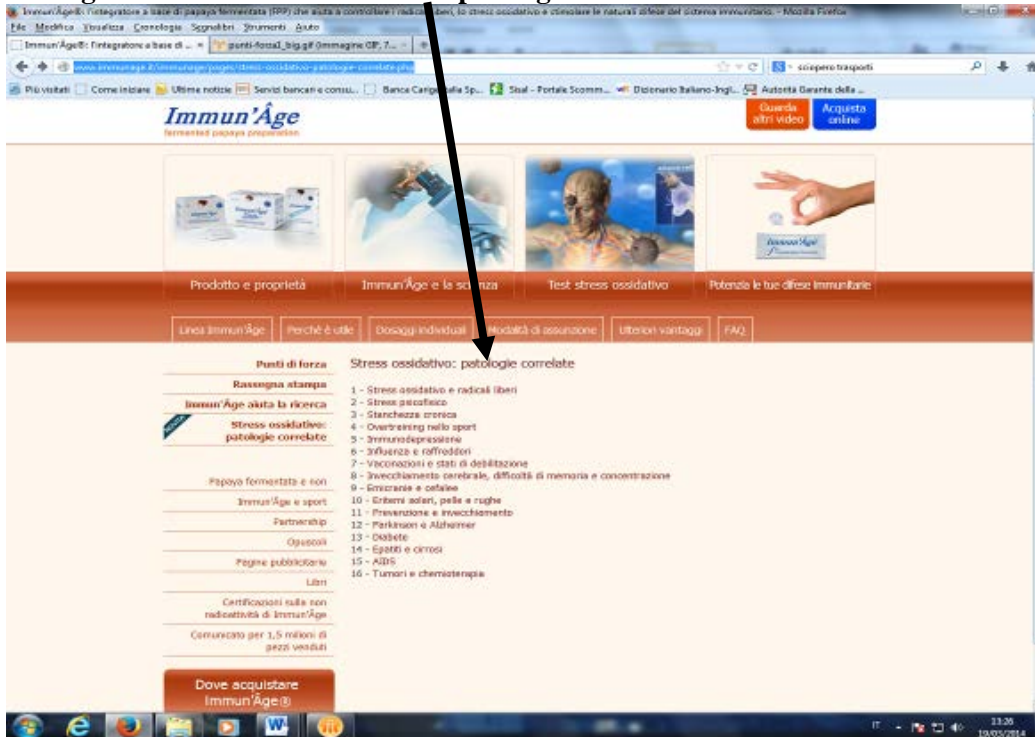


### Immagine n. 3 – Prodotto e Proprietà\*



\* In questa pagina può, tra l'altro, leggersi: *“Il frutto della papaya, fresco, in estratto o liofilizzato, possiede solo discrete proprietà antiossidanti esogene attribuibili alle vitamine A e C ma non è in grado di svolgere attività sul sistema antiossidante endogeno o di espletare azioni immunomodulanti. (...) Per conferire ad Immun'Age® le qualità antiossidanti ed immunomodulanti uniche, (...) La lunga bio-fermentazione, della durata di 10 mesi, è la condizione essenziale per conferire alla materia prima queste proprietà: grazie a questo processo si ottengono nuovi componenti che non si limitano ad agire da “spazzini” di radicali liberi ma ottimizzano anche le funzioni del sistema antiossidante endogeno dell'organismo, proteggendo le membrane cellulari e il DNA dallo stress ossidativo.* Cfr. DVD allegato al verbale di acquisizione agli atti, rif. doc. n. 1 di cui all'indice del fascicolo.

### Immagine n. 4 – Stress Ossidativo e patologie correlate\*



\* A titolo esemplificativo, cliccando sul link *Stress ossidativo e radicali liberi*, può leggersi quanto riportato, tra l'altro, a proposito de: *“I Benefici di Immun'Age® - (...). Gli ultimissimi studi condotti con FPP®, mostrano le nuove prospettive dell'integratore Immun'Age® nella nutrigenomica (scienza che studia come i nutrienti siano in grado di intervenire sul DNA per attivare quei geni, detti vitageni, che intervengono per impedire che nell'organismo insorgano alcune patologie). (...)”*.

9. Ancora, all'interno del sito è presente anche il facsimile di un opuscolo pubblicitario il quale esalta l'efficacia del prodotto *Immun'Âge* contro l'invecchiamento cutaneo riportando, tra l'altro, le seguenti affermazioni: “FPP® ...spazzino dei radicali liberi.... Contiene  $\beta$ -Glucani , sostanze con proprietà immunomodulanti documentate”; “.... potenzia le naturali capacità di difesa dell'organismo per neutralizzare il surplus di radicali liberi causati dai raggi UV”; “... aiuta a salvaguardare le fibre di collagene prevenendo la formazione di rughe, protegge le cellule contrastando i danni alla struttura cutanea provocati dallo stress ossidativo”<sup>7</sup>.

10. Infine, nelle pagine delle *FAQ (Frequently Asked Questions)*, si rileva che alla domanda: *Quali sono i campi di applicazione più recenti?* il professionista indica che “*Immun'Âge®* si è rivelato efficace per le seguenti patologie: *Morbo di Crohn: 2/3 bustine al giorno per due mesi; Morbo di Wegener: 2/3 bustine al giorno per due mesi; Infezioni di ogni tipo, da micosi, batteri o virus; nella fase acuta: 3 bustine al giorno per una settimana, poi una bustina per un mese. Prevenzione anti-influenzale: 1 bustina al giorno*”. Inoltre, sempre nelle pagine dedicate alle *FAQ*, può leggersi: *Sono sieropositivo... Non ci sono controindicazioni nell'utilizzo di Immun'Âge® nei sieropositivi. Il Professor Montagnier ha infatti recentemente rivelato che "in sei mesi di trattamento in Costa d'Avorio Immun'Âge ha prodotto effetti sul sistema immunitario dei pazienti sieropositivi, che sono continuati dopo l'interruzione del trattamento". Si consiglia l'assunzione di 3 bustine al giorno per 3 mesi, per poi valutare gli effetti sulle difese immunitarie alla fine del trattamento*<sup>8</sup>.

11. I messaggi diffusi a mezzo spot TV negli anni dal 2010 al 2013, si compongono di immagini e di una voce fuori campo che esaltano le presunte proprietà anti influenzali dell'integratore. La versione da 15 secondi<sup>9</sup>, infatti, testualmente recita: “*Influenza, prima che ti metta KO, proteggiti, con Immun'Âge! Immun'Âge aiuta a contrastare gli attacchi virali e a mantenersi efficienti e attivi giorno dopo giorno! Immun'Âge ti protegge! Scientificamente dimostrato! In farmacia* (vedi successiva immagine n. 5).

---

<sup>7</sup> Cfr. verbale del 10 aprile 2014, di cui al doc. n. 1 dell'indice del fascicolo.

<sup>8</sup> Cfr. verbale del 10 aprile 2014, di cui al doc. n. 1 dell'indice del fascicolo.

<sup>9</sup> Gli *spot TV* risultano diffusi anche in una versione da 10 secondi che recita testualmente quanto segue: “*Attacchi virali! Proteggiti con Immun'Âge! Supplemento di forza per il tuo sistema immunitario. Scopri in farmacia il mese delle difese immunitarie. Immun'Âge: e non ti fermi mai!*”

Immagine n. 5 – Fotogramma dello spot TV canale 100 Sky TG 24



12. Il professionista, a partire dall'anno 2007 (e fino al 2013) ha diffuso anche differenti spot radiofonici<sup>10</sup> della durata di 20 secondi su numerose emittenti e messaggi stampa nei quali viene sostanzialmente veicolato e ribadito, tra l'altro, il messaggio circa l'effetto di "protezione dall'influenza, rinforzo del sistema immunitario, contrasto agli attacchi virali" che deterrebbe l'integratore alimentare *Immun'Age* oltre al vanto circa la capacità del prodotto di contribuire al *mantenimento della giovinezza, a combattere lo stress psicofisico, la perdita di memoria e la stanchezza cronica*. Di seguito, a titolo esemplificativo, si riportano alcune pagine pubblicitarie della campagna *Immun'Age* rilevata nel sito *Internet* [www.immunage.it](http://www.immunage.it) in data 18 marzo 2014 – sezione Pagine pubblicitarie (vedi successive Immagini. nn. 6 e 7).

<sup>10</sup> Di seguito, si riportano i testi dei diversi *spot* radiofonici acquisiti agli atti del procedimento, in cui due voci fuori campo (Uomo e Donna) si alternano: **1) D** Io, sono protetta! **U** Io, sono protetto! **D** Noi, siamo immuno protetti dall'influenza! **U** con *Immun'Age*! **D** *Immun'Age* rinforza il sistema immunitario e contrasta gli attacchi virali, **U** mantenendoci efficienti ed attivi. **D** *Immun'Age* è scientificamente dimostrato! **U** Prima che l'influenza ti metta KO, **D** *Immun'Age* ti protegge! **U** in farmacia!" **2) U** Lo sai che i radicali liberi danneggiano il DNA? E si invecchia prima. **D** E allora? **U** E allora *Immun'Age*! L'unica vera papaya fermentata anti ossidante. *Immun'Age* protegge il DNA e contrasta l'invecchiamento. **D** Davvero? E combatte stress e stanchezza? **U** Certo! e poi *Immun'Age* è l'unico scientificamente dimostrato. **D** Volo in farmacia! **3) D** Scrivi i promemoria e li dimentichi? **U** Fai fatica a concentrarti? **D** Gli impegni quotidiani ti mettono KO? **D** È' il momento di *Immun'Age*! Che ti aiuta a superare scarsa concentrazione, stress psicofisico e stanchezza cronica. *Immun'Age*, l'unico a base di papaya bio fermentata per mente e corpo più efficienti. Validato da studi clinici internazionali. Da *Named*, in farmacia. **4) D** Perdi il filo del discorso? **U** La passeggiata col cane ti sembra una maratona? **D** Non ricordi dove hai parcheggiato? **U** È' il momento di *Immun'Age*! Che ti aiuta a superare scarsa concentrazione, stress psicofisico e stanchezza cronica. *Immun'Age*, l'unico a base di papaya bio fermentata per mente e corpo più efficienti. Validato da studi clinici internazionali. Da *Named*, in farmacia. **5) U** Semplice accendere la radio tutte le mattine. Come è semplice mantenersi ogni giorno attivi ed efficienti con *Immun'Age*. L'unica vera papaya bio fermentata. *Immun'Age* protegge le cellule da invecchiamento, stress e stanchezza. *Immun'Age*! Per mantenersi giovani basta tanto così. È scientificamente dimostrata, In farmacia. Semplice! **6) D** L'inverno fa paura? Rinforza le difese del tuo organismo con *Immun'Age*. *Immun'Age* la papaya fermentata giapponese che aumenta le difese immunitarie. Scientificamente dimostrato. Chiedi al tuo specialista o in farmacia. Per un campione gratuito, chiama *Named*. 800 (...).*Immun'Age*! E l'inverno non fa più paura.

Immagine n. 6

VACCINAZIONE?

La miglior difesa dai virus è un *attacco combinato.*

**Immun'Age FLU**  
Supplemento immunostimolante coadiuvante al trattamento vaccinale.

3 bustine al giorno per 3 giorni

Immun'Age FLU è il nuovo immunostimolante naturale a elevato dosaggio. Immun'Age FLU, 100% Papaya Bio-fermentata, favorisce una migliore risposta immunitaria e una più completa protezione virale. Immun'Age FLU è oggi disponibile in Farmacia.

Immun'Age FLU. Più protezione, meno rischi.

800-203478

Immagine n. 7

Per mantenersi giovani basta tanto così.

**Immun'Age**  
F<sup>100%</sup> Fermented Papaya Preparation

Supplemento di vitalità per le tue cellule.

Il primo passo per mantenersi ogni giorno attivi ed efficienti è proteggere efficacemente le cellule. Per questo si è creato Immun'Age, 100% Papaya Bio-fermentata, che stimola il sistema immunitario e combatte lo stress ossidativo, una delle cause dell'invecchiamento cellulare.

Immun'Age, grazie al processo produttivo giapponese brevettato, mantiene la stessa struttura, la potenza di azione e la sicurezza originale.

*Immun'Age è nato in Farmacia.*

- 1) Papaya Bio-fermentata
- 2) Polifenoli
- 3) Polifenoli
- 4) Polifenoli
- 5) Polifenoli
- 6) Polifenoli
- 7) Polifenoli
- 8) Polifenoli

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) L'iter del procedimento

13. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 14 aprile 2014 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9400, per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), 22 e 23, lettera s), del Codice del Consumo<sup>11</sup>.

14. In data 2 maggio 2014 è pervenuta una memoria difensiva del professionista, integrata il successivo 5 maggio con la documentazione

<sup>11</sup> Cfr. doc. n. 2 di cui all'indice del fascicolo.



allegata, contenente anche la risposta alle informazioni richieste nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio<sup>12</sup>.

**15.** In data 9 giugno 2014 è stata avanzata al professionista una richiesta di informazioni - ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4 del Codice del Consumo, e dell'articolo 12, comma 1, del *Regolamento*, alla quale il professionista ha risposto il successivo 13 giugno<sup>13</sup>.

**16.** In data 9 luglio 2014 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del *Regolamento*, fissata al 24 luglio 2014<sup>14</sup>.

**17.** Il 14 luglio 2014 il professionista ha depositato una propria memoria conclusiva<sup>15</sup>.

**18.** Il 25 luglio 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, successivamente pervenuto in data 7 agosto 2014<sup>16</sup>.

## **2) *Le evidenze acquisite***

### **a) *Confezione e caratteristiche del prodotto. La notifica al Ministero della Salute***

**19.** *Immun'Age* è un integratore alimentare composto da *FPP® 100%* (Fermented Papaya Preparation®), ottenuto dalla bio-fermentazione da Carica Papaya per 8/10 mesi, partendo da frutti acerbi non OGM, mediante processi biotecnologici. La Carica Papaya (Papaya), è una pianta della famiglia delle Caricacee, originarie del Centro America e diffuse nelle zone tropicali.

**20.** *Immun'Age* non contiene zuccheri aggiunti, coloranti, conservanti e additivi chimici, glutine. Le indicazioni sulle modalità d'uso prevedono l'utilizzo di "Una bustina al giorno da sciogliere direttamente sotto la lingua lontano dai pasti. Per facilitare l'assorbimento di *Immun'Age* si consiglia di non assumere cibo e bevande per 5 minuti dopo l'assunzione dello stesso".

**21.** Il professionista, in corso d'istruttoria, ha depositato documentazione dalla quale risulta la notifica dell'etichetta dell'integratore *Immun'Age* al Ministero della Salute al momento della sua prima commercializzazione nella versione da 30 bustine (marzo 2003) e, successivamente, da 60 bustine

---

<sup>12</sup> Cfr. docc. nn. 3, 4 e 5 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>13</sup> Cfr. docc. nn. 7 e 8 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 9 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 10 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>16</sup> Cfr. docc. nn. 11 e 12 di cui all'indice del fascicolo.

(a partire da ottobre 2005).

22. Dai documenti acquisiti agli atti si rileva come il citato Ministero, a partire dall'anno 2003, abbia richiesto al professionista tutta una serie di informazioni e integrazioni documentali sulla composizione del prodotto, sul tenore ed il metodo di fermentazione della papaya, nonché sul relativo obiettivo nutrizionale, arrivando a richiedere, nel mese di dicembre 2013, di modificare la confezione del prodotto in conformità al Reg. UE 432/2012, in particolare alcune diciture presenti sull'etichetta relativamente alle seguenti indicazioni salutistiche: *“Protegge dall'invecchiamento cellulare e dai danni da stress ossidativo”*<sup>17</sup>; Il Ministero ha richiesto, altresì, a *Named* di assicurare la conformità del prodotto a tutte le disposizioni normative vigenti in materia di sicurezza alimentare, etichettatura e claims, ove applicabili.

23. Dal mese di gennaio del corrente anno, *Named*, in ossequio alle indicazioni ministeriali, ha adeguato l'etichetta del prodotto sostituendo le precedenti diciture con la scritta: *“Antiossidante; coadiuva le naturali difese dell'organismo”*.

24. Le avvertenze apposte sulla confezione raccomandano di non superare la dose giornaliera consigliata, di tenere il prodotto fuori dalla portata dei bambini sotto i 3 anni, precisando che *“Gli integratori non vanno intesi quali sostituti di una dieta variata, equilibrata e di un sano stile di vita”*.

#### b) Ampiezza e durata della campagna pubblicitaria

25. La campagna pubblicitaria dell'integratore alimentare *Immun'Age* si è sviluppata, a partire dall'anno 2007 e fino al mese di luglio 2014, attraverso un'articolata programmazione che ha riguardato una pluralità di mezzi comportando un investimento complessivo di oltre [omissis]\* euro.

26. Per quanto riguarda il sito internet [www.immunage.it](http://www.immunage.it), il professionista ha dichiarato che esso è *on line* nell'attuale versione dal mese di febbraio 2008<sup>18</sup> mentre, relativamente alla pagina dedicata al prodotto sul sito [www.namedonline.it](http://www.namedonline.it), questa è *on line* dal mese di febbraio 2010; su detta pagina, alla quale si giunge anche attraverso il collegamento ipertestuale *Acquista on line* posto nelle pagine web del sito [www.immunage.it](http://www.immunage.it), è possibile effettuare direttamente l'acquisto del prodotto (vedi successiva

---

<sup>17</sup> Cfr. allegato 1 (file pdf nn. 12 e 13) al doc. n. 8 di cui all'indice del fascicolo.

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

<sup>18</sup> La struttura è rimasta più o meno inalterata nel tempo con qualche miglioria/aggiunta.

Immagine n.8).

Immagine n. 8 – pagina di acquisto del prodotto [www.namedonline.it](http://www.namedonline.it)



27. Gli spot TV sono stati diffusi sulle principali emittenti televisive nazionali, sia generaliste che satellitari, negli anni e per il numero di settimane riportati nella seguente Tabella n.1.

Tab. n.1

	2010	2011	2012	2013
TV	n. settimane	n. settimane	n. settimane	n. settimane
Rai	[omissis]			
Mediaset	[omissis]			
Canale 5		[omissis]		[omissis]
Italia 1		[omissis]		
Rete 4		[omissis]		
La 7	[omissis]	[omissis]	[omissis]	
Studio 1 TV	[omissis]			
Sky			[omissis]	[omissis]
Digitalia			[omissis]	
Real Time				[omissis]

28. Per quanto riguarda la campagna pubblicitaria a mezzo stampa, sono stati veicolati su diverse decine di testate giornalistiche, quotidiani e riviste a diffusione nazionale<sup>19</sup>, a partire dall'anno 2007 e fino al luglio 2014, molteplici messaggi pubblicitari di contenuto analogo a quelli descritti al precedente punto II, concernenti comunicazioni dedicate alle singole specifiche azioni di presunta efficacia del prodotto (contrasto agli attacchi virali, stress, stanchezza, radicali liberi, ecc.), per un totale, secondo quanto dichiarato dal professionista, di n. [omissis] pagine pubblicate.

29. Infine, la programmazione radiofonica è stata così distribuita (vedi

<sup>19</sup> Cfr. allegato n. 19 al doc. n.4 di cui all'indice del fascicolo.

successiva Tabella n.2).

**Tab. n.2**

	<b>2007</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>RADIO</b>	<i>n. settimane</i>	<i>n. settimane</i>	<i>n. settimane</i>	<i>n. settimane</i>
<i>Montecarlo</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>101</i>	[omissis]	[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Italia</i>	[omissis]		[omissis]	[omissis]
<i>Radio 24</i>	[omissis]	[omissis]		
<i>DJ</i>		[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>Capital</i>		[omissis]	[omissis]	[omissis]
<i>CNR</i>		[omissis]		
<i>RAI</i>		[omissis]		
<i>RDS</i>		[omissis]	[omissis]	[omissis]

*c) Vendite del prodotto*

**30.** Con riferimento alle vendite del prodotto, dai dati forniti dal professionista risulta che il numero delle confezioni vendute e il relativo fatturato è quello riportato nella successiva Tabella n.3 e riferito al periodo 2011 – marzo 2014<sup>20</sup>.

**Tab. n.3**

<b>IMMUNAGE 30 BUSTE</b>		<b>IMMUNAGE 60 BUSTE</b>	
<b>NUMERO CONFEZIONI</b>		<b>NUMERO CONFEZIONI</b>	
anno 2011	[omissis]	anno 2011	[omissis]
anno 2012	[omissis]	anno 2012	[omissis]
anno 2013	[omissis]	anno 2013	[omissis]
anno 2014-marzo	[omissis]	anno 2014-marzo	[omissis]
<b>FATTURATO</b>		<b>FATTURATO</b>	
anno 2011	[omissis] €	anno 2011	[omissis] €
anno 2012	[omissis] €	anno 2012	[omissis] €
anno 2013	[omissis] €	anno 2013	[omissis] €
anno 2014-marzo	[omissis] €	anno 2014-marzo	[omissis] €

**31.** Il professionista ha dichiarato, allegando specifica documentazione, che parte del ricavato derivante dalla vendita del prodotto viene devoluto a sostegno della ricerca<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> Cfr. allegato n. 12 al doc. n.4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>21</sup> In particolare a: Fondazione Mondiale Ricerca e Prevenzione AIDS; Fondazione Grigioni per il Morbo di Parkinson; Associazione Italiana Malattia di Alzheimer; Fondazione Il Buon Samaritano - Pontificio Consiglio per gli Operatori Sanitari; Città del Vaticano.

d) Breve sintesi della normativa sull'etichettatura e sulle indicazioni salutistiche per i prodotti alimentari. I pareri dell'EFSA sugli elementi che compongono Immun'Age (Papaya). Il Decreto del Ministro della Salute del 9 luglio 2012

**32.** Come noto, il Regolamento 20 dicembre 2006, n. 1924/2006/CE<sup>22</sup> disciplina le indicazioni nutrizionali e sulla salute che vengono utilizzate nell'etichettatura e pubblicità dei prodotti e degli integratori alimentari, anche al fine di evitare che esse risultino fuorvianti per il consumatore medio inducendolo a scelte alimentari ingiustificate sul piano scientifico (considerando 16). Nella menzionata normativa si prevede una articolata procedura di autorizzazione di tali indicazioni da parte della Commissione Europea la quale si avvale della collaborazione dell'EFSA (European Food Safety Authority)<sup>23</sup> al fine di assicurare una valutazione scientifica del più alto livello possibile e armonizzata tra gli stati membri<sup>24</sup>.

**33.** Sulla base dei pareri EFSA, la Commissione Europea con il Regolamento 432/2012 del 16 maggio 2012<sup>25</sup> ha autorizzato 222 indicazioni nutrizionali consentite sui prodotti alimentari, diverse da quelle facenti riferimento alla riduzione dei rischi di malattia e allo sviluppo e alla salute dei bambini.

**34.** All'indomani dell'entrata in vigore del Reg. 432, infine, è stato reso pubblico (17 maggio 2012) il "*EU Register of nutrition and health claim*" previsto dall'articolo 20 del Regolamento CE 1924/2006, che contiene, tra l'altro, oltre alle indicazioni sulla salute autorizzate e le relative condizioni di applicazione, anche l'elenco delle indicazioni sulla salute respinte ed il motivo del rigetto.

---

<sup>22</sup> REGOLAMENTO (CE) N. 1924/2006 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 20 dicembre 2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, pubblicato in GU L 404, in data 30 dicembre 2006.

<sup>23</sup> L'articolo 13, comma 2, del Regolamento (CE) n. 1924/2006 ha previsto l'obbligo per gli Stati membri di fornire, entro il 31 gennaio 2008, gli elenchi delle indicazioni sulla salute che descrivono o fanno riferimento – tra altri – al ruolo di una sostanza nutritiva o di altro tipo per la crescita, lo sviluppo e le funzioni dell'organismo, corredati delle relative condizioni applicabili e dei riferimenti alla fondatezza scientifica pertinente. La norma ha prescritto, altresì, che - entro il 31 gennaio 2010 - la Commissione avrebbe adottato ufficialmente, in base alla procedura di cui all'articolo 25, paragrafo 2, tale elenco comunitario previa consultazione dell'EFSA. L'articolo 17 del Regolamento (CE) n. 1924/2006 ha disposto, infine, che in esito all'autorizzazione rilasciata dalla Commissione, *le indicazioni sulla salute incluse negli elenchi di cui agli artt. 13 e 14 possono essere utilizzate in osservanza delle condizioni ad esse applicabili da qualsiasi operatore del settore alimentare.*

<sup>24</sup> Cfr. considerando 23 e articolo 4 del Regolamento CE 1924/2006.

<sup>25</sup> REGOLAMENTO (UE) N. 432/2012 DELLA COMMISSIONE relativo alla compilazione di un elenco di indicazioni sulla salute consentite sui prodotti alimentari, diverse da quelle facenti riferimento alla riduzione dei rischi di malattia e allo sviluppo e alla salute dei bambini, pubblicato in GU, L 136/1, in data 25 maggio 2012.

35. In questa sede rileva che l'autorizzazione prevista dall'invocato Reg. n. 432/2012 non opera per i *claim* afferenti ai c.d. "*botanicals*", ossia le indicazioni attribuibili ad alimenti ed integratori composti da sostanze vegetali e preparati vegetali, per i quali la complessità delle richieste da parte dell'EFSA sulla documentazione scientifica, non ha, ad oggi, permesso la definizione di un elenco di *claim* autorizzati e che pertanto, allo stato, risultano *pending*<sup>26</sup>.

36. Nondimeno, su alcuni dei vanti di efficacia attribuiti alla sostanza, appartenente alla categoria dei *botanicals*, che compone l'integratore alimentare *Immun'Age (Papaya)*, utilizzati dal professionista nei messaggi pubblicitari oggetto di contestazione - in particolare quelli concernenti le presunte proprietà di *attività* antiossidante, protezione dai radicali liberi e dai danni da *stress* ossidativo, l'EFSA si è comunque espressa in via negativa nell'anno 2011<sup>27</sup>.

<sup>26</sup> Cfr. Considerando n. 11 del Regolamento UE 432/2012: "*Le indicazioni la cui valutazione da parte dell'Autorità o il cui esame da parte della Commissione non sono stati ancora completati saranno pubblicate sul sito della Commissione e possono continuare a essere utilizzate a norma delle disposizioni di cui all'articolo 28, paragrafi 5 e 6, del regolamento (CE) n. 1924/2006*".

**Tab. n.4**

SOSTANZA	Sintesi messaggi Named in contestazione	[FONTE: "EU Register of nutrition and health claim"] <a href="http://ec.europa.eu/nuhclaims/?event=search&amp;CFID=1182448&amp;CFTOKEN=7a0f3addb0366967-44C9E642-E117-838F-33049C461A7CF004&amp;jsessionid=92124ce0c4905844ab512691c27676e4144eTR">http://ec.europa.eu/nuhclaims/?event=search&amp;CFID=1182448&amp;CFTOKEN=7a0f3addb0366967-44C9E642-E117-838F-33049C461A7CF004&amp;jsessionid=92124ce0c4905844ab512691c27676e4144eTR</a> <b>PRINCIPALI CLAIM NON ASSENTITI EFSA</b> - Assenza di evidenza scientifica - EFSA Journal - Anno parere
CARICA PAPAYA (Common Name : PAPAYA)	Contrasta i radicali liberi / "Protegge dall'invecchiamento cellulare e dai danni da stress ossidativo"	Contains antioxidant/s; Is a source of antioxidant/s. With antioxidant/s. Antioxidant activity '- Contributes to the protection against oxidation; - contributes to the protection against free radicals. ID 2007* - [EFSA Journal 2011;9(4):2083] -

\* Si riporta quanto indicato nella SCIENTIFIC OPINION [EFSA Journal 2011;9(4):2083]: 1.6. *Carica papaya L. (ID 2007)* - The food that is the subject of the claim is *Carica papaya L.* related to the following claimed effect: —antioxidant activityll. *Carica papaya L.* is a tropical tree-like plant which is cultivated for food use, mainly for its fruits which can be consumed either mature or green. Papain, a proteolytic enzyme, is produced from the green papaya fruit. The proposed conditions of use for this claim refer to fermented fruits as well as papain as the food/food constituent which is the subject of the claim. The references provided were related to different fermented papaya preparations, papaya juice and papain. In the one human intervention study provided from which conclusions could be drawn for the scientific substantiation of the claimed effect (Marotta et al., 2006), a fermented papaya preparation was used; the composition or nature of this preparation was not reported. The Panel notes that from the information provided in the consolidated list and the references cited it is unclear to which specific preparation of *Carica papaya L.* the claim refers. The Panel considers that the food, *Carica papaya L.*, which is the subject of the claim, is not sufficiently characterised in relation to the claimed effect considered in this section. The Panel concludes that a cause and effect relationship cannot be established between the consumption of *Carica papaya L.* and the claimed effect considered in this section.<sup>28</sup> A completamento del descritto quadro normativo si rammenta che la Direttiva 2004/24/CE del Parlamento e del Consiglio del 31 marzo 2004, all'art. 1, primo comma, definisce sostanze vegetali: "*tutte le piante, le parti di piante, le alghe, i funghi e i licheni, interi, a pezzi o tagliati, in forma non trattata, di solito essiccata, ma talvolta anche allo stato fresco. Sono altresì considerati sostanze vegetali taluni essudati non sottoposti ad un trattamento specifico. Le sostanze vegetali sono definite in modo preciso in base alla parte di pianta utilizzata e alla denominazione botanica secondo la denominazione binomiale (genere, specie, varietà e autore)*". Il medesimo articolo fornisce anche la definizione di preparati vegetali: "*i preparati ottenuti sottoponendo le sostanze vegetali a trattamenti quali estrazione, distillazione, spremitura, frazionamento, purificazione, concentrazione o fermentazione. In tale definizione rientrano anche sostanze vegetali triturate o polverizzate, tinture, estratti, oli essenziali, succhi ottenuti per spremitura ed essudati lavorati*". Tali definizioni sono peraltro richiamate dallo stesso Ministero della Salute nelle "*Linee guida sulla documentazione a supporto dell'impiego di sostanze e*

37. In attesa della definizione a livello comunitario della valutazione dei *claim botanicals pending* impiegabili nella comunicazione commerciale, il Ministero della Salute ha comunque pubblicato il Decreto del 9 luglio 2012, recante “*Disciplina dell’impiego negli integratori alimentari di sostanze e preparati vegetali*” il cui allegato ripropone le “*Linee Guida ministeriali di Riferimento per gli effetti fisiologici*” con le indicazioni ad oggi transitoriamente autorizzate per gli alimenti ed integratori che apportano – tramite una specifica parte della pianta – sostanze e preparati vegetali.<sup>28</sup>

38. In particolare, con riferimento alla Carica Papaya, le indicazioni ministeriali circa gli effetti fisiologici che è lecito indicare nella pubblicità, sulla confezione del prodotto, ecc. sono i seguenti:

**Tab. n.5\***

<b>NOME BOTANICO</b>	<b>PARTE UTILIZZATA</b>	<b>EFFETTI FISIOLGICI</b>
<b>CARICA PAPAYA L.</b>	<b>FOLIUM, FRUCTUS, SEMEN</b>	<b>FRUCTUS: NATURALI DIFESE DELL'ORGANISMO. ANTIOSSIDANTE FUNZIONE DIGESTIVA</b>

\* Un estratto dell’allegato al Decreto del Ministro della Salute del 9 luglio 2012 è stato prodotto anche dal professionista (Cfr. Allegato al doc. n. 4 di cui all’indice del fascicolo) quale documentazione a supporto per l'utilizzo dei claims salutistici in esame.

39. Peraltro, come risulta dalla corrispondenza diretta intercorsa tra il Ministero della Salute e il professionista agli atti del fascicolo<sup>29</sup>, *Named* è stata invitata, nel dicembre 2013, ad eliminare dall’etichetta del prodotto

---

*preparati vegetali (botanicals) negli integratori alimentari di cui al DM 9 luglio 2012*” pubblicate al fine di indicare ai professionisti del settore il corretto impiego delle sostanze vegetali negli integratori (parti di pianta da impiegare per ottenere l’effetto fisiologico, controindicazioni, ecc.).

<sup>28</sup> A completamento del descritto quadro normativo si rammenta che la Direttiva 2004/24/CE del Parlamento e del Consiglio del 31 marzo 2004, all’art. 1, primo comma, definisce sostanze vegetali: “*tutte le piante, le parti di piante, le alghe, i funghi e i licheni, interi, a pezzi o tagliati, in forma non trattata, di solito essiccata, ma talvolta anche allo stato fresco. Sono altresì considerati sostanze vegetali taluni essudati non sottoposti ad un trattamento specifico. Le sostanze vegetali sono definite in modo preciso in base alla parte di pianta utilizzata e alla denominazione botanica secondo la denominazione binomiale (genere, specie, varietà e autore)*”. Il medesimo articolo fornisce anche la definizione di preparati vegetali: “*i preparati ottenuti sottoponendo le sostanze vegetali a trattamenti quali estrazione, distillazione, spremitura, frazionamento, purificazione, concentrazione o fermentazione. In tale definizione rientrano anche sostanze vegetali triturate o polverizzate, tinture, estratti, oli essenziali, succhi ottenuti per spremitura ed essudati lavorati*”. Tali definizioni sono peraltro richiamate dallo stesso Ministero della Salute nelle “*Linee guida sulla documentazione a supporto dell’impiego di sostanze e preparati vegetali (botanicals) negli integratori alimentari di cui al DM 9 luglio 2012*” pubblicate al fine di indicare ai professionisti del settore il corretto impiego delle sostanze vegetali negli integratori (parti di pianta da impiegare per ottenere l’effetto fisiologico, controindicazioni, ecc.).

<sup>29</sup> Cfr. anche precedente numero III, punto 2, lettera a).

*Immun'Age* le indicazioni salutistiche “*Protegge dall'invecchiamento cellulare e dai danni da stress ossidativo*” di cui alla precedente Tab. 4, riportate sull'etichetta stessa almeno a far data dal settembre 2008<sup>30</sup>.

**40.** Infine, dalle risultanze istruttorie non è emerso che *Named* abbia attivato specifiche richieste di autorizzazione all'EFSA relativamente a tutti gli ulteriori *claim* salutistici utilizzati nella proprie comunicazioni pubblicitarie (antinfluenzale per contrastare gli attacchi virali; prodotto capace di favorire la concentrazione, combattere lo *stress* e la stanchezza; coadiuvante per il trattamento di patologie importanti quali il Parkinson, l'Alzheimer, l'AIDS, il tumore, il diabete, ecc.)<sup>31</sup>.

*e) Documentazione acquisita sulle caratteristiche di Immun'Age*

**41.** A sostegno della veridicità delle asserzioni contenute nei *claim* salutistici in esame, il professionista ha prodotto taluna letteratura scientifica in parte reperibile anche nel sito *internet* [www.immunage.it](http://www.immunage.it)<sup>32</sup> ritenendo che da questa si possano evincere le proprietà salutistiche, antiossidanti ed immunomodulanti della Papaya, esaltate dai processi di bio-fermentazione implementati secondo particolari tecniche giapponesi<sup>33</sup>.

**42.** *Named* ha allegato alle proprie memorie anche numerosi articoli di stampa (risalenti a partire dall'anno 2003) a dimostrazione delle *numerose proprietà benefiche nel promuovere la salute e ridurre il rischio di malattie cardiovascolari, cardiache, diabete e molto di più* possedute dal frutto esotico, in particolare il suo effetto di prevenzione contro l'influenza<sup>34</sup>.

**43.** Inoltre, *Named* ha fornito, su supporto informatico, taluni materiali riservati alla classe medica e numerosi articoli di natura scientifica raccolti in

---

<sup>30</sup> Cfr. allegato file pdf. n. 9 al doc. n. 8 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>31</sup> Cfr. precedente numero II, punto 4.

<sup>32</sup> Cfr. allegato n. 21 Studi\_Clinici al doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo. Molta documentazione prodotta agli atti proviene dalla Osato Research Institute. Osato è la casa produttrice di *Immun'Age*. *Named* ha prodotto, tra gli altri, un articolo del *Journal of Medicinal Plants Studies* dal titolo: “*Traditional and medicinal uses of Carica Papaya, Anno 2013, Volume 1*” e il documento dal titolo “*Un approccio nutrizionale all'invecchiamento*” (Gennaio 2003) dell'Osato Research Institute in cui vengono evidenziate le Azioni di *Immun'Age*. In particolare, *l'azione principale consiste nella sua capacità fisiologica di ripristinare le funzioni cellulari normali in tutto l'organismo, migliorando le difese immunitarie e rinforzando contemporaneamente il sistema anti-ossidante e il sistema immunitario*. Il professionista ha depositato anche un documento relativo ad una Tavola Rotonda in cui ha partecipato il prof. Luc Montagnier, Premio Nobel per la Medicina 2008, riportante le proprietà della *Carica Papaya*, nonché l'abstract di uno studio che evidenzia gli effetti sulla salute derivanti dall'integrazione di frutta e verdura.

<sup>33</sup> In proposito *Named* ha allegato le certificazioni di qualità ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, FSSC 22000. Cfr. Allegato n. 2 al doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>34</sup> *Named* ha depositato articoli apparsi su quotidiani e/o rispettivi inserti (*La Repubblica*, *Il Giornale*, *Corriere della Sera*, ecc.), nonché riviste periodiche (*Chi*). Cfr. Allegati n. 6 e 7 al doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo.



una pubblicazione dove si sostengono le tesi sulle qualità di *FPP/Carica Papaya*, commercialmente conosciuta come *Immun'Age*<sup>35</sup>.

44. Infine, il professionista ha allegato copia delle locandine/programmi di tutti i convegni tenutisi dal 2004 ad oggi, relativi alla prevenzione dello *stress* ossidativo nelle patologie neurodegenerative e nei *deficit* immunitari, al sistema immunitario, nutraceutici e antiossidanti, al ruolo della nutrizione nella neurodegenerazione<sup>36</sup>.

### 3) *Le argomentazioni difensive del professionista*

45. Secondo il professionista, *Immun'Age* è un integratore alimentare studiato per migliorare le difese dell'organismo contro lo squilibrio ossidanti/antiossidanti causato dall'inquinamento ambientale e dalla mancanza di un apporto di alimenti antiossidanti<sup>37</sup>. La lunga controllata biofermentazione permette di conservare le caratteristiche antiossidanti del frutto e di esaltarne le caratteristiche immunomodulanti. Esso migliora le difese dell'organismo, non ha effetti secondari e non è tossico alle dosi consigliate.<sup>38</sup>

46. *Named* ha reso noto come il Prof. Luc Montagnier sia stato tra i primi a dimostrare le proprietà della Carica Papaya nel mondo scientifico, evidenziando numerosi articoli di stampa - riportanti sue interviste già a partire dall'anno 2003 - in cui si spiegavano le qualità della papaya biofermentata<sup>39</sup>.

47. Secondo il professionista, dal momento che sia la stampa nazionale che internazionale, specializzata e non, si è interessata alle proprietà salutistiche della Carica Papaya, ciò dimostrerebbe che essa è divenuta di uso comune

---

<sup>35</sup> Cfr. Allegati n. 8 e 9 al doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>36</sup> Cfr. file pdf n. 20 all'allegato n. 4 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>37</sup> Secondo quanto riportato nel foglietto illustrativo del prodotto notificato dal professionista al Ministero della Salute nell'anno 2003. Cfr. allegato 1 (file pdf n. 7) al doc. n. 8 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>38</sup> In PubMed, database bibliografico contenente letteratura scientifica con oltre 18 milioni di riferimenti bibliografici derivanti da circa 5300 periodici biomedici indicizzati, si possono evincere numerosi studi scientifici, sia in vivo che in vitro, sulle proprietà salutistiche, antiossidanti ed immunomodulanti della Papaya.

<sup>39</sup> Si riportano, a titolo esemplificativo, alcuni dei titoli di articoli di stampa citati dal professionista nelle sue memorie del prof. Montagnier: 1) anno 2003 "CORRIERE DELLA SERA" articolo sulla sindrome respiratoria acuta severa dal titolo "*Per una cura ci vorranno anni. La papaya potrebbe difenderci*"; 2) anno 2009, "CORRIERE DELLA SERA" articolo su influenza e vaccini "*Prevenzione con la papaya*"; 3) anno 2010 "LA REPUBBLICA" intervista Prof. Montagnier, nella quale si afferma che l'unico modo per proteggersi dai virus influenzali è assumere papaya bio-fermentata; 4) anno 2013, "LA STAMPA" - articolo nell'inserito "Salute" dal titolo: "*PAPAYA, il dolce frutto che combatte le malattie*", con il seguente sottotitolo: "*Il frutto esotico è stato trovato possedere numerose proprietà benefiche nel promuovere la salute e ridurre il rischio di malattie cardiovascolari, cardiache, diabete e molto di più*". Il giornale richiama uno studio condotto dall'Università pachistana di Karachi, a firma di due studiosi locali.

nella cultura salutistica della popolazione italiana<sup>40</sup>.

**48.** Inoltre, nei materiali riservati alla classe medica, si dimostra che il prodotto in esame contiene sostanze naturali, in grado di fungere da coadiuvante nelle varie patologie descritte e riportate nei messaggi pubblicitari oggetto del presente provvedimento.

A dimostrazione delle affermazioni quali, tra le altre, "*contrastare gli attacchi virali*", *Named* ha allegato taluni studi clinici<sup>41</sup> dichiarando che, con riferimento ai *claims* pubblicitari contestati nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, essi si limitano a descrivere i prodotti commercializzati e le loro qualità nella preparazione degli stessi e che le osservazioni dell'Autorità e i dubbi sollevati, *pur se legittimi dal punto di vista teorico ed edittale*, sarebbero fugati dalla correttezza commerciale di *Named*.

**49.** Infatti, per ciò che concerne la *descrizione delle patologie*, è ormai noto che il livello culturale del Paese è tale che tutte le malattie degenerative scoperte sono oggetto di costante attenzione da parte dei cittadini e che il termine "radicali liberi" appartiene ormai al linguaggio comune. Parlarne, attraverso strumenti pubblicitari, non costituisce un pericolo per i cittadini, ma un ulteriore strumento informativo, come tale meritevole di essere osservato in termini positivi; in relazione, poi, alla *qualità dei prodotti*, *Named* su tutte le proprie offerte è solita indicare sempre quest'ultimi come "*integratori*", oppure "*supplemento di difesa*", *coadiuvante*, senza magnificarli come in grado di guarire patologie di sorta per la loro natura miracolistica ed indicando sempre gli studi scientifici sul prodotto e gli studiosi che hanno trattato gli argomenti; quanto al concetto di *univocità*, esso si basa sulla qualità del prodotto commercializzato e sul trattamento necessario a rendere lo stesso frutto di un processo produttivo brevettato e

---

<sup>40</sup> Anche i telegiornali nazionali (tra cui TG5 e Rai) hanno dato risalto alle qualità salutistiche di FPP®. Si citano alcuni esempi: TG1 (Rail) del 12.11.2010 ore 13,49; TG5 (Canale 5) del 23.02.2012 ore 8,24; TGR LOMBARDIA (Raia) del 23.02.2012 ore 14,07. I servizi sono stati allegati su supporto informatico dal professionista..

<sup>41</sup> Detti studi clinici sono stati pubblicati su riviste listate sui database PubMed. *Cfr.* all. file pdf n. 10 al doc. n. 4 di cui all'indice del fascicolo. In particolare: *i*) nello studio "*Nitric Oxide synthesis and TNF- $\alpha$  secretion in RAW 264.7 macrophages - Mode of action of a fermented papaya preparation*" di G. Rimbach (2000) si dimostrerebbe che FPP (Fermented Papaya Preparation) aumenta la produzione di ossido nitrico prodotto da macrofagi, principali difese verso gli attacchi virali; *ii*) nello studio "*Effects of dietary supplements on IFN producing capacity in humans*" di Kishi (1994), del quale è prodotto solo un *abstract*, si dimostrerebbe il miglioramento della produzione di interferone, fondamentale per la difesa verso i virus; *iii*) nello studio "*Is there a potential application of a fermented nutraceutical in acute respiratory illnesses? An in-vivo placebo-controlled, cross-over clinical study in different age groups of healthy subjects*" di F. Marotta (2012) si dimostrerebbe che FPP® in grado di migliorare la difesa naturale del tratto respiratorio superiore, stimolando la produzione di IgA, lisozima, ma anche della SOD, l'enzima principale per combattere lo stress ossidativo nelle infezioni virali delle alte vie respiratorie.

quindi sicuro dal punto di vista organolettico.

**50.** Il professionista ha precisato, altresì, che a tutt'oggi non sono state segnalate controindicazioni nell'utilizzo del prodotto *Immun'Age*, né interazioni con farmaci. Pur tuttavia viene sempre raccomandato sia di non superare le dosi consigliate, nonostante trattasi di integratore alimentare, sia di non considerare mai tali integratori come sostitutivi di una dieta variata.

**51.** A completamento della documentazione richiesta, *Named* ha comunicato di aver reso maggiormente accessibile l'integratore *Immun'Age* ai molti pazienti malati di AIDS, Alzheimer e Parkinson che hanno necessità di assumere quotidianamente dosi, anche importanti, di FPP al fine di migliorare la qualità della vita.

**52.** Infine, il professionista, in data 14 luglio 2014, ha depositato una propria memoria conclusiva nella quale ha reso noto che *Immun'Age*, dal punto di vista delle sue qualità organolettiche e funzionali, ha subito nel corso delle ultime settimane un'accelerazione notevole, riportando recenti notizie di stampa che rilancerebbero, ribadendole, da un lato, le presunte proprietà della Papaya Fermentata per i positivi risultati che sta dando quale integratore naturale, in combinazione con i farmaci specifici utilizzati per le malattie neurologiche, vegetative e degenerative, dall'altro, quale prodotto che ha fornito, nel campo delle ricerche sulle patologie correlate allo *stress* ossidativo ed all'eccesso di radicali liberi come cause dell'invecchiamento, indicazioni di miglioramento per i malati di Parkinson.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**53.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite *internet*, a mezzo stampa, spot TV e radio, in data 25 luglio 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, anche, AGCOM o *Autorità*), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>42</sup>.

**54.** Con parere pervenuto in data 7 agosto 2014<sup>43</sup>, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22 e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo.

---

<sup>42</sup> Cfr. doc. n. 11 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>43</sup> Cfr. doc. n. 12 di cui all'indice del fascicolo.

**55.** In particolare, tra l'altro, l'AGCOM ha rilevato che i messaggi pubblicitari del professionista, utilizzando terminologie non facilmente comprensibili per il consumatore medio, sono tali da non permettere allo stesso di percepire l'esatta natura del prodotto, potendolo indurre erroneamente a ritenere che lo stesso abbia un'efficacia terapeutica, assimilabile a quella dei farmaci.

**56.** L'Autorità ha ritenuto, altresì, che i risultati attribuiti ad *Immun'Age* non siano ascrivibili ad un integratore alimentare e che, comunque, le indicazioni salutistiche contenute nei messaggi non sono ammesse in base al regolamento CE n. 1924/2006/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari.

**57.** Pertanto, l'AGCOM ha ritenuto che la pratica commerciale in esame è tale da indurre in errore il consumatore, facendogli assumere una decisione di natura economica che altrimenti non avrebbe adottato, risultando particolarmente scorretta nel momento in cui potrebbe spingere il consumatore medio - ed ancor più quello che per il suo stato di salute risulta vulnerabile - all'acquisto del prodotto sulla base dell'erroneo convincimento che l'integratore sia appositamente concepito per risolvere e/o quantomeno attenuare i sintomi specifici del suo stato di malessere.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**58.** Il prodotto *Immun'Age* è stato promosso e presentato ai consumatori, attraverso un'ampia campagna promozionale diffusa a mezzo *spot* TV e radio, stampa, nonché sul sito *internet* dedicato [www.immunage.it](http://www.immunage.it), evidenziando le presunte proprietà salutistiche dell'integratore alimentare.

**59.** Tutte le comunicazioni promozionali descritte al precedente punto II, osservate sia singolarmente che nel loro complesso, sono principalmente incentrate sull'efficacia del prodotto, composto unicamente da *FPP® 100%* (Fermented Papaya Preparation®) che, grazie al processo tecnologicamente avanzato di bio-fermentazione al quale viene sottoposta la Carica Papaya<sup>44</sup>,

---

<sup>44</sup> Secondo quanto rilevato sul sito *Internet* del professionista, infatti, "Il frutto della papaya, fresco, in estratto o liofilizzato, possiede solo discrete proprietà antiossidanti esogene attribuibili alle vitamine A e C ma non è in grado di svolgere attività sul sistema antiossidante endogeno o di espletare azioni immunomodulanti. (...) La lunga bio-fermentazione, della durata di 10 mesi, è la condizione essenziale per conferire alla materia prima queste proprietà: (...).

Cfr. DVD allegato al verbale di acquisizione agli atti di cui al doc. n. 1 di cui all'indice del fascicolo (pagina web: <http://www.immunage.it/immunage/pages/immunage-prodotto-e-proprietà.php>).

deterrebbe proprietà antiossidanti e immunomodulanti in grado di contrastare i fattori che favoriscono l'invecchiamento cellulare, gli attacchi virali (antinfluenzale), nonché favorire la concentrazione, combattere lo *stress* e la stanchezza, coadiuvare nel trattamento di patologie importanti quali il Parkinson, l'Alzheimer, l'AIDS, il tumore, il diabete, ecc..

**60.** Per i motivi che di seguito si esporranno, la pratica commerciale oggetto di osservazione appare integrare una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22 e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle caratteristiche, alle proprietà e all'efficacia del prodotto.

**61.** Preliminarmente, ai fini di una valutazione compiuta della fattispecie, occorre rilevare che i vantii pubblicitari in esame, oggetto della massiccia campagna promozionale realizzata dal professionista, mirano ad esaltare le specifiche e diverse proprietà salutistiche che deriverebbero dall'assunzione dell'integratore alimentare *Immun'Age*.

**62.** Tali messaggi sono sostanzialmente strutturati in modo tale da rappresentare tutta una serie di degenerazioni dell'organismo rispetto alle quali il prodotto di cui trattasi, sempre grazie alle sue proprietà antiossidanti e immunomodulanti, sarebbe in grado di porre rimedio o comunque di produrre benefici effetti, evidenziando, in particolare, la capacità di *Immun'Age* di prevenire l'insorgenza di specifiche situazioni patologiche.

**63.** A titolo puramente esemplificativo, quanto riportato sul sito *internet* del professionista, così come rappresentato nella precedente Immagine n. 4 - nella sezione *Stress ossidativo: patologie correlate*, cliccando sul link *Stress ossidativo e radicali liberi* - offre una sintesi efficace delle scorrette modalità promozionali poste in essere dal professionista in cui, sostanzialmente, si veicola il messaggio che la condizione di *stress* ossidativo, ovvero l'eccesso di radicali liberi, è implicata nell'invecchiamento cellulare, nel declino del sistema immunitario ed in numerose patologie e che può essere uno dei fattori determinanti nello sviluppo di patologie quali diabete, Alzheimer, morbo di Parkinson, malattie infiammatorie e cardiovascolari oppure essere elemento aggravante di patologie come AIDS ed infezioni virali<sup>45</sup>.

**64.** Rispetto a tali affermazioni, e per ognuna di queste patologie, di seguito il professionista indica "*I Benefici di Immun'Age*", esaltandone le presunte

---

<sup>45</sup> Peraltro, i messaggi affermano anche che, in caso di stress ossidativo, si possono verificare precocemente: *riduzione della memoria, riduzione della concentrazione, disturbi del sonno, diminuita capacità sessuale, capelli bianchi, calvizie, comparsa di rughe e macchie sulla pelle, diminuzione della massa muscolare ed aumento della massa grassa, riduzione della difesa immunitaria, aumento del rischio cardiovascolare, diminuzione di energia, stress con ansia e depressione.*

proprietà<sup>46</sup> e sostanzialmente assimilandone gli effetti a quelli normalmente attribuibili alle funzioni proprie di un farmaco e non ad un mero integratore alimentare<sup>47</sup>.

**65.** Tale modalità di pubblicizzazione si ripropone anche riguardo agli ulteriori *link* presenti nella medesima pagina *Internet* che riportano numerose affermazioni di analogo tenore tutte incentrate sulla descrizione di possibili condizioni patologiche quali *Stress psicofisico; Stanchezza cronica; Invecchiamento cerebrale, difficoltà di memoria e concentrazione*, fino a contemplare *Influenza e raffreddori, Vaccinazioni e stati di debilitazione* e persino *Tumori e chemioterapia*.

**66.** Si consideri, inoltre, l'importante campagna veicolata attraverso *spot TV* trasmessi dalle principali emittenti televisive nazionali, esplicitamente rivolta ad esaltare le proprietà di *Immun'Age* nel combattere virus e sindromi influenzali<sup>48</sup>, o anche taluni *messaggi stampa*<sup>49</sup> o, ancora, quanto affermato negli *spot radiofonici*<sup>50</sup>.

**67.** A proposito delle presunte proprietà attribuite ad *Immun'Age*, rileva, poi, quanto riportato nelle FAQ del sito *internet* del professionista circa i risultati asseritamente conseguibili, in relazione a specifiche patologie, attraverso il consumo del prodotto in ristretti lassi temporali (*Morbo di Crohn: 2/3 bustine al giorno per due mesi - Morbo di Wegener: 2/3 bustine al giorno per due mesi; Infezioni di ogni tipo, da micosi, batteri o virus; nella fase acuta: 3 bustine al giorno per una settimana, poi una bustina per un mese. Prevenzione anti-influenzale: 1 bustina al giorno*).

**68.** Lo stesso dicasi avuto riguardo alla generale efficacia antinvecchiamento attribuita al prodotto, che deriverebbe dal processo produttivo giapponese brevettato, intesa a far discendere dall'assunzione dell'integratore effetti di stimolo del sistema immunitario e contrasto dello *stress* ossidativo (una delle cause dell'invecchiamento cellulare). Il riferimento è, in particolare - a titolo esemplificativo e non esaustivo - a taluni messaggi stampa<sup>51</sup> in cui, tra l'altro si propone *Immun'Age* quale "aiuto contro i radicali liberi e

---

<sup>46</sup> *Le particolari sostanze, del tutto naturali, contenute in Immun'Age®, non si limitano ad agire da "spazzini" di radicali liberi ma ottimizzano anche le funzioni del sistema antiossidante endogeno dell'organismo, proteggendo le membrane cellulari e il DNA dallo stress ossidativo*

<sup>47</sup> Cfr. <http://www.immunage.it/immunage/pages/stress-ossidativo-patologie-correlate.php>.

<sup>48</sup> *Influenza, prima che ti metta KO, proteggiti, con Immun'Age! oppure Attacchi virali! Proteggiti con Immun'Age! Supplemento di forza per il tuo sistema immunitario - Cfr. precedente n. II, descrizione degli spot TV.*

<sup>49</sup> *Più forti contro le patologie invernali - Cfr. pag. 33 del verbale di acquisizione agli atti del 10 aprile 2014, doc. n. 1 dell'indice del fascicolo. Tutti i messaggi descritti nel testo sono attualmente reperibili anche sul sito internet [www.Immun'Age.it](http://www.Immun'Age.it).*

<sup>50</sup> *Immun'Age rinforza il sistema immunitario e contrasta gli attacchi virali - Vedi precedente nota n. 10.*

<sup>51</sup> Cfr. precedente Immagine n. 7 - "Per mantenersi giovani basta tanto così".

*l'invecchiamento*"<sup>52</sup> e spot radiofonici (*Lo sai che i radicali liberi danneggiano il DNA? E si invecchia prima. E allora? E allora Immun'Age! L'unica vera papaya fermentata anti ossidante. Immun'Age protegge il DNA e contrasta l'invecchiamento*)<sup>53</sup>.

**69.** In realtà, il prodotto in questione è un integratore alimentare antiossidante, come indicato in confezione, rispetto al quale non risultano confermate le amplissime proprietà salutistiche vantate dal professionista nelle diverse comunicazioni commerciali.

**70.** In particolare, nessuno dei sopramenzionati benefici salutistici è stato autorizzato in relazione al prodotto o alla sua efficacia antiossidante, sulla base di una adeguata validazione scientifica. Peraltro, la quasi totalità dei *claim* sin qui descritti eccedono ampiamente quelli proposti nell'elenco provvisorio e sono stati utilizzati dal professionista in assenza di alcuna validazione scientifica che confermasse una positiva relazione di causa-effetto fra l'assunzione di tali sostanze e gli indicati effetti sull'uomo.

**71.** Alla luce delle evidenze acquisite, emerge che il professionista abbia utilizzato, e comunque attualmente utilizza, *claim* salutistici sull'efficacia del prodotto *Immun'Age* che, indipendentemente dal parere negativo da parte dell'EFSA nell'anno 2011, non rispettano nelle more della definizione a livello comunitario della valutazione dei *claim botanicals pending* impiegabili nella comunicazione commerciale, le "Linee Guida ministeriali di Riferimento per gli effetti fisiologici" pubblicate dal Ministero della Salute (Decreto del 9 luglio 2012), e ciò nonostante il richiamo formale e diretto al professionista da parte del Ministero stesso, nel mese di dicembre 2013, che ha espressamente invitato *Named* ad eliminare dall'etichetta del prodotto *Immun'Age* le indicazioni salutistiche "Protegge dall'invecchiamento cellulare e dai danni da stress ossidativo" (cfr. precedente punto n.39). In particolare, si rileva che il professionista ha seguito le indicazioni del Ministero per ciò che concerne la confezione del prodotto nel mese di gennaio 2014, ma non ha modificato le modalità di pubblicizzazione del prodotto che appunto contengono numerosi ed ulteriori *claim* sulla salute.

**72.** Solo l'utilizzo dello specifico *claim* autorizzato dalla Commissione o ancora - nel caso dei *botanicals* - quanto indicato nelle citate Linee Guida Ministeriali, possono garantire i consumatori nelle scelte commerciali afferenti a prodotti alimentari o assimilati. Nel caso della papaya (cfr. par. 37) possono essere quindi spesi solo *claim* relativi a "naturali difese

---

<sup>52</sup> Cfr. pag. 37 del verbale di acquisizione agli atti del 10 aprile 2014, doc. n. 1 dell'indice del fascicolo. Tutti i messaggi descritti nel testo sono attualmente reperibili anche sul sito internet [www.Immun'Age.it](http://www.Immun'Age.it).

<sup>53</sup> Vedi precedente nota n. 10.

*dell'organismo, antiossidante e funzione digestiva".*

**73.** In questa prospettiva non assume alcuna rilevanza la documentazione scientifica prodotta da *Named* tesa a dimostrare l'efficacia del prodotto in quanto la maggior parte dei *claim* sulla salute non solo non risultano aver ricevuto alcuna autorizzazione ma nemmeno sono stati sottoposti alla procedura prevista dal Regolamento comunitario<sup>54</sup>. *A fortiori*, non serve a confermare la veridicità dei *claim* diffusi da *Named* la produzione di meri articoli di stampa e/o di interviste a persone del settore, pur se autorevoli. Sotto questo profilo, pertanto, va respinta l'argomentazione difensiva di *Named* sulla fondatezza scientifica dei vanti utilizzati.

**74.** È stata, perciò, nel caso di specie del tutto disattesa la necessaria attenzione che impone la disciplina comunitaria in materia di presentazione e pubblicizzazione degli alimenti di cui al Reg. CE n. 1924/06, considerato che il professionista nell'attività di promozione ha attribuito al prodotto qualità e caratteristiche salutistiche che, non essendo oggetto di valutazione scientifica secondo l'*iter* comunitario previsto, devono ritenersi mendaci.

**75.** Sulla base del principio di diligenza richiesto quando si utilizzano specifici vanti di natura salutistica, il professionista avrebbe dovuto tenere nella massima considerazione quale fosse il *claim* scientificamente validato dai succitati organismi in relazione al consumo della sostanza contenuta in *Immun'Age*, anziché predisporre e continuare a svolgere una intensa campagna promozionale incentrata su indicazioni salutistiche diverse e, soprattutto non ancora assodate, per accreditare il prodotto di un'efficacia salutistica superiore, ad esso non riconoscibile<sup>55</sup>.

**76.** I principi fondamentali ed i criteri generali declinati dal Regolamento comunitario richiedono ai professionisti, che vogliano spendere *claim* nutrizionali e salutistici, di fornire al consumatore indicazioni veritiere, scientificamente supportate e complete (cfr. considerando n. 11, n. 16 e 22 del Regolamento). In particolare il considerando numero 16 dispone che la fondatezza scientifica dovrebbe essere l'aspetto principale di cui tenere conto nell'utilizzo di indicazioni nutrizionali e sulla salute e gli operatori del settore alimentare che ne fanno uso dovrebbero giustificarle ai sensi

---

<sup>54</sup> Si rammenta che l'Autorità, secondo i propri recenti orientamenti, non effettua la validazione scientifica dei *claim*, né attribuisce rilevanza a studi o documentazione prodotta dai professionisti a sostegno dei vanti pubblicitari oggetto di esame, valutando quale scorretto un *claim* salutistico se non già approvato dalla Commissione UE o supportato da pareri scientifici positivi dell'EFSA, nonché, in particolare, considerando la comunicazione pubblicitaria nel suo complesso e la percezione che essa induce nei destinatari dei messaggi veicolati.

<sup>55</sup> Si rammenta, infatti che, ai sensi dell'art. 10, paragrafo 1, del Regolamento 1924/2006 "*le indicazioni sulla salute sono vietate, a meno che (...) non siano autorizzate a norma del presente regolamento e incluse nell'elenco delle indicazioni autorizzate di cui agli articoli 13 e 14*".



dell'articolo 6, cioè sulla base di prove scientifiche generalmente accettate<sup>56</sup>.

**77.** Alla luce di quanto esposto, la pratica commerciale in esame si mostra come ingannevole ai sensi del Codice del Consumo, atteso che la maggior parte dei *claim* utilizzati nel sito *internet* [www.immunage.it](http://www.immunage.it) tuttora in diffusione, non risultano, allo stato, validati e/o collegati a *claim* salutistici specifici autorizzati.

**78.** Tale politica promozionale è da ritenersi particolarmente scorretta anche in quanto disegna un quadro allarmistico circa le possibili disfunzioni e/o alterazioni alle quali il nostro organismo è soggetto a causa di svariati fattori - quali, ad es., fattori ambientali o, non ultimo, il naturale decorso del tempo - in particolare enfatizzando specifiche condizioni patologiche quali malattie di tipo virale (influenza) o perfino di tipo degenerativo di estrema gravità (Alzheimer, Morbo di Parkinson, ecc.), ed è così suscettibile di creare allarmismo nei destinatari del messaggio che, dato il tipo di prodotto, sono plausibilmente costituiti soprattutto da persone in età matura e, in quanto tali, più facilmente impressionabili, inducendoli a ritenere, attraverso i vantì e le proprietà salutistiche attribuiti al prodotto, che l'integratore alimentare *Immun'Age* possa rappresentare una valida soluzione ai problemi rappresentati.

**79.** Inoltre, i messaggi utilizzano terminologie non facilmente comprensibili per il consumatore medio impedendogli di percepire l'esatta natura del prodotto, potendo, anche in questo caso, indurlo erroneamente a ritenere che lo stesso abbia un'efficacia terapeutica, assimilabile a quella dei farmaci. In tal senso, rilevano, in particolare, affermazioni del tipo "*Gli ultimissimi studi condotti con FPP®, mostrano le nuove prospettive dell'integratore Immun'Age® nella nutrigenomica (scienza che studia come i nutrienti siano in grado di intervenire sul DNA per attivare quei geni, detti vitageni, che intervengono per impedire che nell'organismo insorgano alcune patologie).* (...)"<sup>57</sup>.

**80.** Anche in questo caso, la comunicazione pubblicitaria è da ritenersi ingannevole perché lascia intendere, ancora una volta e contrariamente al vero, che il prodotto possa costituire una rivoluzionaria e innovativa soluzione, frutto di un'importante attività di ricerca (il particolare processo di fermentazione adottato in Giappone), ad un problema/bisogno (la speranza di rallentare l'invecchiamento) che i messaggi pubblicitari veicolati dal professionista in tutte le loro diverse modalità, sia singolarmente che nel loro

---

<sup>56</sup> Sulla base di tali principi, tutte le indicazioni devono essere sottoposte al vaglio dell'EFSA, secondo la procedura comunitaria, ed approvate dalla Commissione prima di essere spese.

<sup>57</sup> Cfr. nota in calce all'Immagine n. 4.

contesto complessivo, hanno la tendenza ad enfatizzare.

### ***Conclusioni***

**81.** Alla luce di quanto espresso nei punti precedenti, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, si ritiene che i messaggi oggetto di esame, descritti al punto II del presente provvedimento, sono da ritenersi contrari alla diligenza professionale dal momento che, nel caso di specie, non si riscontra da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell’attività svolta, nonché ingannevoli, in quanto presentano il prodotto vantando specifiche caratteristiche di natura salutistica derivanti dal suo consumo (*in primis* la sua efficacia contro numerose gravi patologie, l’influenza e l’invecchiamento) ovvero di altro genere (specifici effetti fisiologici benefici in virtù del particolare processo di fermentazione a cui è sottoposto il *botanical* che compone l’integratore) che si sono rilevate non veritiere, tali da indurre in errore i consumatori e falsare in misura apprezzabile il loro comportamento economico, ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22 del Codice del Consumo, nonché indurli a ritenere, contrariamente al vero ed in violazione dell’art. 23, lettera *s*), del medesimo Codice, che l’integratore alimentare *Immun’Age* sia in grado di porre rimedio all’insorgenza di malattie e/o disfunzioni dell’organismo rappresentate sia attraverso immagini, sia con l’utilizzo di terminologie non comprensibili dal consumatore medio e che, in quanto tali, sono suscettibili di creare un’ingiustificata situazione di allarme e pericolo nei destinatari dei messaggi.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**82.** Ai sensi dell’art. 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.

**83.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all’art. 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.

**84.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'importanza e della dimensione economica del professionista, società di medie dimensioni, con un fatturato, nel 2012, di circa 33,5 milioni di euro.

**85.** La gravità si apprezza, inoltre, tenendo conto dell'utilizzo di *claim* salutistici in tutti i messaggi osservati che integrano una pluralità di profili di scorrettezza, rivolti a un ampio *target* di consumatori, costituiti principalmente da soggetti di età matura e più direttamente interessati alle problematiche connesse al naturale fenomeno dell'invecchiamento, alle patologie invernali (influenza), alla perdita di memoria, ecc..

**86.** In particolare, la diffusione della pratica si apprezza in primo luogo per la massiccia campagna promozionale, svolta attraverso svariati mezzi di diffusione (stampa, TV, radio, *internet* e opuscoli promozionali), in grado di raggiungere un vasto pubblico di utenti. Inoltre, per apprezzare la penetrazione della medesima e il pregiudizio economico ai consumatori, si tiene conto del significativo numero di confezioni vendute (media/anno oltre [omissis] confezioni da 30 bustine e circa [omissis] confezioni da 60 bustine a partire dall'anno 2011 fino al 2013), del loro elevato prezzo (rispettivamente pari a 54 e 89 euro), alla luce anche della natura di integratore alimentare del prodotto. La pratica appare maggiormente grave se si considera la possibilità di acquisto *on line* del prodotto dal momento che sul sito *internet* [www.immunage.it](http://www.immunage.it) è presente, in ogni sua pagina, un *link* di collegamento al sito *internet* [www.namedonline.it](http://www.namedonline.it) al quale si approda cliccando sul bottone *Acquista on line*. Inoltre, nel sito [www.immunage.it](http://www.immunage.it) si rinviene gran parte della campagna promozionale posta in essere dal professionista (messaggi stampa, video promozionali, opuscoli pubblicitari, ecc.) ed il maggior numero di messaggi ingannevoli.

**87.** Per quanto riguarda la durata della violazione, sulla base degli elementi disponibili in atti, si considera che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal 21 settembre 2007 (campagna stampa e radio) ed è tuttora in corso con riferimento ai siti *internet*.

**88.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a *Named S.p.A* nella misura di 250.000 €(duecentocinquantamila 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, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22 e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l’utilizzo di vantii salutistici non veritieri, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto offerto dal professionista;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Named S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22 e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Named S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 €(duecentocinquantamila euro);

c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al decreto legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di home-banking e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 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'art. 135, comma 1, lettera *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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*