



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 settembre 2019;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e, nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 27325 del 13 settembre 2018 (PS 11051), con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza di due distinte pratiche commerciali:

a) la prima pratica consisteva nella diffusione di messaggi nei quali si prospettavano asseriti effetti terapeutici degli integratori alimentari della “*Life 120*”, commercializzati dalla società Life 120 Italia S.r.l.s. (di cui il Signor Adriano Panzironi deteneva il controllo congiunto sino al 18 giugno 2019, ovvero sino alla fine delle condotte contestate nel presente procedimento), con riferimento anche a varie patologie estremamente gravi (tumori, diabete, Alzheimer, ecc.). Tali messaggi sono stati diffusi attraverso *spot* pubblicitari della durata di circa tre minuti inseriti nel contesto della rubrica “*Il Cerca Salute*”, trasmessa nel corso degli anni 2017/2018 da

numerose emittenti televisive parti del procedimento, nonché attraverso il sito *Internet Life120.it*. Inoltre, nel medesimo sito *Internet Life120.it*, attraverso il link “*Integrazione*”, rilevabile nella relativa *homepage*, il consumatore poteva accedere alle schede pubblicitarie degli integratori alimentari prodotti dalla società Life 120 Italia S.r.l.s., in cui venivano prospettati gli asseriti effetti terapeutici e di prevenzione di tali prodotti riguardo a gravi patologie;

b) la seconda pratica commerciale, posta in essere nel contesto della rubrica televisiva “*Il Cerca Salute*” diffusa da numerose emittenti televisive¹ nel corso degli anni 2017 e 2018, concerneva la promozione occulta degli integratori alimentari “*Life 120*”. Tale scopo promozionale veniva dissimulato attraverso un *format* televisivo nel quale il Signor Adriano Panzironi – presentandosi come giornalista opinionista nell’ambito di una discussione di natura medico-scientifica su una determinata patologia - rilasciava affermazioni sull’efficacia terapeutica degli integratori alimentari commercializzati dalla società Life 120 Italia S.r.l.s.;

VISTA la propria delibera n. 27605 del 20 marzo 2019 (IP 317), con la quale l’Autorità ha contestato alle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l (di seguito, anche Life 120, WTE e Teleuniverso), nonché al Signor Adriano Panzironi, la violazione dell’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non avere ottemperato alla suddetta delibera n. 27325 del 13 settembre 2018 (PS 11051);

VISTI gli atti del procedimento;

Sentiti i rappresentanti legali delle parti nel corso dell’audizione svoltasi in data 5 luglio 2019;

CONSIDERATO quanto segue:

¹ Radio TV Parma S.r.l (già Dodici S.r.l./Teleducato); Triveneta S.r.l. (TV7); Telecolor S.p.A. (Telereporter); Canale Marche S.r.l. (ETV Marche); Rete 7 S.r.l. (ETV Emilia Romagna rete 7); Telegenova Production S.r.l. (Telegenova); Lazio Intrattenimento Pubblicità S.r.l. (Gold TV LCN 16 Molise; Lazio TV LCN 12; Gold TV LCN 17); Primantenna S.r.l. (Primantenna 14; Liguria 92; Lombardia 298); Canale Italia S.r.l. (Serenissima; Canale Italia 11 Piemonte; Canale Italia 11 Lazio); Telesardegna S.r.l. (Telesardegna); Rete Oro S.r.l. (Rete Oro); Media One S.r.l. (Media One); Teleuniverso S.r.l. (Teleuniverso); Radio Telepordenone S.r.l. (Telepordenone); Mediasix S.r.l. (TV6); Mastermedia Club S.r.l. (Studio 100); Centro Produzione Servizi S.r.l. (Supernova); TEA S.r.l. Socio Unico (PiùEnne CH 17); Telemontegiove S.r.l. (Lazio TV); 7 Gold Communication S.r.l. (7Gold Emilia Romagna e 7Gold Marche).

I. PREMESSA

1. Con la citata delibera n. 27325 del 13 settembre 2018, l’Autorità, relativamente alla pratica *sub a)*, ha ritenuto che le affermazioni riportate nelle schede pubblicitarie dei singoli integratori “*Life 120*”, presenti nel relativo sito *Internet* e ribadite nel corso dello *spot* diffuso durante la trasmissione “*Il Cerca Salute*”, risultassero ingannevoli in ragione della loro complessiva presentazione, dell’eccesso di enfasi utilizzato nella descrizione dei presunti effetti terapeutici, del ricorso a vantii non autorizzati, che provocavano nei consumatori l’erroneo convincimento che l’assunzione degli integratori in questione, grazie alla combinazione delle sostanze in essi contenute, potesse determinare e/o favorire effetti benefici e/o curativi in relazione a patologie anche gravi, in alcuni casi di natura cronica. In proposito, si rileva che la vigente normativa preclude ai professionisti la possibilità, nella comunicazione pubblicitaria, di attribuire agli integratori presunte proprietà terapeutiche, indipendentemente dall’esistenza e/o produzione di qualsiasi studio e/o ricerca al riguardo. D’altra parte, i diversi *claim* salutistici riportati nelle schede degli integratori non trovano riscontro né nelle “*Linee Guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici*”² delle sostanze vegetali né tra i *claim* autorizzati a livello europeo.

Con particolare riferimento all’integratore alimentare “*Orac Spice*” (contenente curcuma, pepe nero, cannella, zenzero, origano e chiodi di garofano), ad esso venivano attribuite proprietà antinfiammatorie, antisettiche, anticoagulanti, antitrombotiche, antivirali ed epatoprotettive, diuretiche, espettoranti, antidepressive e analgesiche, che non trovano alcun riscontro nelle citate “*Linee guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici*”.

Tale condotta, posta in essere dalla *Life 120*, è stata ritenuta pertanto idonea ad integrare una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, *lettera a)* e *b)*, e 23, comma 1, *lettera i)* ed *s)* e ne è stata vietata la continuazione.

2. Con riferimento alla pratica *sub b)*, l’Autorità, sulla base degli elementi acquisiti, ha rilevato la natura promozionale delle puntate del programma “*Il Cerca Salute*” (e dell’omologo programma “*Vivere 120 anni*”), in ragione

² Le “*Linee guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici*” sono accluse all’Allegato 1 del D.M. 10 agosto 2018 sulla disciplina dell’impiego negli integratori alimentari di sostanze e preparati vegetali, che ha sostituito il precedente Allegato 1 del D.M. 27 marzo 2014. Il contenuto dei due allegati è identico per quanto riguarda le sostanze in questione.

dell'interesse commerciale del Signor Adriano Panzironi alla promozione e alla vendita degli integratori commercializzati dalla società Life 120, di cui il medesimo detiene il controllo congiunto. Infatti, sia nel corso della sezione dedicata all'esame della patologia oggetto della trasmissione sia in altre parti del programma, il Signor Adriano Panzironi descriveva gli asseriti effetti terapeutici di una serie di sostanze contenute in alcuni integratori della linea "Life 120", indicandone il nome e riferendosi talvolta ad essi come ai "nostri integratori".

3. Per ciò che concerne la riconoscibilità della pubblicità, nel provvedimento si è rilevato che la stessa risultava dissimulata all'interno di un contesto surrettiziamente informativo. Infatti, il *format* de "Il Cerca Salute" era impostato come una trasmissione di argomento salutistico e medico/scientifico, nel corso della quale il signor Adriano Panzironi, nella veste di giornalista esperto, argomentava la possibilità di prevenire e curare un'ampia serie di patologie mediante uno stile di vita ed un regime alimentare che prevedono un significativo uso di integratori alimentari. In tale *format*, ai telespettatori e potenziali acquirenti erano tuttavia occultati lo scopo promozionale del programma e la circostanza che il Signor Panzironi avesse avuto un interesse diretto nella società che commercializza i suddetti integratori.

4. Pertanto, tale condotta, posta in essere dalle società Life 120 e WTE, dal Signor Adriano Panzironi, nonché dalle società/emittenti coinvolte nel procedimento, è stata ritenuta dall'Autorità idonea ad integrare una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 22, comma 2 e 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo e ne è stata vietata la continuazione.

5. Poiché le pratiche di cui trattasi risultavano ancora diffuse alla data di conclusione del procedimento PS 11051, l'Autorità ha richiesto che le parti destinatarie del provvedimento n. 27325 del 13 settembre 2018 comunicassero le iniziative assunte in ottemperanza al suddetto provvedimento entro il termine di 60 giorni dalla sua notifica.

6. Con comunicazioni pervenute in data 30 novembre e 11 dicembre 2018, 30 e 31 gennaio e 13 febbraio 2019, i professionisti hanno reso note le iniziative da loro assunte al fine di ottemperare al provvedimento adottato dall'Autorità il 13 settembre 2018.

Alla memoria del 31 gennaio 2019 è stato allegato un supporto elettromagnetico (DVD) contenente la versione del nuovo *format* della trasmissione "Il Cerca Salute", comprensivo dello *spot* pubblicitario relativo

al prodotto “*Orac Spice*”, andata in onda a far data dal 13 gennaio 2019³.

7. Il nuovo *format* della suddetta trasmissione, della durata complessiva di circa due ore, è articolato nel modo seguente:

i) prima dell’inizio della trasmissione “*Il Cerca Salute*”, compaiono tre specifiche schermate, contenenti le indicazioni “*Tutti i contenuti presenti all’interno di questa trasmissione non devono in alcun modo ritenersi sostitutivi del fondamentale rapporto medico/paziente*”; “*Il Signor Adriano Panzironi detiene il 50% delle quote della società Life 120 Italia S.r.l.s., nonché è amministratore unico della Welcome Time Elevator S.r.l., società che produce e distribuisce il presente format televisivo*”; “*Nel programma è presente l’inserimento di prodotti commerciali*”.

Tali indicazioni sono riproposte anche nel corso della trasmissione e in coda alla medesima,

ii) una serie di rubriche fisse intervallate da sezioni basate sulle testimonianze del pubblico in studio.

In particolare, nella rubrica intitolata “*Il focus*”, in cui si contrappongono le opinioni del Signor Panzironi e quelle della medicina c.d. “ufficiale” in merito alle cause di alcune patologie, scorre in sovraimpressione l’avvertenza “*Il Signor Adriano Panzironi detiene il 50% delle quote della società Life 120 Italia S.r.l.s., nonché è amministratore unico della Welcome Time Elevator S.r.l., società che produce e distribuisce il presente format televisivo*”. Tale *crawl* è presente anche nel corso di altre rubriche fisse in cui il Signor Panzironi ha un ruolo di primo piano nel descrivere patologie e disturbi.

Per quanto riguarda le citate testimonianze, esse sono caratterizzate da brevi interviste ad alcune persone scelte fra il pubblico presente in studio, che descrivono gli effetti positivi sperimentati dopo l’adozione del regime alimentare descritto nel libro “*Vivere 120 anni*”. All’inizio della prima testimonianza viene riprodotta, in sovraimpressione, l’avvertenza “*Tutti i contenuti presenti all’interno di questa trasmissione non devono in alcun modo ritenersi sostitutivi del fondamentale rapporto medico/paziente*”;

iii) uno *spot* diffuso quattro volte nel corso della trasmissione, durante il quale è inserito in sovrimpressioni il *crawl* “*l’integrazione non ha efficacia terapeutica né ha natura curativa*”. Nello *spot* in esame si pubblicizza esclusivamente l’integratore “*Orac Spice*”, specificando che la sua composizione è a base di curcuma, cannella, chiodi di garofano, origano,

³ Cfr. verbale di acquisizione della relativa registrazione del 22 febbraio 2019.

zenzero e pepe nero.

8. Dalle rilevazioni effettuate è emerso che durante le prime sei puntate della stagione 2019 de “*Il Cerca Salute*” (trasmissioni dal 13 gennaio 2019 fino al 17 febbraio 2019⁴) sia andata in onda una versione dello *spot* pubblicitario relativo all’integratore “*Orac Spice*” che faceva ancora riferimento alla capacità “*antitumorale e di prevenzione dell’Alzheimer*” della curcuma, “*all’effetto protettivo per la prevenzione del tumore al colon*” dei chiodi di garofano; in generale, alla capacità dell’integratore in questione di “*contrastare la formazione dei radicali liberi e quindi il rischio di comparsa del tumore*” e alla sua efficacia nei confronti della “*disbiosi intestinale [e delle] patologie legate all’intestino, per esempio la Sindrome del colon irritabile o la candida*”⁵.

9. In data 13 febbraio 2019 la società Life 120 S.r.l.s. ha comunicato di aver modificato il testo del suddetto *spot* eliminando i riferimenti all’efficacia terapeutica delle spezie contenute nell’integratore “*Orac Spice*”. La nuova versione dello *spot* in esame, diffusa a partire dal 24 febbraio 2019 e riprodotta almeno fino al mese di giugno 2019⁶, continua a fare riferimento al fatto che le spezie contenute in “*Orac Spice*” sarebbero dei potenti “*antibatterici, antimicotici e antiinfiammatori del tutto naturali*”, alla conseguente asserita capacità del prodotto di “*contrastare patologie dell’intestino quali la sindrome del colon irritabile e la candida*” e “*la sua efficacia contro la disbiosi intestinale*”, nonché all’asserita “*capacità di*

⁴ Cfr. registrazione acquisita agli atti del fascicolo con verbale del 22 febbraio 2019 (doc. I/10), oltre che acquisizione dei video della trasmissione “*Il cerca salute*” del 17 febbraio 2019 da parte dell’emittente Telesirio-Abruzzo TV (doc. I/51) e del 19 febbraio 2019 da parte dell’emittente Videomediterraneo (doc. I/42).

⁵ Nello *spot* si evidenzia quanto segue: “[...] *la curcuma, secondo alcuni studi ha anche capacità antitumorale e di prevenzione dell’Alzheimer. [...] La cannella secondo studi recenti ha capacità di riduzione della glicemia [...]*” Poi ci sono i chiodi di garofano, che sono “*la spezia con la più alta capacità antiossidante al mondo. Essi hanno un potere antibatterico molto forte e alcuni studi ci dicono che possono impedire la putrefazione delle proteine che mangiamo, avendo così un effetto protettivo per la prevenzione del tumore al colon*”. Nel contesto del messaggio, inoltre, si afferma che “*la razione quotidiana di Orac Spice contiene circa 10.000 orac al giorno, sei volte superiore alla normale alimentazione. Questo significa poter contrastare la formazione dei radicali liberi e quindi il rischio di comparsa del tumore oltre a rallentare il nostro invecchiamento [...] un altro motivo per assumere questo prodotto è la sua efficacia contro la disbiosi intestinale [...] quanti di voi non si sentono gonfi dopo aver mangiato e soffrono di patologie legate all’intestino, per esempio la Sindrome del colon irritabile o la candida? [...] questo integratore è in grado di contrastare la formazione di batteri, ma anche di ridurre quelli già presenti perché contiene delle spezie che sono dei potenti antiinfiammatori, antibatterici e antimicotici del tutto naturali*”.

⁶ Lo *spot* in questione risultava diffuso anche all’interno delle puntate de “*Il Cerca Salute*” andate in onda il 5 marzo 2019 su Teleuniverso (doc. I/14), nonché nelle trasmissioni “*Il Cerca Salute*” dell’11, del 19 e del 22 giugno 2019 (doc. I/57). Tali trasmissioni sono state acquisite presso le rispettive emittenti a seguito della segnalazione della redazione de “*Le iene*” del 9 aprile 2019 (cfr. doc. I/20 e I/21).

riduzione della glicemia” da parte della cannella⁷.

10. Dalle rilevazioni effettuate d’ufficio è altresì emerso che, in data 5 marzo 2019, l’emittente Teleuniverso ha trasmesso una puntata de “*Il Cerca Salute*”⁸, nel corso della quale: (a) non venivano adeguatamente evidenziate le avvertenze relative agli interessi commerciali del Signor Panzironi nella commercializzazione degli integratori “*Life 120*” e nella produzione della trasmissione “*Il Cerca Salute*”; (b) nel contesto della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*” un consumatore, esprimendo il proprio entusiastico apprezzamento per il metodo “*Life 120*”, richiamava esplicitamente i benefici dell’integrazione “*Life 120*”⁹. Tale puntata sarebbe stata fornita per la messa in onda a Teleuniverso da Welcome Time Elevator il 4 marzo 2019.

11. In data 7 marzo 2019, quindi dato che la suddetta puntata è stata trasmessa da Teleuniverso, è pervenuta una comunicazione da parte di WTE nella quale si riporta il testo di un’*email* inviata a tutte le emittenti, contenente l’invito a mandare in onda soltanto le trasmissioni della stagione 2019 de “*Il Cerca Salute*”, “*complete delle schermate iniziali, finali e delle scritte in sottopancia durante l’arco della relativa puntata e con la nuova telepromozione all’interno della quale sono presenti altre indicazioni scritte*” e a “*distruggere dai Vostri archivi informatici le trasmissioni ormai*

⁷ Si riporta lo *script* dello spot in questione: “[...] GIUSY: gli Orac Spice sono semplicemente delle spezie compressate in pasticche, parliamo di curcuma, cannella, chiodi di garofano, origano zenzero e pepe nero. Benedetto tu conosci le caratteristiche di queste spezie vero ?

Benedetto: ma certo io prendo gli Orac Spice e pensa che sulla curcuma hanno realizzato più di 30.000 studi scientifici e della cannella ha capacità di riduzione della glicemia

GIUSY: e poi ci sono i chiodi di garofano che sono la spezia con la più alta capacità antiossidante al mondo

Benedetto: pensa Giusy che hanno un potere antibatterico molto forte e possono impedire la putrefazione delle proteine che mangiamo avendo così un effetto protettivo per il nostro intestino.

GIUSY: la razione quotidiana di Orac Spice contiene una quantità di antiossidanti di circa 10.000 orac al giorno ben 6 volte superiore alla normale alimentazione questo significa poter contrastare la formazione dei radicali liberi quindi il rischio di comparsa di molte patologie moderne oltre a rallentare il nostro invecchiamento.

Benedetto: un altro motivo per assumere questo prodotto è la sua efficacia contro la disbiosi intestinale

GIUSY: esatto quanti di voi non si sentono gonfi dopo aver mangiato o soffrono di patologie dell’intestino come la sindrome del colon irritabile o la candida ebbene tutto questo è causato dalla presenza eccessiva di batteri putrefattivi e fermentativi che sono proprio la causa della disbiosi

Benedetto: questo integratore è in grado di contrastare la formazione di batteri ma anche di ridurre quelli già presenti

GIUSY: certo perché contengono delle spezie che sono dei potenti antiinfiammatori, antibatterici, antimicotici del tutto naturali [...]”.

⁸ La trasmissione è stata acquisita agli atti il successivo 8 marzo 2019.

⁹ Nel corso della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*”, il Signor Panzironi chiede ad un membro della famiglia ospitante “[*Tu*] segui *Life 120* già da un po’ di tempo. Da quanto tempo?” e il consumatore risponde “*Seguo Life dal 2016 [I miei familiari un giorno mi hanno detto] c’è una trasmissione dove parlano di diverse patologie e parlano di disbiosi. Siccome io avevo questo problema ... Sai che c’è? Quasi quasi lo ordino, vediamo un po’, abbiamo provato tante cose [...] nel mese di marzo, aprile 2017 ho notato una cosa che mi ha sconvolto un po’ [...] lì mi sono proprio resa conto che gli integratori iniziavano a fare il loro effetto*”. Il riferimento agli integratori è al minuto 28’ 17” della registrazione acquisita.

desuete de “Il Cerca Salute” sostituendole con quelle realizzate a seguito ed in osservanza della delibera AGCM già indicata ed a Voi già inoltrate”.

12. Sulla base di tali elementi, è pertanto emersa la reiterazione delle pratiche commerciali scorrette oggetto del provvedimento sopra citato e, in particolare, che:

a) lo *spot* pubblicitario relativo all’integratore “*Orac Spice*”, diffuso in due diverse versioni all’interno del nuovo ciclo di trasmissioni “*Il Cerca Salute*” nell’arco di tempo intercorrente fra i mesi di gennaio e giugno 2019¹⁰, conteneva ancora riferimenti a non dimostrati effetti terapeutici delle sostanze contenute nel suddetto integratore, reiterando pertanto i profili di ingannevolezza del richiamato provvedimento del 13 settembre 2018;

b) la puntata della trasmissione “*Il Cerca Salute*”, diffusa in data 5 marzo 2019 tramite l’emittente televisiva Teleuniverso, reiterava il censurato profilo di pubblicità occulta, poiché nell’ambito della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*”, un membro della famiglia ospitante faceva espresso riferimento all’efficacia degli integratori riconducibili al metodo “*Life 120*”, fulcro della trasmissione, del quale si decantano i benefici, senza che fossero contestualmente evidenziate le avvertenze circa gli interessi economici del Signor Panzironi nella commercializzazione dei suddetti integratori.

13. Pertanto, con provvedimento del 20 marzo 2019, n. 27605, l’Autorità ha contestato:

a) alla società Life 120 Italia S.r.l.s. la violazione di cui all’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell’Autorità n. 27325, del 13 settembre 2018, con riferimento alla pratica *sub a)*;

b) alle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l. e al Signor Adriano Panzironi la violazione di cui all’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell’Autorità n. 27325, del 13 settembre 2018, con riferimento alla pratica *sub b)*.

II. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

14. Il provvedimento di contestazione dell’inottemperanza alla citata delibera del 13 settembre 2018, adottato dall’Autorità nell’adunanza del 20 marzo

¹⁰ In particolare, la prima versione dello *spot* è andata in onda dal 13 gennaio al 17 febbraio 2019; mentre la seconda versione è stata trasmessa dal 24 febbraio ad almeno il mese di giugno 2019.

2019, è stato comunicato alle parti in data 25 marzo 2019.

15. Le parti sono state sentite in audizione il 5 luglio 2019.

In data 17 luglio 2019 esse hanno ricevuto la comunicazione del termine di chiusura dell'istruttoria ed hanno presentato una memoria conclusiva, pervenuta il 23 luglio 2019.

16. Per quanto riguarda l'asserita pubblicità ingannevole riguardante la diffusione dello *spot* dell'integratore "*Orac Spice*", la Life 120 nella memoria finale ha affermato che lo stesso non può formare oggetto del presente provvedimento di presunta inottemperanza alla delibera dell'Autorità del 13 settembre 2018, considerato che "*lo spot televisivo non era stato oggetto di alcuna censura da parte dell'AGCM nel provvedimento del 13/09/2018*", poiché "*il provvedimento sanzionatorio sopra indicato aveva ad oggetto le schede presenti in rete dei vari integratori ed il programma "Il Cerca Salute" e non già lo spot pubblicitario presente all'interno dello stesso sul quale l'Autorità non aveva espresso alcun giudizio*".

17. La società Life 120 asserisce comunque che la prima versione dello *spot* sopra menzionato è andata in onda per un brevissimo arco temporale, essendo stata immediatamente modificata dalla parte, che ha manifestato per iscritto la piena disponibilità a rivedere tale pubblicità.

18. Per quanto concerne la seconda versione dello *spot* contestata dall'Autorità, la parte afferma che la stessa dovrebbe essere esaminata e valutata "*nella sua unitarietà, nel suo significato complessivo e non già atomisticamente*"¹¹, tenuto comunque conto che "*quanto affermato durante lo spot pubblicitario costituisce una esplicitazione del contenuto delle Linee Guida ministeriali*", non esistendo peraltro "*alcuna norma che vieti di indicare le previsioni contenute nelle Linee Guida ministeriali attraverso espressioni dal contenuto analogo ed aventi il medesimo significato*".

Circa l'asserita capacità di riduzione della glicemia da parte della cannella contenuta nell'integratore "*Orac Spice*", la parte sostiene che la glicemia non è una patologia o una malattia, "*anche se il suo eccesso nel sangue può certamente provocare il diabete*"¹². Al riguardo, le stesse Linee Guida ministeriali richiamate dall'Autorità nel provvedimento di avvio comunicato il 25 marzo 2019, riconoscerebbero alla cannella anche la proprietà riguardante il "*metabolismo dei carboidrati*", termine che, di fatto, è in sostanza un sinonimo di "*glicemia*".

¹¹ Cfr., il verbale del 5 luglio 2019, riguardante l'audizione delle parti.

¹² Cfr. nota 11.

Analogamente, la parte asserisce che le indicazioni riguardanti le proprietà riconosciute dalle citate Linee Guida ministeriali alle sostanze contenute nell'integratore "Orac Spice" non differiscono dalle affermazioni contenute nello *spot* oggetto di contestazione (come, ad esempio, la disbiosi e il riferimento ai gas intestinali contenuta nelle Linee Guida ministeriali, così come le proprietà antinfiammatorie della curcuma, etc.).

19. A ciò si aggiunga che, nel corso del citato *spot*, viene sottolineato in modo chiaro ed evidente che "l'integrazione non ha efficacia terapeutica né natura curativa" e che all'inizio, in coda e durante la trasmissione si specifica ripetutamente che "Tutti i contenuti presenti all'interno di questa trasmissione non devono in alcun modo ritenersi sostitutivi del fondamentale rapporto medico/paziente".

Relativamente al contenuto delle affermazioni riportate nel messaggio in esame, la parte rileva che l'espressione "Antibatterici, antimicotici ed antiinfiammatori del tutto naturali", richiama semplicemente l'origine naturale delle sostanze contenute nell'integratore "Orac Spice", non attribuendo ad esse alcuna proprietà terapeutica di prevenzione e/o di cura.

In ogni caso, l'utilizzo nello *spot* in questione del termine "patologie" non necessariamente implica un riferimento a gravi malattie come il tumore, il diabete o l'Alzheimer, tenuto conto che "anche il raffreddore è una patologia, che si può curare con rimedi naturali"¹³, come da sempre asserito anche dalla medicina omeopatica.

20. In merito alla reiterazione del presunto profilo di pubblicità occulta degli integratori "Life 120" nel contesto della puntata della trasmissione "Il Cerca Salute" diffusa in data 5 marzo 2019 tramite l'emittente televisiva Teleuniverso, le parti hanno rilevato, sia in audizione che nella memoria finale, che l'asserita mancata ottemperanza al provvedimento adottato dall'Autorità il 13 settembre 2018, non può essere ragionevolmente fondata sulla diffusione di un solo episodio, richiedendo piuttosto una condotta colposamente o dolosamente reiterata nel tempo. Sul punto, le parti hanno richiamato la giurisprudenza del Consiglio di Stato (CdS, sez. VI, 14/10/2016, n. 4266; CdS, sez. VI, 21/9/2011, n. 5297), per sostenere che "un singolo episodio contestato non possa in alcun modo giustificare un giudizio di inottemperanza".

Peraltro, a riprova della buona fede delle parti, agli atti del procedimento risulta acquisita un'email inviata il 7 marzo 2019 tramite PEC da WTE a

¹³ Cfr. nota 11.

tutte le emittenti televisive interessate dalla diffusione della trasmissione “*Il Cerca Salute*”, con la quale esse vengono invitate a diffonderne unicamente le puntate nuove e con le didascalie riguardanti il ruolo ricoperto dal Signor Panzironi nel contesto delle società Life 120 e WTE e i relativi interessi commerciali nella vendita degli integratori “*Life 120*”.

Per quanto concerne il merito della contestazione, sulla puntata del 5 marzo 2019, le parti hanno evidenziato che le scritte che informano della partecipazione del Signor Panzironi alle società Life 120 Italia e WTE sono comunque ben evidenziate sia all’inizio che alla fine della trasmissione, con caratteri cubitali e a pagina intera.

In tale contesto, ad avviso delle parti, il caso isolato e sporadico riferibile alla trasmissione diffusa dall’emittente Teleuniverso non potrebbe di per sé giustificare un giudizio complessivo di inottemperanza, tenuto anche conto che costituisce ormai un fatto di dominio pubblico l’interesse del Signor Panzironi nella vendita degli integratori e del libro “*Vivere 120 anni*”, di cui è autore.

III. VALUTAZIONI

21. Alla luce delle risultanze istruttorie, si ritiene che il comportamento posto in essere dalle parti costituisca inottemperanza alla delibera del 13 settembre 2018, n. 27325.

a) La promozione ingannevole degli integratori “Life 120” - “Orac Spice”

22. Con riferimento alla pratica *sub a)* ed allo *spot* pubblicitario relativo all’integratore “*Orac Spice*”, diffuso in due diverse versioni all’interno della trasmissione “*Il Cerca Salute*” nel lasso temporale gennaio/giugno 2019, si evidenzia che, contrariamente a quanto sostenuto dalla Life 120, oggetto del provvedimento adottato dall’Autorità il 13 settembre 2018 non erano esclusivamente le schede pubblicitarie contenute nel sito *Internet Life 120.it*, ma anche gli *spot* riguardanti gli integratori alimentari della omonima linea, fra i quali era compreso il prodotto denominato “*Orac Spice*”, come risulta dal contenuto dello stesso provvedimento sopra richiamato¹⁴.

¹⁴ In proposito, si rinvia ai punti 7, 9, 31, 35, 69, 71, 77 del provvedimento adottato dall’Autorità in data 13 settembre 2018. In particolare, nei punti 35 e 71 si descriveva il messaggio contenuto nello *spot*, nel quale si affermava che gli integratori pubblicizzati, tra cui l’*Orac Spice* specificamente menzionato e inquadrato, “sono in grado di fornire tutti i nutrienti necessari per contrastare le malattie degenerative, farci vivere più

Nel provvedimento venivano censurate le affermazioni riportate nelle schede pubblicitarie dei singoli integratori “*Life 120*”, presenti nel relativo sito *Internet* e ribadite nel corso dello *spot* diffuso durante la trasmissione “*Il Cerca Salute*”, in ragione della loro complessiva presentazione, dell’eccesso di enfasi utilizzato nella descrizione dei presunti effetti terapeutici, del ricorso a vanti non autorizzati, i quali provocavano nei consumatori l’erroneo convincimento che l’assunzione degli integratori in questione, grazie alla combinazione delle sostanze in essi contenute, potesse determinare e/o favorire effetti benefici e/o curativi in relazione a patologie anche gravi, in alcuni casi di natura cronica.

23. Tali profili di ingannevolezza risultano reiterati nello *spot* pubblicitario riguardante l’integratore alimentare “*Orac Spice*”, (prodotto in atti dalla parte con il DVD del 31 gennaio 2019), nella versione diffusa durante le prime sei puntate della stagione 2019 de “*Il Cerca Salute*” (trasmissioni dal 13 gennaio 2019 fino al 17 febbraio 2019), nel quale si faceva ancora riferimento alla capacità “*antitumorale e di prevenzione dell’Alzheimer*” della curcuma, “*all’effetto protettivo per la prevenzione del tumore al colon*” dei chiodi di garofano; in generale, alla capacità dell’integratore in questione di “*contrastare la formazione dei radicali liberi e quindi il rischio di comparsa del tumore*” e alla sua efficacia nei confronti della “*disbiosi intestinale [e delle] patologie legate all’intestino, per esempio la Sindrome del colon irritabile o la candida*”.

Nella seconda versione dello *spot* diffusa a partire dal 24 febbraio 2019 e riprodotta almeno fino al mese di giugno 2019¹⁵, si afferma che le spezie

a lungo e in salute [...] permettono al nostro corpo di riattivare le sue funzioni riparative e di regolare ogni sua funzione ormonale”.

Con particolare riferimento al prodotto “*Orac Spice*”, nella scheda pubblicitaria contenuta nel sito *Internet* “*Life 120*”, si leggeva che esso “*è fondamentale per l’infiammazione dell’intestino e contrasto della disbiosi*”, descrivendo le proprietà complessivamente attribuibili all’integratore stesso, conseguenti alla sua composizione (“*curcuma è anticoagulante del sangue, antitrombotico, antipertensivo, antiinfiammatorio, anti-diabetogeno, ipocolesterolemizzante, antivirale ed epatoprotettivo*”; “*grandi capacità nella cura delle malattie aterosclerotiche, ottenendo una riduzione del 12% delle lipoproteine Ldl (cattive) ed un aumento del 25-30% di quelle Hdl (buone)*”; pepe nero (“*proprietà antisettiche, antinfiammatorie, diuretiche, espettorante, antidepressive e teremogeniche, favorisce il buon funzionamento del tratto gastro intestinale*”); cannella (“*antibatterico [...] facilita la digestione [...] migliora la scissione dei grassi. Ha proprietà aggressive contro la candida albicans; [...] riduzioni fino al 30% di glucosio nel sangue*”); zenzero (“*efficace contro reumatismi, gastriti, ulcera, mal di testa, ed ha proprietà antinfiammatorie ed antibatteriche*”); origano (“*antisettico e antivirale e per terapeutiche di carattere analgesico [...] attenua i dolori intestinali. Favorisce la secrezione dei succhi gastrici [...]*”); chiodi di garofano (“*antisettici, antibatterici ed antifementativi, oltre che come antispasmodici, analgesici ed anestetico*”; “*ad oggi considerati la spezia con il maggior potere antiossidante in natura*”) (cfr. punto 27 del provvedimento citato).

¹⁵ Lo *spot* in questione risultava diffuso anche all’interno della puntata de “*Il Cerca Salute*” andata in onda il 17 febbraio 2019 su E’TV (doc. I/47), il 5 marzo 2019 su Teleuniverso (doc. I/14), nonché nelle trasmissioni “*Il Cerca Salute*” dell’11, del 19 e del 22 giugno 2019 (doc. I/57).

contenute in “*Orac Spice*” sarebbero dei potenti “*antibatterici, antimicotici e antinfiammatori del tutto naturali*” e che esse sarebbero in grado di “*contrastare patologie dell’intestino quali la sindrome del colon irritabile e la candida*”, di essere efficaci “*contro la disbiosi intestinale*”, oltre che di avere la “*capacità di riduzione della glicemia*”¹⁶.

24. Ne deriva che il messaggio pubblicitario in esame, in entrambe le versioni diffuse dal professionista, fa ancora riferimento a non dimostrati effetti terapeutici delle sostanze contenute nel suddetto integratore. In proposito, si ribadisce che, secondo le “*Linee Guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici*” di sostanze e preparati vegetali in vigore fino al 25 luglio 2019, le funzioni attribuibili alle spezie contenute in *Orac Spice* sono esclusivamente e letteralmente le seguenti:

Cannella (<i>Cinnamomum Verum</i> J.Presl; sin.: <i>Cinnamomum Zeylanicum</i> Blume)	Funzione digestiva. Eliminazione dei gas intestinali. Regolarità del transito intestinale. Antiossidante. Metabolismo dei carboidrati.
Chiodi di garofano (<i>Syzygium aromaticum</i> (L.); sin.: <i>Eugenia caryophyllata</i> Thunb.)	Funzione digestiva. Regolare motilità gastrointestinale ed eliminazione dei gas. Benessere di naso e gola. Effetto balsamico. Antiossidante.
Curcuma (<i>Curcuma Longa</i> L.)	Funzione digestiva. Funzione epatica. Funzionalità del sistema digerente. Antiossidante. Funzionalità articolare. Contrasto dei disturbi del ciclo mestruale.
Origano (<i>Origanum Vulgare</i> L.)	Funzione digestiva. Regolare motilità gastrointestinale ed eliminazione dei gas. Fluidità delle secrezioni bronchiali. Effetto balsamico.
Pepe nero (<i>Piper nigrum</i> L.)	Funzione digestiva. Regolarità del transito intestinale. Regolare motilità gastrointestinale ed eliminazione dei gas. Regolare funzionalità dell’apparato cardiovascolare. Antiossidante
Zenzero (<i>Zingiber Officinale</i> Rosc.)	Funzione digestiva. Regolare motilità gastrointestinale ed eliminazione dei gas. Antinausea. Regolare funzionalità dell’apparato cardiovascolare. Normale circolazione del sangue. Funzionalità articolare. Contrasto di stati di tensione localizzati. Contrasto dei disturbi del ciclo mestruale.

Il Decreto dirigenziale 26 luglio 2019 ha aggiornato l’Allegato 1 del D.M. 10 agosto 2018 sulla disciplina dell’impiego negli integratori alimentari di sostanze e preparati vegetali ed ha anche modificato le Linee Guida accluse. In particolare, gli effetti fisiologici della curcuma sono stati limitati ai seguenti: “*Antiossidante. Funzionalità articolare. Contrasto dei disturbi del ciclo mestruale*” ed è stata introdotta la seguente avvertenza d’uso: “*In caso di alterazioni della funzione epatica, biliare o di calcolosi delle vie biliari, l’uso del prodotto è sconsigliato. Se si stanno assumendo farmaci, è opportuno sentire il parere del medico*”.

¹⁶ Lo *script* dello *spot* in questione è riportato nella nota 6 *supra*.

25. La qualificazione delle spezie contenute nell'integratore "Orac Spice" come "antibatterici, antimicotici e antiinfiammatori", così come l'effetto sulle citate specifiche patologie dell'intestino, a prescindere dal loro presunto carattere "naturale", non trovano alcun riscontro nelle Linee Guida sopra riportate.

26. Al riguardo, la parte asserisce che "non esiste alcuna norma che vieti di indicare le previsioni contenute nelle Linee Guida ministeriali attraverso espressioni dal contenuto analogo ed aventi il medesimo significato" e che "quanto affermato durante lo spot pubblicitario costituisce una esplicitazione del contenuto delle Linee Guida ministeriali".

Tali argomentazioni non sono condivisibili. Le citate Linee Guida, infatti, sono espressamente previste e periodicamente aggiornate dal Ministero della Salute in base a nuove evidenze scientifiche, nel contesto di un apposito Decreto previsto a supporto della sicurezza e della salute dei consumatori, nonché per assicurare un elevato livello di tutela degli stessi. Questa circostanza, pertanto, esclude che le definizioni e le indicazioni specificamente prescritte dalle suddette Linee Guida possano essere "reinterpretate", parafrasate o sostituite (peraltro da parte di operatori economici che pongono in commercio i loro integratori alimentari, in palese conflitto di interessi) con espressioni asseritamente equivalenti.

Peraltro, le affermazioni contenute nello spot in esame, contrariamente a quanto sostenuto dalla parte, non costituiscono una mera "esplicitazione del contenuto delle Linee Guida ministeriali", ma prospettano funzioni ulteriori che suggeriscono veri e propri effetti preventivi e terapeutici in capo ai componenti dell'integratore Orac Spice: "[...] la curcuma, secondo alcuni studi ha anche capacità antitumorale e di prevenzione dell'Alzheimer; [...] alcuni studi ci dicono che [i chiodi di garofano] possono impedire la putrefazione delle proteine che mangiamo, avendo così un effetto protettivo per la prevenzione del tumore al colon; [...] la razione quotidiana di Orac Spice [di] circa 10.000 orac al giorno, sei volte superiore alla normale alimentazione [contrasta] la formazione dei radicali liberi e quindi il rischio di comparsa del tumore"¹⁷; "[la] cannella ha capacità di riduzione della glicemia [...] i chiodi di garofano che sono la spezia con la più alta capacità antiossidante al mondo [...] hanno un potere antibatterico molto forte [...] avendo così un effetto protettivo per il nostro intestino. [...] la razione quotidiana di Orac Spice contiene una quantità di antiossidanti [...] ben 6

¹⁷ Cfr. nota 4 supra.

*volte superiore alla normale alimentazione questo significa poter contrastare la formazione dei radicali liberi quindi il rischio di comparsa di molte patologie moderne. [...] quanti di voi non si sentono gonfi dopo aver mangiato o soffrono di patologie dell'intestino [...] [questo integratore contiene] spezie che sono dei potenti antiinfiammatori, antibatterici, antimicotici del tutto naturali”*¹⁸.

Si tratta dunque di affermazioni che suggeriscono un impiego terapeutico dell'integratore *Orac Spice* che, per definizione, può invece avere soltanto l'effetto di mantenere, migliorare o ottimizzare funzioni fisiologiche che sono già nei limiti della normalità¹⁹. Ad esempio, per quanto riguarda la cannella, mentre le Linee Guida si limitano ad indicare la sua efficacia per mantenere un normale “*metabolismo dei carboidrati*”, il messaggio pubblicitario le attribuisce la capacità di “*riduzione della glicemia*”, suggerendone perciò un uso volto a correggere una situazione fisiologica alterata: in tal modo, il consumatore potrebbe essere indotto ad impiegarla a scopo terapeutico anche in un quadro fisiologico alterato, come nel caso di una glicemia con valori tali da richiederne una “*riduzione*”.

27. Infine, contrariamente a quanto sostenuto dalle parti, si rileva che il *crawl* “*l'integrazione non ha efficacia terapeutica né ha natura curativa*”, diffuso nel corso dello *spot* e della trasmissione “*Il Cerca Salute*”, di per sé non può essere sufficiente a sanare l'ingannevolezza dei *claim* riguardanti l'integratore “*Orac Spice*”. L'inserimento del suddetto *crawl*, infatti, è finalizzato a rendere edotti i consumatori circa la natura e le reali proprietà del bene pubblicizzato (un integratore, non un medicinale) e il suo corretto uso e, quindi, non può certamente esimere il professionista dall'obbligo di assicurare che il contenuto del relativo *claim* sia comunque veritiero e, nel caso in esame, del tutto rispondente a quanto specificamente prescritto dalle richiamate Linee Guida ministeriali.

¹⁸ Cfr. nota 6 *supra*.

¹⁹ Secondo quanto riportato dal Ministero della Salute, gli effetti riportati nelle “*Linee guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici*” sono “*volti ad ottimizzare le funzioni dell'organismo nell'ambito dell'omeostasi secondo il modello definito dal Consiglio d'Europa (Homeostasis, a model to distinguish between food, including food supplements, and medicinal products, 07/02/2008)*”. Il documento del Consiglio d'Europa precisa che “*homeostasis can be defined as the status of a person whose physiological parameters function within the limits considered as normal*” (p. 8) e afferma “*The fundamental pillar to distinguish between food supplements and medicines is the precise description of the intended use of a product. [...] food supplements can be taken with the intention to maintain, support or optimize immunological, metabolic or other specific physiological parameters. This is not the same as correcting, modifying or restoring physiological functions or parameters. Therefore, the homeostasis model delimits the application field of food supplements and hence the intended use to products to be taken with the intention to maintain, support or optimize physiological functions which are functioning in between the limits of normality and hence are in homeostasis*” (p. 9).

28. Alla luce di quanto sopra evidenziato, si ritiene che il profilo di ingannevolezza oggetto della pratica commerciale *sub a)*, contestato con il provvedimento n. 27325 del 13 settembre 2018, risulti reiterato dalla società Life 120 Italia S.r.l.s. tramite la diffusione dei due suindicati *spot* pubblicitari, a partire dal 13 gennaio 2019 e almeno fino al mese di giugno 2019.

b) La pubblicità occulta degli integratori “Life 120”

29. Con riguardo alla pratica *sub b)*, risulta che in una puntata della trasmissione “*Il Cerca Salute*” diffusa in data 5 marzo 2019 tramite l'emittente Teleuniverso, sia stato reiterato il profilo di pubblicità occulta censurato dal richiamato provvedimento del 13 settembre 2018.

Nel corso della puntata in questione, infatti, nell'ambito della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*”, viene trasmesso un dialogo fra il Signor Adriano Panzironi e un membro della famiglia ospitante, durante il quale, in modo apparentemente casuale, vengono decantati i benefici effetti dell'integrazione “*Life 120*”, sollecitandone implicitamente l'acquisto: “*Seguo Life dal 2016 [I miei familiari un giorno mi hanno detto] c'è una trasmissione dove parlano di diverse patologie e parlano di disbiosi. Siccome io avevo questo problema ... Sai che c'è ? Quasi quasi lo ordino, vediamo un po', abbiamo provato tante cose*”²⁰.

La promozione degli integratori risulta così dissimulata nel contesto di un'esperienza di vita vissuta, che testimonia l'efficacia dell'integrazione “*Life 120*”, in assenza di qualsiasi elemento contestuale volto a rendere riconoscibile la natura pubblicitaria della comunicazione e gli interessi economici del Signor Panzironi nella commercializzazione di tali prodotti.

Tale dissimulazione, censurata nel richiamato provvedimento del settembre 2018, è particolarmente insidiosa, in quanto elude i naturali processi di difesa e reazione ai quali il pubblico televisivo fa abitualmente ricorso dinanzi ad una comunicazione pubblicitaria palese, determinando nel consumatore un falso convincimento, idoneo a condizionarne le scelte economiche.

Pertanto, nel corso della puntata del 5 marzo, i contingenti e puntuali

²⁰ Nel corso della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*”, il Signor Panzironi chiede ad un membro della famiglia ospitante “*[Tu] segui Life 120 già da un po' di tempo. Da quanto tempo ?*” e il consumatore risponde “*Seguo Life dal 2016 [I miei familiari un giorno mi hanno detto] c'è una trasmissione dove parlano di diverse patologie e parlano di disbiosi. Siccome io avevo questo problema ... Sai che c'è ? Quasi quasi lo ordino, vediamo un po', abbiamo provato tante cose [...] nel mese di marzo, aprile 2017 ho notato una cosa che mi ha sconvolto un po' [...] lì mi sono proprio resa conto che gli integratori iniziavano a fare il loro effetto*”. Il riferimento agli integratori è al minuto 28' 17" della registrazione acquisita.

richiami agli integratori “*Life 120*” e alla loro efficacia terapeutica, unitamente alla mancanza di elementi idonei a rivelare il loro scopo pubblicitario, integrano l’inottemperanza da parte del Signor Adriano Panzironi, di Life 120, di WTE e di Teleuniverso S.r.l. alla delibera n. 27325, del 13 settembre 2018 con riferimento alla pratica *sub b*).

30. All’uopo non va ad eludere il comportamento inottemperante la circostanza, evidenziata dalla parte, che all’inizio e alla fine della specifica trasmissione in esame siano riportate opportune avvertenze, tramite specifiche didascalie, che informano della partecipazione del Signor Panzironi alle società Life 120 Italia e WTE, in ragione della mancanza di contestualità delle stesse. Si rileva, infatti, che il riferimento agli integratori “*Life 120*” nel corso della rubrica “*Panzironi venga a pranzo da noi*” avviene circa 28 minuti dopo l’inizio della trasmissione, rendendo in tal modo pressoché inefficaci le didascalie sopra richiamate, soprattutto nei confronti del pubblico sintonizzatosi in un momento successivo.

31. Per quanto concerne la giurisprudenza amministrativa richiamata dalle parti nella memoria depositata il 23 luglio 2019²¹ per cui un singolo episodio non potrebbe integrare una condotta inottemperante, si evidenzia che la stessa non risulta conferente rispetto all’attuale disamina. Nella fattispecie giudicata dal Consiglio di Stato, infatti, pur essendo stata riconosciuta la natura pubblicitaria del relativo messaggio e la sua ingannevolezza, ne era stata tuttavia contestata in termini probatori l’effettiva diffusione, risultando tale circostanza esclusivamente basata sulle dichiarazioni di un singolo consumatore.

Nel caso in esame, al contrario, la reiterazione della pratica, attraverso la puntata della trasmissione “*Il Cerca Salute*” in data 5 marzo 2019 nel bacino regionale di riferimento dell’emittente Teleuniverso (Lazio), risulta ampiamente comprovata dalla documentazione agli atti del procedimento²², che dimostra l’oggettiva reiterazione di una pratica scorretta, i cui effetti si sono potenzialmente prodotti nei confronti di una considerevole platea di utenti televisivi.

32. Relativamente all’*email* inviata il 7 marzo 2019 tramite PEC da WTE a tutte le emittenti televisive interessate dalla diffusione de “*Il Cerca Salute*”, con la quale esse vengono invitate a diffonderne unicamente le puntate

²¹ Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza n. 4266 del 14 ottobre 2016. L’ulteriore sentenza richiamata dalle parti (Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza n. 5297 del 21 settembre 2011) non risulta negli archivi informatici del Consiglio di Stato.

²² Cfr. doc. I/14, verbale della Guardia di Finanza redatto presso la sede della emittente Teleuniverso il 7 marzo 2019 e relativo supporto magnetico (DVD) ivi acquisito.

nuove e con le didascalie riguardanti l'interesse commerciale del Signor Panzironi nella vendita degli integratori "Life 120", non può non rilevarsi la tardività di tale comunicazione (immediatamente successiva alla messa in onda dell'episodio contestato), che avrebbe dovuto e potuto essere tempestivamente inviata dal professionista alle suddette emittenti televisive già in occasione della messa in onda della prima puntata della nuova stagione 2019.

IV. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

33. Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

34. 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, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

35. Con riguardo alla pratica *sub a)*, imputabile alla società Life 120 Italia S.r.l.s., si devono considerare le condizioni economiche del professionista, il quale, sulla base delle informazioni disponibili²³ e come emerge dal bilancio al 31 dicembre 2018, ha realizzato nel 2018 ricavi corrispondenti circa a 11 milioni di euro. Nell'apprezzare la gravità dell'inottemperanza, rilevano la reiterata induzione in errore dei consumatori con riguardo alle asserite proprietà terapeutiche dell'integratore pubblicizzato e gli effetti che si sono potenzialmente prodotti nei confronti di una considerevole platea di utenti televisivi.

Nel valutare la gravità, si tiene conto altresì della personalità dell'agente che, al fine di perseguire un puro interesse economico, ha fatto leva sulle debolezze psicofisiche del consumatore medio, nei cui confronti la pratica è diretta.

36. Quanto alla durata della violazione, essa si è protratta dal 13 gennaio 2019 e almeno fino alla fine al mese di giugno 2019²⁴.

²³ Cfr. doc. I/65.

²⁴ Cfr. registrazione acquisita agli atti del fascicolo con verbale del 22 febbraio 2019 (doc. I/10), oltre che acquisizione dei video della trasmissione "Il Cerca Salute" del 17 febbraio 2019 da parte dell'emittente Telesirio-Abruzzo TV (doc. I/51) e del 19 febbraio 2019 da parte dell'emittente Videomediterraneo (doc.

37. Ciò posto, in considerazione anche dell'ingente fatturato realizzato nel solo 2018 senza dunque considerare i ricavi conseguiti nel corso del 2019, nonché del fatto che le sanzioni precedentemente irrogate non hanno evidentemente impedito la prosecuzione dell'illecito, si ritiene di irrogare a Life 120 Italia S.r.l.s., una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 250.000 euro (duecentocinquantamila euro) per la reiterazione della pratica di cui al punto **a)** del provvedimento del 13 settembre 2018, n. 27325;

38. Con riguardo alla pratica *sub b)*, imputabile alle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l. ed al Signor Adriano Panzironi, nell'apprezzare la gravità dell'inottemperanza si tiene conto della insidiosità della condotta avente ad oggetto la reiterazione di una fattispecie di pubblicità non trasparente degli integratori "Life 120".

39. Quanto alla durata, la pratica *sub b)* è stata realizzata nella sola puntata de "Il Cerca Salute" trasmessa in data 5 marzo 2019 tramite l'emittente Teleuniverso.

40. Sulla base di tali elementi, si ritiene di irrogare a ciascuna delle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l. ed al Signor Adriano Panzironi una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 10.000 €(diecimila euro), per la reiterazione della pratica di cui al punto **b)** del provvedimento del 13 settembre 2018, n. 27325.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che il comportamento della società Life 120 Italia S.r.l.s., consistente nell'aver violato la delibera del 13 settembre 2018, n. 27325, costituisce inottemperanza a quest'ultima in relazione al punto a) della delibera stessa;

b) di irrogare alla società Life 120 Italia S.r.l.s. una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 €(duecentocinquantamila euro);

c) che il comportamento delle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l. e del Signor Adriano Panzironi,

I/42). Lo *spot* in questione risultava diffuso nelle trasmissioni "Il Cerca Salute" dell'11, del 19 e del 22 giugno 2019 (doc. I/57).

consistente nell'aver violato la delibera del 13 settembre 2018, n. 27325, costituisce inottemperanza a quest'ultima in relazione al punto b) della delibera stessa;

d) di irrogare alle società Life 120 Italia S.r.l.s., Welcome Time Elevator S.r.l., Teleuniverso S.r.l. ed al Signor Adriano Panzironi una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 10.000 €(diecimila euro) ciascuno.

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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.

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

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

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli