



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11736 dell'8 aprile 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), 21, comma 3, 23, lettera *t*), 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo., da parte di Tiger Group S.r.l.;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Dalla segnalazione dell’Associazione di consumatori Federconsumatori pervenuta il 3 aprile 2020, nonché dalle segnalazioni di vari singoli consumatori e dalle informazioni acquisite d’ufficio nei giorni 3, 4 e 6 aprile

2020, è emerso che taluni comportamenti realizzati da Tiger Group S.r.l. (di seguito anche “Professionista”) potrebbero integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.

2. In particolare, è risultato come il Professionista diffonda, attraverso il proprio sito *internet* <https://www.tigershop.it/> (di seguito anche “Sito”), comunicazioni pubblicitarie che invitano all’acquisto *online* di dispositivi di protezione individuale (in particolare, mascherine di categoria FFP2) ai quali sono attribuite, anche attraverso l’utilizzo di immagini e descrizioni che fanno impropriamente riferimento a marchi noti, caratteristiche qualitative e tecniche che non trovano riscontro nei prodotti effettivamente consegnati ai consumatori, che, verosimilmente, sono anche privi delle certificazioni vantate.

Peraltro, i predetti dispositivi sono offerti in vendita a prezzi elevati, con l’indicazione della scarsa disponibilità dei prodotti in magazzino (“*ultimi pezzi disponibili*”) e sono, infine, consegnati con considerevoli ritardi rispetto alla tempistica reclamizzata (24/48 ore).

3. Sulla base delle verifiche effettuate d’ufficio, è emerso che nell’*homepage* del sito è presente il suggestivo *claim* “**LA PREVENZIONE E’ IMPORTANTE PROTEGGI LA TUA SALUTE**”, inserito all’interno di un evidente riquadro colorato recante l’immagine di una mascherina affiancata da un *gel* igienizzante per mani: cliccando sullo stesso, ne appare un altro sostanzialmente identico, seguito dall’invito ad effettuare immediatamente l’acquisto dei prodotti reclamizzati al fine di garantirsi in tempi rapidi (partenza dalla logistica prevista in 24/48 ore) la pubblicizzata “prevenzione” per la salute.

4. Nell’ambito dei prodotti pubblicizzati spiccano due modelli di dispositivi di protezione individuale, ossia una “MASCHERINA PROTETTIVA FFP2 – CERTIFICATO FFP2/KN95 – FILTRAGGIO 94%”, disponibile al costo di 9,99 euro al link <https://www.tigershop.it/prodotto/mascherina-protettiva-macopharma-ffp2/>, descritta come “*Mascherina FFP2/KN95 senza valvola, con fasce di regolazione in tessuto elastico. Specificatamente progettata per proteggere da virus influenzali. Consegna garantita in tutti i comuni anche dopo direttive del 23/03/2020*” nonché una “MASCHERINA PROTETTIVA FFP2 MADE IN ITALY - FILTRAGGIO 97,5%” (caratteristica, questa, che secondo il Professionista l’avvicinerebbe alle mascherine della superiore categoria FFP3) al prezzo di 13 euro. Per entrambi i prodotti è presente la dicitura, evidenziata in rosso, “*Prodotto in Magazzino in Italia - Consegna in 24h/48h*”.

5. In realtà, vari consumatori lamentano di aver ricevuto mascherine del tutto difformi da quelle reclamizzate *online*, in quanto prive delle certificazioni che comproverebbero le caratteristiche pubblicizzate (finanche del marchio CE che il Professionista si riserva di inviare successivamente tramite *e-mail*, circostanza questa non ancora attestata). Nello specifico, nelle segnalazioni si riporta che il Professionista avrebbe consegnato “*una mascherina di dubbia provenienza e fattura, con nessuna indicazione incisa circa la provenienza e la certificazione, oltretutto senza alcun imballaggio esterno*”¹ o caratterizzate da una “*lavorazione talmente artigianale dove un elastico giallo di cartolibreria sorregge del cotone di dubbia provenienza*”², supportando tali descrizioni con immagini delle mascherine effettivamente recapitate.

6. In particolare, alcuni consumatori hanno allegato, da un lato, l’immagine delle mascherine ricevute, che mostrano un aspetto del tutto anonimo e l’assenza di ogni indicazione sul produttore, dall’altro lato, le ricevute d’acquisto³ in cui le mascherine vengono descritte come modelli di “*Mascherina protettiva MacoPharma*”, con l’uso dello stesso marchio utilizzato, in modo evidentemente improprio, nel *link* relativo alla vendita del modello non qualificato come prodotto in Italia.

7. Sullo stesso sito *internet* sono anche promossi e venduti alcuni dispositivi medici (cc.dd. “*mascherine chirurgiche*”) al prezzo unitario di 3,99 euro, in relazione ai quali, al pari dei dispositivi di protezione individuale di cui sopra, i consumatori lamentano il prezzo eccessivo. Generale, inoltre, è la doglianza relativa a sensibili e sistematici ritardi nella consegna.

8. Pertanto, sulla base delle informazioni acquisite in atti, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11736, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21 comma 1 lettera *b*), 21, comma 3, 23, lettera *t*), 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

9. Parti del procedimento sono la società Tiger Group S.r.l., proprietaria del sito *internet* <https://www.tigershop.it/>, in qualità di professionista, e l’Associazione Federconsumatori, in qualità di segnalante.

10. In sintesi, le condotte sopra descritte appaiono contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio, inducendolo ad

¹ Cfr. segnalazione dell’Associazione Federconsumatori, prot. n. 0030775 del 3 aprile 2020.

² Cfr. denuncia prot. n. 0029157 del 26 marzo 2020.

³ Cfr. denunce prott. nn. 0029157 del 26 marzo 2020 e 0030987 del 6 aprile 2020.

assumere decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, sulla base di una ingannevole e ambigua rappresentazione della realtà che sfrutta la situazione di emergenza sanitaria esistente e sembrerebbe suscettibile di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori.

11. In particolare, la diffusione di *claim* relativi all'asserita efficacia delle mascherine in termini di prevenzione, unitamente all'utilizzo di immagini e descrizioni relative a prodotti riportanti marchi noti ed affidabili, nonché alla pubblicizzazione di certificazioni che non risultano né ottenute né esibite e dimostrate ai consumatori (risultando, quindi, i dispositivi offerti sprovvisti di validazione da parte delle autorità sanitarie nazionali anche con riferimento alle procedure in deroga di valutazione straordinaria introdotte dall'art. 15 del d.l. n. 18/2020), appaiono in grado di ingannare i consumatori circa le effettive caratteristiche e l'efficacia dei prodotti offerti dal Professionista nel garantire effettivamente la prevenzione pubblicizzata. Tali condotte sembrano, quindi, idonee a indurre i consumatori, con modalità scorrette, a determinarsi all'acquisto dei prodotti pubblicizzati, in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*) del Codice del Consumo.

12. Peraltro, nella misura in cui i prodotti offerti in vendita *online* dal Professionista non hanno le specifiche caratteristiche preventive e protettive pubblicizzate, i comportamenti posti in essere attraverso il sito <https://www.tigershop.it/> potrebbero risultare in grado di porre in pericolo la salute dei consumatori, inducendoli a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza, in violazione dell'art. 21, comma 3 del Codice del Consumo.

13. Inoltre, le suggestive indicazioni in merito alla scarsa disponibilità dei prodotti offerti in vendita ("*ultimi pezzi disponibili*") e alla rapidità dei tempi di consegna, tenuto conto dello stato di particolare preoccupazione derivante dalla estesa propagazione del menzionato *virus* e dalla difficoltà di reperimento delle mascherine, potrebbero indurre ingannevolmente i consumatori a determinarsi all'acquisto del prodotto, in violazione dell'art. 23, lettera *t*), del Codice del Consumo.

14. In aggiunta agli aspetti di scorrettezza sopra individuati, le condotte poste in essere da Tiger Group S.r.l. appaiono connotate da profili di aggressività in quanto il Professionista, attraverso il riferimento all'efficacia preventiva delle mascherine poste in vendita e all'importanza di effettuare l'acquisto immediatamente per ricevere i prodotti in tempi rapidi, sfrutta indebitamente la situazione di grave emergenza sanitaria in corso, per indurre il consumatore all'acquisto dei prodotti reclamizzati, senza poi procedere alla

effettiva consegna dei prodotti offerti, oppure consegnando – spesso senza rispettare le tempistiche indicate – prodotti con caratteristiche profondamente diverse e, cosa particolarmente grave, privi delle specifiche funzioni preventive e protettive pubblicizzate e/o fabbricati da produttori diversi. Tali comportamenti, posti in essere in un momento in cui la capacità di valutazione dei consumatori risulta già alterata dalla situazione di particolare allarme sanitario dovuta al costante aumento del numero dei soggetti contagiati e al rischio di mortalità conseguente alla contrazione del *virus* COVID-19, appaiono quindi in contrasto con gli artt. 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

15. Del pari, la lamentata applicazione di prezzi elevati, proprio a partire dalla significativa diffusione del *virus*, che ha comportato una difficoltà di reperimento di tali prodotti, potrebbe integrare una violazione del citato art. 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo, sostanziandosi nello sfruttamento da parte del Professionista della grave situazione di emergenza sanitaria in atto, tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di indurlo all'acquisto delle mascherine a prezzi maggiorati.

II. VALUTAZIONI

16. Gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti, *prima facie*, le condotte contestate al Professionista, che risultano poste in essere in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), 21, comma 3, 23, lettera *t*), 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

17. Sulla base di quanto sopra esposto, sotto il profilo del *fumus boni iuris*, risulta che il Professionista adotti modalità di promozione e vendita dei prodotti in esame che appaiono ingannevoli e aggressive, in spregio ai diritti dei consumatori, i quali, essendo sensibilmente condizionati dall'attuale situazione di emergenza sanitaria, sono così influenzati nella loro capacità decisionale e indotti a effettuare scelte commerciali che non avrebbero altrimenti effettuato.

18. Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che il sito *internet* <https://www.tigershop.it/> risulta attivo e presenta uno spiccato grado di offensività, potendo raggiungere un elevato numero di consumatori che, a causa delle affermazioni in esso contenute e della convinzione in essi generata circa le specifiche caratteristiche, l'efficacia preventiva e la celere tempistica di consegna dei prodotti pubblicizzati, possono essere indotti

all'acquisto immediato degli stessi e perfino a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.

19. Si rileva, nello specifico, l'indifferibilità dell'intervento data la gravità delle pratiche commerciali in esame che, facendo leva sull'esponenziale diffusione del COVID-19, sfruttano la tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto dei prodotti reclamizzati.

CONSIDERATO che, alla luce delle suesposte considerazioni, sussistono le esigenze di estrema gravità, urgenza e indifferibilità del provvedimento cautelare dell'Autorità ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, consistenti:

- i) nell'attualità delle condotte contestate;
- ii) nel coinvolgimento della generalità dei consumatori in ragione della esponenziale diffusione del COVID-19;
- iii) nello sfruttamento della tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto;

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergano elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolari esigenze di indifferibilità, al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta - consistente nell'indurre i consumatori, per il tramite del sito *web* <https://www.tigershop.it/>, ad acquistare *on line* i prodotti pubblicizzati sul falso presupposto della loro valenza preventiva, della provenienza da produttori affidabili, del possesso di caratteristiche qualitative e tecniche nonché della rapidità di consegna - continui ad essere posta in essere nelle more dello svolgimento del procedimento di merito;

RITENUTO, dunque, che sussistano i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento nei confronti del Professionista con riferimento al sito *web* <https://www.tigershop.it/>;

DISPONE

a) che, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, il Professionista, dalla data di comunicazione

del presente provvedimento, sospenda immediatamente la promozione e vendita, attraverso il nome a dominio <https://www.tigershop.it/>, dei dispositivi individuali di protezione che risultino difformi da quelli pubblicizzati, in termini di caratteristiche qualitative e tecniche, certificazioni/validazioni e provenienza, e che non siano disponibili per la consegna entro i tempi indicati;

b) che il Professionista presenti, entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, una relazione che dia conto delle iniziative assunte in ottemperanza a quanto disposto *sub a*);

c) che la parte interessata possa, entro sette giorni dalla notifica del presente provvedimento, presentare memorie scritte e documenti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera 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.

Il presente provvedimento sarà comunicato 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 per il 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 comunicazione 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 comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano

Gabriella Muscolo