



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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;

VISTA la comunicazione del 17 aprile 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12524 nei confronti delle Società BAT Italia S.p.A., Amazon Services Europe S.à.r.l. e Amazon Italia Customer Services S.r.l.;

VISTA la comunicazione del 27 aprile 2023, con cui è stata integrata la comunicazione di avvio del procedimento nei confronti della Società Amazon EU S.à r.l.;

VISTA la propria decisione del 25 ottobre 2023 con la quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze connesse alla valutazione degli impegni presentati dalle Parti;

VISTA la propria decisione del 19 dicembre 2023 con la quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di

esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento in questione;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

British American Tobacco Italia S.p.A. (di seguito anche “BATI”, “Professionista” o “Società”), in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale a Roma e attiva nella produzione, anche a mezzo terzi, importazione, esportazione, trasporto, stoccaggio, distribuzione e commercializzazione dei prodotti del tabacco o di dispositivi elettronici da fumo. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo pari ad oltre [100-1.000]* milioni di euro¹.

Amazon EU S.à r.l. (di seguito anche “AEU IT”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale in Lussemburgo, ha come scopo principale la vendita di beni e servizi attraverso alcuni siti *web*. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo superiore a [1-100] miliardi di euro².

Amazon Services Europe S.à r.l. (di seguito anche “ASE”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale in Lussemburgo e operante nella fornitura dei servizi di *hosting* di Amazon in Europa, attraverso i quali i venditori terzi indipendenti offrono in vendita i loro prodotti sulla piattaforma Amazon. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo pari a circa [1-100] miliardi di euro³.

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

¹ Cfr. doc. n. 26, all. 4. Bilancio dell’esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

² Cfr. doc. n. 29 all. 4.

³ Cfr. doc. n. 29 all. 5.

Amazon Italia Customer Services S.r.l. (di seguito anche “AICS”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale a Milano, svolge “attività di Customer Service destinata a supportare le esigenze di relazione in favore della clientela Amazon di lingua italiana” ed è posseduta al 100% da Amazon EU S.à r.l. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta un valore della produzione pari a circa [1-100] milioni di euro⁴.

Le associazioni di consumatori, Unione Nazionale Consumatori (di seguito anche “UNC”) in qualità di segnalante⁵ e Unione per la Difesa dei Consumatori (di seguito, “U.Di.Con.”), ammessa a partecipare al procedimento in base all’istanza avanzata ai sensi dell’articolo 10 del Regolamento⁶.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

1. Il procedimento è stato avviato per valutare la condotta posta in essere da BATI, ASE, AICS e AEU IT in danno ai consumatori nell’ambito della promozione dei prodotti da fumo a tabacco riscaldato Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air (di seguito, “Dispositivo” o “Dispositivi”). Tale condotta è stata effettuata tramite cartelloni pubblicitari e spot cinematografici, nonché sul sito Glo e sul sito Amazon.it.

2. La condotta riguarda l’omissione, la presentazione in maniera ingannevole e/o la non evidenziazione delle due principali avvertenze per l’uso di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, rappresentate dall’inevitabile consumo di nicotina nell’utilizzarli e dalla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori⁷.

3. Glo Hyper X2, così come Glo Hyper Air, sono “*prodotti del tabacco da fumo*”, a tabacco riscaldato, non bruciato, nel senso che nel dispositivo elettronico va inserito uno *stick* di tabacco che viene riscaldato ad alta temperatura. L’emissione generata da tale processo contiene nicotina a

⁴ Cfr. doc. n. 29 all. 6.

⁵ Cfr. doc. n. 8.

⁶ Cfr. doc. n. 28.

⁷ la legge n. 189/2012, che ha convertito il decreto-legge, n. 158/2012, ha introdotto il divieto di vendita delle sigarette ai minori di diciotto anni, innalzando il limite di sedici anni previsto dall’articolo 25 del regio decreto n. 2316/1934.

concentrazioni elevate, come indicato in una segnalazione del Ministero della Salute⁸.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. A seguito delle segnalazioni dell'Associazione UNC - Unione Nazionale Consumatori del 13 febbraio 2023 e del Ministero della Salute del 17 febbraio 2023⁹ relative alla condotta sopra descritta, in data 17 aprile 2023 è stato comunicato a BATI, ASE e AICS l'avvio del procedimento istruttorio PS12524 per possibile violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, comma 2, e 4 lettera. a), del Codice del consumo¹⁰.

5. In data 18 aprile 2023, è stata inviata la comunicazione di avvio all'Associazione di consumatori UNC¹¹.

6. In data 27 aprile 2023, è stato esteso il procedimento nei confronti di AEU IT, a seguito dell'istanza di partecipazione al procedimento pervenuta in data 24 aprile 2023¹² da parte di AEU IT stessa, che dichiarava di essere l'unico soggetto responsabile dell'offerta del dispositivo Glo Hyper X2 sulla piattaforma Amazon.it. In data 28 aprile 2023 è stata comunicata l'estensione soggettiva del procedimento a BATI, ASE, AICS e UNC¹³.

7. In data 17 maggio 2023, BATI ha inviato la propria memoria difensiva e presentato una proposta di impegni e, il successivo 19 maggio 2023 ha fornito risposta alla richiesta di informazioni¹⁴, formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. In data 17 maggio 2023, anche ASE, AICS e AEU IT hanno inviato la risposta alla richiesta di informazioni formulata con la comunicazione di avvio del procedimento, nonché la memoria difensiva e una proposta di impegni¹⁵.

9. In data 17 maggio 2023, è stata ammessa a partecipare al procedimento l'Associazione di consumatori U.Di.Con., ai sensi dell'articolo 10 del

⁸ Cfr. doc. n. 2.

⁹ Cfr. docc. nn. 1 e 2.

¹⁰ Cfr. docc. nn.6 e 7.

¹¹ cfr. doc. n. 8.

¹² Cfr. docc. n. 18 e 13.

¹³ Cfr. doc. n. 22.

¹⁴ Cfr. docc. nn. 26 e 31.

¹⁵ Cfr. docc. nn. 27 e 29.

Regolamento. L'accoglimento dell'istanza di partecipazione è stato comunicato a BATI, ASE, AICS e AEU IT nella medesima data¹⁶.

10. In data 19 luglio 2023, sono state rigettate dall'Autorità sia la proposta di impegni di ASE, AICS e AEU IT che la proposta di impegni di BATI¹⁷.

11. In data 20 luglio 2023, sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sui siti *internet* dei Professionisti e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*¹⁸.

12. In data 20 luglio 2023 è stata inviata a BATI, ASE, AICS, AEU IT, UNC e U.Di.Con. un'integrazione della comunicazione di avvio del procedimento¹⁹, estendendo l'oggetto, inizialmente inerente all'attività promozionale del prodotto a tabacco riscaldato Glo Hyper X2, anche all'attività promozionale del nuovo prodotto commercializzato, Glo Hyper Air.

13. In data 24 luglio 2023, è pervenuta un'istanza di audizione da parte di ASE, AICS e AEU IT, che si è svolta in data 2 agosto 2023²⁰.

14. In data 27 luglio 2023, BATI ha inviato le proprie osservazioni in merito alla decisione dell'Autorità di rigettare gli impegni ed estendere il procedimento anche a un altro prodotto da fumo a tabacco riscaldato di BATI, Glo Hyper Air, formulando istanza di audizione, che si è svolta il 7 settembre 2023²¹.

15. Sono pervenute le risposte alle richieste di informazioni, formulate con l'integrazione alla comunicazione di avvio del procedimento, in data 9 agosto 2023 da parte di BATI, in data 11 agosto 2023 da parte di ASE, AICS e AEU IT, le quali hanno inviato nella medesima data anche le proprie osservazioni in merito alla comunicazione di integrazione del procedimento²².

16. In data 17 agosto 2023, BATI ha inviato la propria memoria difensiva e in data 31 agosto 2023 ha formulato una nuova proposta di impegni, integrandola in data 12 settembre 2023²³.

¹⁶ Cfr. doc. nn. 28 e 30.

¹⁷ Cfr. docc. nn. 35 e 36.

¹⁸ Cfr. doc. n. 38.

¹⁹ Cfr. doc. n. 37.

²⁰ Cfr. docc. nn. 41 e 55.

²¹ Cfr. docc. nn. 47 e 67.

²² Cfr. docc. nn. 56; 58 e 59.

²³ Cfr. docc. nn. 60; 61 e 68.

17. In data 4 settembre 2023, anche ASE, AICS e AEU IT hanno inviato una nuova proposta di impegni, integrandola in data 26 settembre 2023 e 18 ottobre 2023²⁴.

18. In data 25 ottobre 2023, sono state rigettate dall’Autorità sia la nuova proposta di impegni di ASE, AICS e AEU IT che la nuova proposta di impegni di BATI²⁵.

19. In data 8 e 15 novembre 2023, sono stati eseguiti rilievi d’ufficio sui siti *internet* dei Professionisti e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*²⁶.

20. In data 15 novembre 2023, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento²⁷.

21. In data 4 dicembre 2023, sono pervenute le memorie conclusive di U.Di.Con. e di BATI, in data 5 dicembre 2023 è pervenuta la memoria conclusiva di ASE, AICS e AEU IT²⁸.

22. In data 6 dicembre 2023 è stata inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi di cui all’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo. Il parere dell’Autorità di settore è pervenuto in data 27 dicembre 2023²⁹.

2) Le evidenze acquisite nel corso del procedimento

a. Le segnalazioni

23. L’Associazione UNC ha inviato due segnalazioni, in data 13 e 14 febbraio 2023, una all’Autorità³⁰ e l’altra al Ministero della Salute³¹, descrivendo alcune condotte scorrette relative all’attività promozionale di Glo modello Hyper X2, prodotto dalla Società British American Tobacco (di seguito, “BAT”) e la cui distribuzione in Italia è curata dalla BATI.

24. Nella segnalazione, l’Associazione UNC evidenziava che sul sito di Amazon Glo Hyper X2 veniva presentato come “*un prodotto innovativo e avanzato, senza fumo e nicotina, dunque senza sostanze nocive, diremmo,*

²⁴ Cfr. docc. nn. 69; 72; 73 e 77.

²⁵ Cfr. docc. nn. 78 e 79.

²⁶ Cfr. docc. nn. 86 e 88.

²⁷ Cfr. doc. n. 89.

²⁸ Cfr. docc. nn. 96; 97 e 98.

²⁹ Cfr. docc. nn. 99; 100 e 108.

³⁰ Cfr. doc. n. 1.

³¹ Cfr. doc. n. 2.

quindi, *salutare*” e BATI pubblicizzava il prodotto in molte città italiane attraverso cartelloni pubblicitari di grandi dimensioni “*nei quali, oltre al nome del prodotto e allo slogan «Riscopri lo stile a modo tuo», l'unica scritta che compare, con caratteri minuscoli, è: «Prodotto destinato esclusivamente a consumatori adulti»*”.

25. Secondo l'associazione segnalante, l'informazione fornita al consumatore risultava omissiva e contraddittoria, in quanto non appariva chiaro se il prodotto era senza o con nicotina, circostanza che “*da sola poteva essere considerata sufficiente ad indurre in errore il consumatore medio*”.

26. In data 17 febbraio 2023, il Ministero della Salute inoltrava all'Autorità la segnalazione dell'UNC, sottolineando la criticità di quanto segnalato dall'Associazione stessa, “*ovvero la promozione on-line di un dispositivo elettronico, di per sé privo di ingredienti, ma unicamente utilizzabile per il consumo degli stick di tabacco, come prodotto «senza nicotina»*”.

27. Il Ministero della Salute invitava, pertanto, l'Autorità ad approfondire la questione per i propri profili di competenza, in quanto la condotta in questione “*a parere dello scrivente, si profilerebbe come chiara violazione dei doveri inerenti alla corretta comunicazione pubblicitaria tra imprese e consumatori*”³².

b. Attività promozionale di BAT Italia: cartelloni pubblicitari, spot cinematografici e sito Glo

28. A partire dal 7 settembre 2022, è stato commercializzato in Italia il dispositivo Glo Hyper X2. Fino al 30 aprile 2023 sono stati venduti da BATI in Italia n. [100.000-800.000] device Glo Hyper X2 di cui n. [10.000-200.000] online. Sono stati anche venduti da BATI n. [10.000,000-50.000.000] pacchetti di *stick* “Neo”, utilizzabili esclusivamente nel *device* Glo Hyper X2, per un fatturato complessivo di [10.000.000-100.000.000] euro³³.

29. Nel medesimo periodo considerato (7 settembre 2022-30 aprile 2023) gli utenti italiani registrati al sito Glo che hanno acquistato un device *online* o *offline*³⁴ sono stati [10.000-100.000].

30. Per la campagna promozionale di Glo Hyper X2, condotta in Italia da BATI nel medesimo periodo, sono stati investiti circa [1-10] milioni di euro di cui [1-10] milioni di euro per affissioni in trentaquattro capoluoghi ([1.000-

³² Cfr. *ibidem*.

³³ Cfr. doc. n. 31.

³⁴ Per attivare la garanzia è necessaria la registrazione sul sito Glo.

10.000] cartelloni pubblicitari di diversi formati, anche di grandissime dimensioni, ad esempio oltre 100 mq), [1-10] milioni di euro per *digital advertising*, [100.000-200.000] euro per le sale cinematografiche (n. [100.000-500.000] spot sono stati trasmessi prima dell'inizio dei film). Dal mese di settembre 2022, l'aumento delle vendite del Dispositivo su base mensile è passato dai n. [10.000-50.000] pezzi di settembre 2022 ai n. [15.000-100.000] di aprile 2023, con una percentuale di incremento pari al [100-200%].

31. Nei cartelloni pubblicitari presenti nelle città italiane (Figg. 1.1 e 1.2), oltre al nome del prodotto Glo Hyper X2, agli slogan “Riscopri lo stile a modo tuo” o “Riscopri il design a modo tuo” e al riferimento alla disponibilità del prodotto “Nelle migliori tabaccherie o su discoverglo.it”, l'unica avvertenza presente in basso, a caratteri assai ridotti era il “Prodotto è destinato esclusivamente a consumatori adulti”. Inoltre, non era presente alcuna indicazione in merito al fatto che l'uso del prodotto comporta il consumo di nicotina³⁵.

Figura 1.1 Cartellone pubblicitario



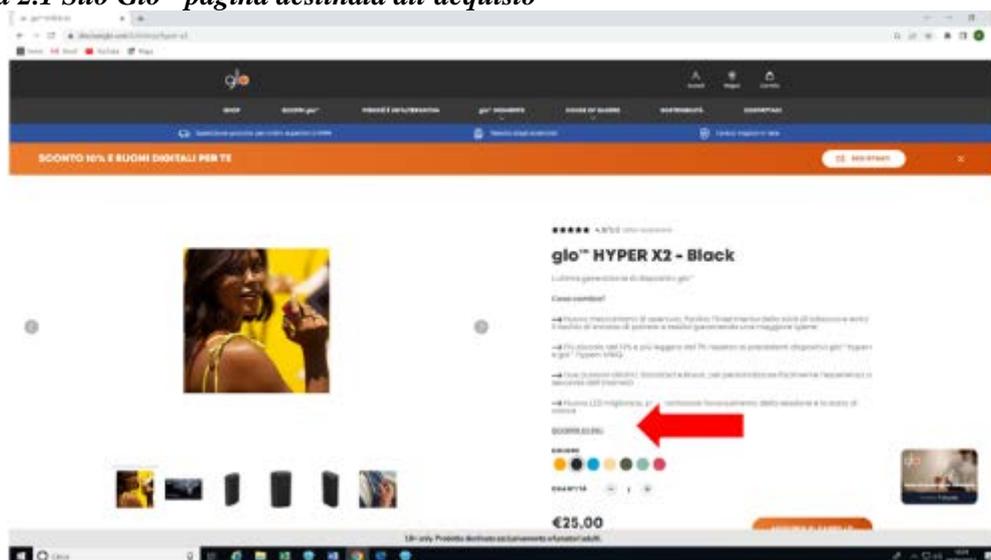
³⁵ Cfr. doc. n. 31.

Figura 1.2 Cartellone pubblicitario



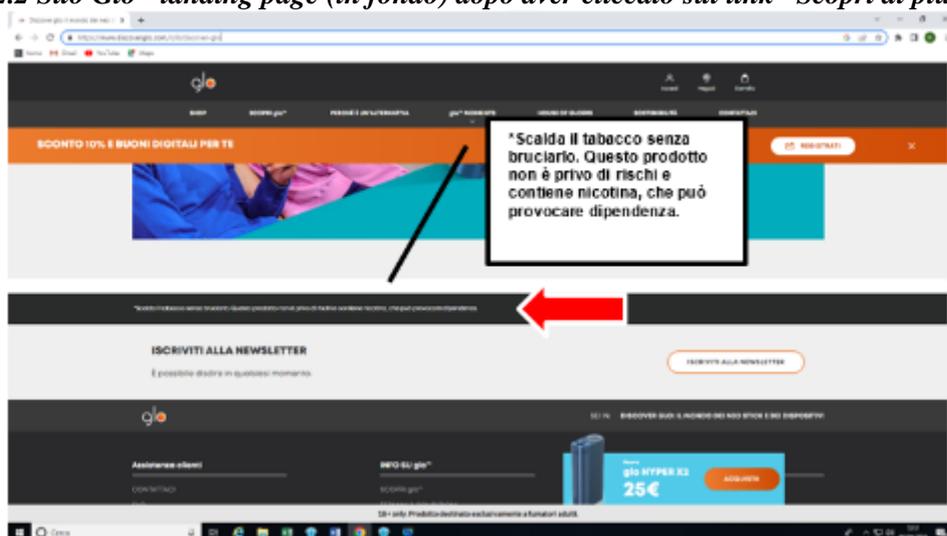
32. Anche sul sito Glo, nella pagina del prodotto selezionato per l'acquisto³⁶ (figura n. 2.1), non erano immediatamente visibili le due avvertenze: quella relativa alla presenza di nicotina e quella relativa all'uso del prodotto destinato esclusivamente agli adulti. Invero, l'informazione relativa alla nocività del prodotto per effetto della nicotina poteva essere individuata dal consumatore solo cliccando sul *link*, a consultazione eventuale, "Scopri di più", in una nota, a caratteri ridotti, posta in fondo alla pagina (figura n. 2.2).

Figura 2.1 Sito Glo - pagina destinata all'acquisto



³⁶ <https://www.discoverglo.com/it/it/shop/hyper-x2>.

Figura 2.2 Sito Glo - landing page (in fondo) dopo aver cliccato sul link “Scopri di più”



33. Durante l’*iter* istruttorio e, precisamente, a partire dal 15 maggio 2023, BATI ha avviato in Italia la commercializzazione di un altro prodotto a tabacco riscaldato, analogo a Glo Hyper X2, già oggetto del procedimento. Il nuovo prodotto commercializzato da BATI era Glo Hyper Air, più funzionale, in quanto più leggero e compatto, con un’apertura a scorrimento, invece di quella a scatto e con tempi di ricarica più rapidi³⁷.

34. Anche per Glo Hyper Air sono stati riscontrati i medesimi profili di criticità rilevati per l’attività promozionale relativa a Glo Hyper X2, effettuata sui vari canali pubblicitari utilizzati. A tale proposito, era pervenuta, in data 4 luglio 2023, una segnalazione da parte dell’Associazione di consumatori U.Di.Con, che ha partecipato al procedimento³⁸.

35. Anche per la sigaretta Glo Hyper Air sono state, infatti, omesse, presentate in maniera ingannevole e/o non evidenziate le due principali avvertenze per l’uso del prodotto (la presenza di nicotina nello *stick* da usare con Glo Hyper Air e la circostanza che il prodotto non è destinato ai minori).

36. In particolare, sui cartelloni pubblicitari che pubblicizzavano il nuovo prodotto risultava assente il riferimento al rischio di nocività per la presenza di nicotina, mentre non era adeguatamente evidenziata la destinazione d’uso ai soli consumatori di età superiore ai diciotto anni (figure nn. 3.1 e 3.2. Si veda la posizione e la dimensione dell’avvertenza “*prodotto destinato esclusivamente a consumatori adulti*”).

³⁷ Cfr. doc. n. 56.

³⁸ Cfr. doc. n. 34.

Figura 3.1 Glo Hyper Air - Cartellone pubblicitario nel centro commerciale “Porta di Roma” a Roma³⁹



Figura 3.2 Glo Hyper Air - Cartellone pubblicitario nel centro commerciale “Porta di Roma” a Roma⁴⁰



37. Nella risposta alla richiesta di informazioni del 9 agosto 2023, BATI ha dichiarato di aver sospeso tutte le campagne promozionali già programmate per l'autunno a mezzo cartellonistica⁴¹.

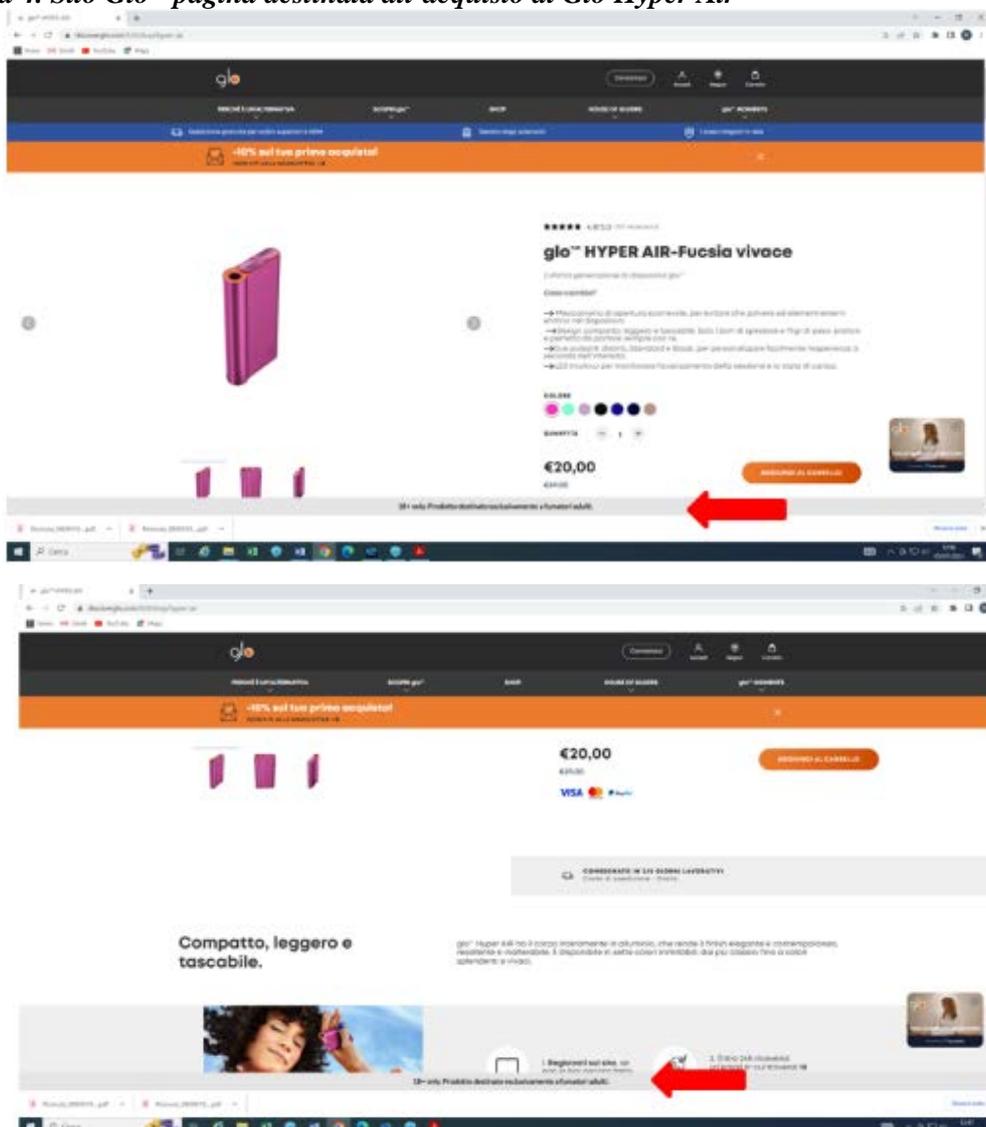
³⁹ Ibidem.

⁴⁰ Ibidem.

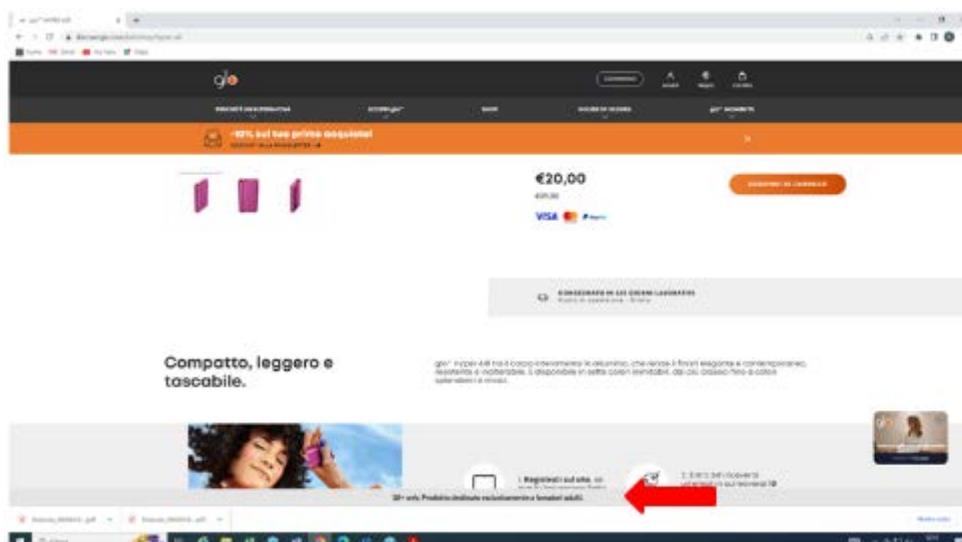
⁴¹ Cfr. doc. n. 56.

38. Nella pagina d'acquisto sul sito Glo (figura n. 4), invece, risultava non evidenziata l'informazione relativa alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori e difficilmente ravvisabile l'informazione relativa alla nocività del prodotto.

Figura 4. Sito Glo - pagina destinata all'acquisto di Glo Hyper Air⁴²



⁴² Cfr. doc. n. 38.



39. Dalla data di commercializzazione di Glo Hyper Air, il 15 maggio 2023, sino al 31 luglio 2023 sono stati venduti [100.000-200.000] device di cui [10.000-100.000] online (siti discoverglo + Amazon); mentre sono stati venduti [1.000.000-10.000.000] pacchetti di stick “Neo”, per un fatturato complessivo di €[1.000.000-20.000.000]. I consumatori registrati (utenti che hanno creato un profilo su *e-commerce* e hanno comprato o hanno registrato un *device* comprato offline) sono stati [1.000-10.000].

40. Per la campagna promozionale di Glo Hyper Air, condotta in Italia da BATI nel medesimo periodo, sono stati investiti complessivamente [1-10] milioni di euro, di cui [1-10] milioni di euro per affissioni e [100.000-1.000.000] euro per *digital advertising*. Dal mese di maggio 2023, il *trend* d’incremento delle vendite del Prodotto su base mensile è passato da [10.000-100.000] pezzi (per i quindici giorni di maggio) a [10.000-100.000] a giugno del 2023 e [10.000-100.000] a luglio del 2023. I cartelloni pubblicitari utilizzati nel periodo considerato sono stati collocati in ventuno capoluoghi di provincia⁴³ per un totale di [1.000-10.000] impianti di dimensioni diverse (anche di mega dimensioni, ossia oltre 100 mq)⁴⁴.

41. Con comunicazione del 27 luglio 2023⁴⁵, BATI ha dichiarato di aver attuato, a partire dal 24 luglio 2023, modifiche per migliorare l’informazione relativa alla presentazione e vendita *online* dei dispositivi, in particolare del nuovo dispositivo Glo Hyper Air messo in commercio. Si tratta di cambiamenti relativi alla presentazione del dispositivo Air su Amazon, per i

⁴³ Torino, Genova, Milano, Brescia, Padova, Verona, Trieste, Bologna, Parma, Perugia, Firenze, Roma, Napoli, Salerno, Bari, Cosenza, Catania, Palermo, Brindisi, Cagliari e Venezia.

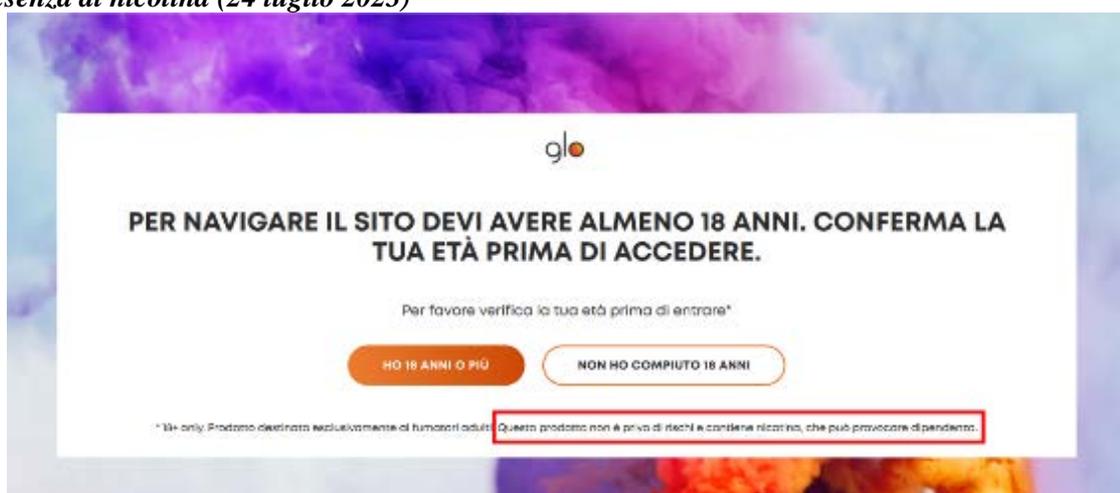
⁴⁴ Cfr. doc. n. 56.

⁴⁵ Cfr. doc. n. 47.

quali si veda oltre (figure nn. 13 e 14), e sul *website* “*discoverglo.it*” (figure n. 5, 6 e 7).

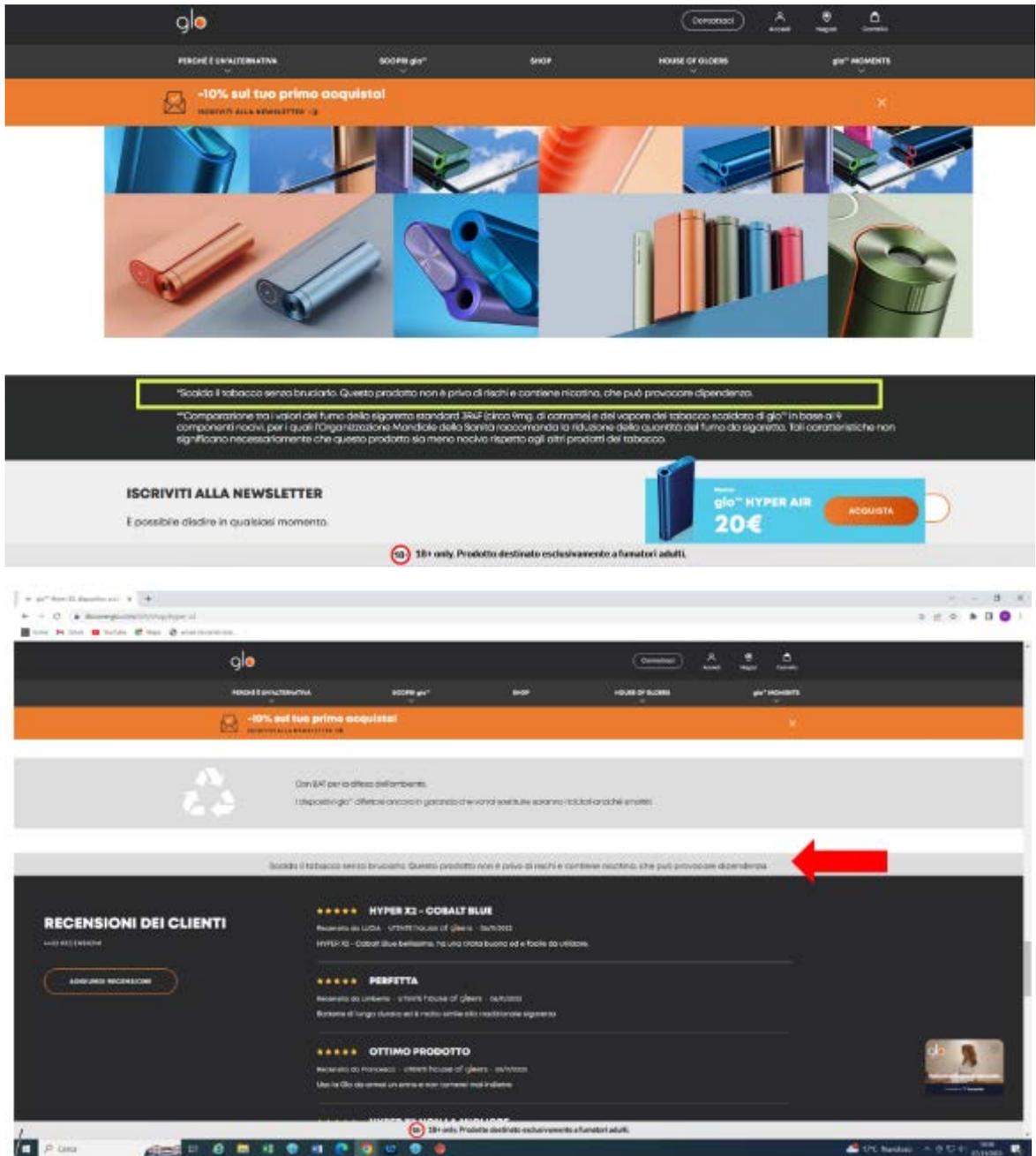
42. Sul sito *web* “*discoverglo.it*”, BATI ha inserito, nella pagina di accesso al sito accanto all’avvertenza relativa alla destinazione d’uso ai soli consumatori di età superiore ai 18 anni (figura n. 5) e in fondo alle pagine del sito in formato più grande (figura n. 6), un *disclaimer* sulla nocività del prodotto “*Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza*”, che risulta accessibile al consumatore, però, soltanto oltre la sesta schermata, scrollando l’intera pagina. BATI, invece, ha disposto che in ogni pagina del sito, in basso nella parte sempre visibile della schermata, fosse maggiormente evidenziato in grassetto che il prodotto non è destinato ai minori, facendo precedere il *disclaimer* da un disco cerchiato in rosso con l’indicazione di 18+ (Fig. 7).

Figura 5- Sul sito “*discoverglo.it*” *disclaimer* iniziale per accesso ai soli maggiorenni e relativo alla presenza di nicotina (24 luglio 2023)⁴⁶



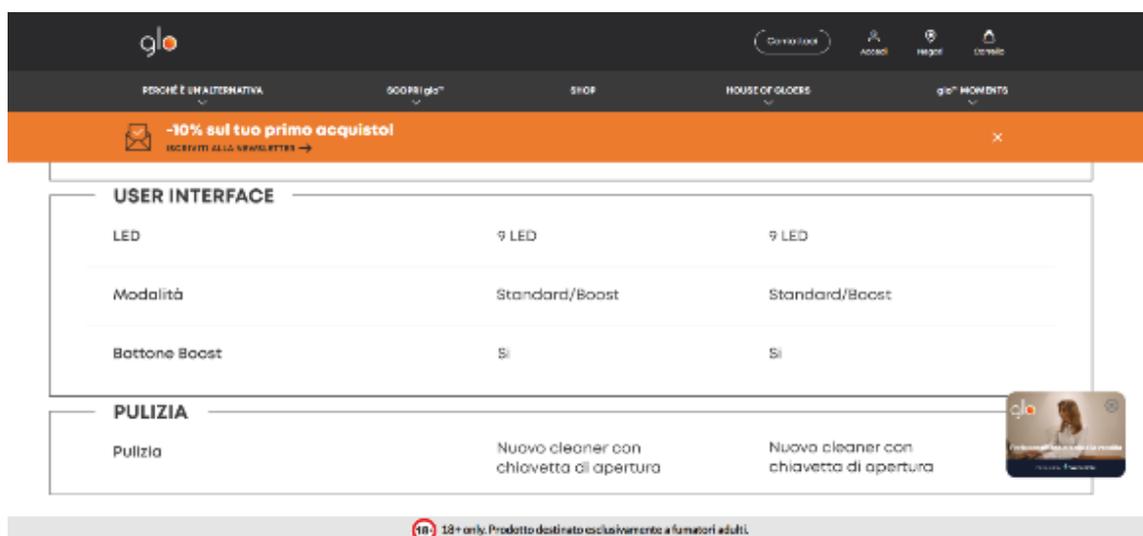
⁴⁶ *Ibidem.*

Figura 6- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer in fondo alla pagina web relativo alla presenza di nicotina (24 luglio 2023 e 8 novembre 2023)⁴⁷



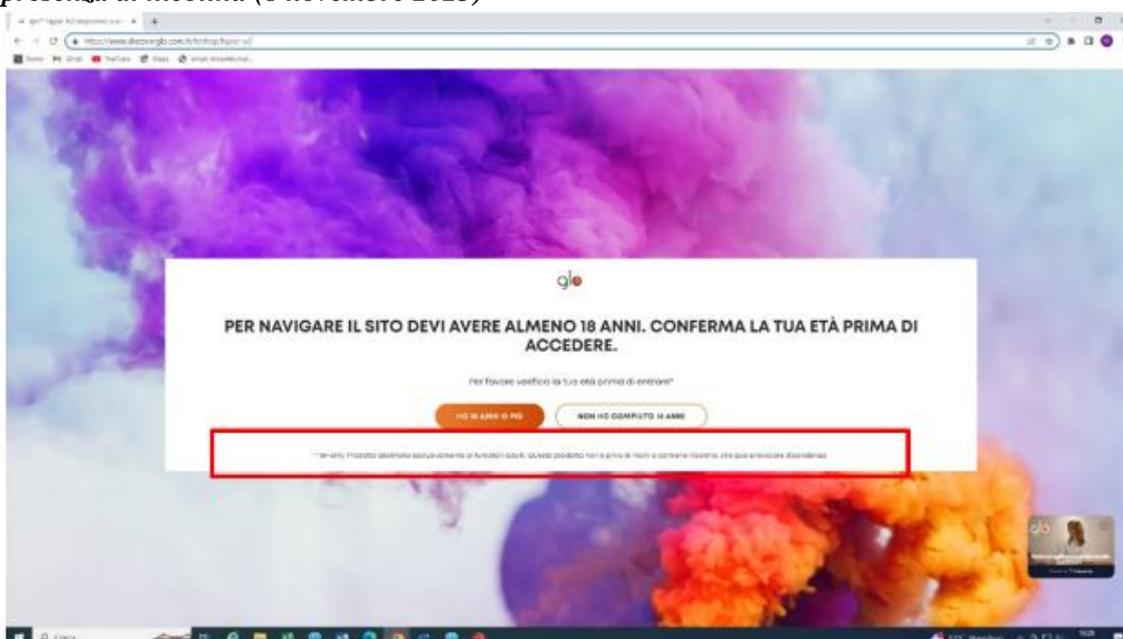
⁴⁷ *Ibidem* e anche doc. n. 86.

Figura7- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer presente in ogni pagina del sito relativo alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori⁴⁸



43. Attualmente, le modifiche apportate al sito Glo da BATI ed entrate in vigore dal 24 luglio 2023 risultano invariate, a eccezione della riduzione della dimensione dei caratteri utilizzati per la nota relativa alle due avvertenze, inserita prima dell’accesso al sito che presenta dei caratteri più ridotti (figure nn. 5 e 8).

Figura 8- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer iniziale per accesso ai soli maggiorenni e alla presenza di nicotina (8 novembre 2023)⁴⁹



⁴⁸ Ibidem.

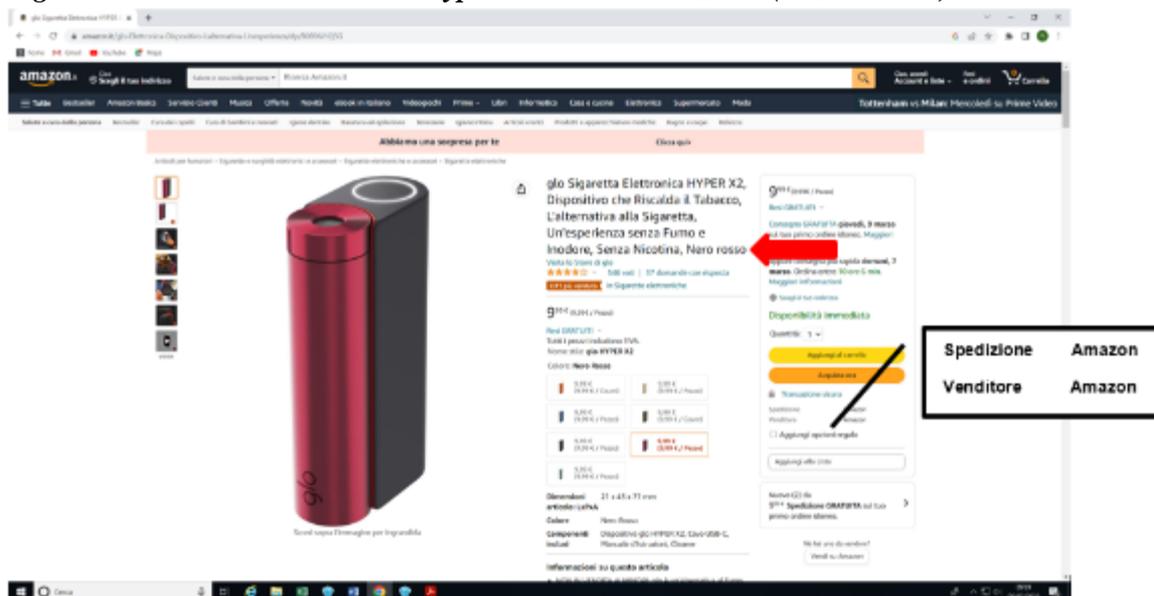
⁴⁹ Cfr. doc. n. 86.

c. Attività promozionale sul sito Amazon.

44. L'attività promozionale di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air è stata condotta dalle Società del gruppo Amazon unicamente sulla piattaforma di vendita Amazon. Ogni prodotto offerto in vendita ha sulla piattaforma una pagina dedicata, specifica che include le informazioni sull'articolo in vendita sotto forma di testo e/o immagine. Su Amazon sono in vendita esclusivamente i dispositivi e non è, invece, consentita la vendita degli *stick* di tabacco da utilizzare nei dispositivi a tabacco riscaldato.

45. Nella scheda di Glo Hyper X2 (figura n.9.1) presente sulla piattaforma Amazon.it e di cui Amazon risultava il venditore (figura n. 9.1), era indicato che esso è un “*dispositivo che riscalda il tabacco, l'alternativa alla sigaretta, un'esperienza senza fumo e inodore, senza nicotina*”⁵⁰, (sottolineatura aggiunta).

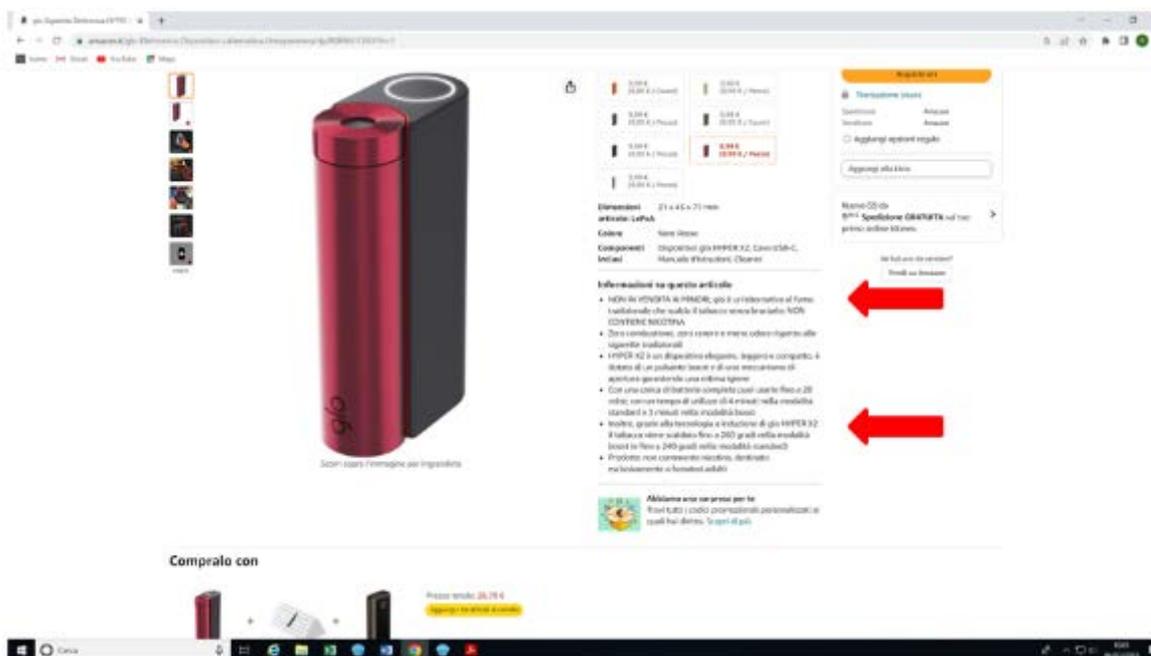
Figura 9.1- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (inizio scheda)⁵¹



⁵⁰ <https://www.amazon.it/glo-Elettronica-Dispositivo-Lalternativa-Unesperienza/dp/B0B96J1Q5G>.

⁵¹ Cfr. doc. n. 3.

Figura 9.2- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (Informazioni su questo articolo)



46. Nella sezione “*Informazioni su questo articolo*” (figura n. 9.2), presente nella medesima scheda, viene ribadita testualmente, e persino evidenziata, l’assenza di nicotina:

- “*NON IN VENDITA AI MINORI; glo è un’alternativa al fumo tradizionale che scalda il tabacco senza bruciarlo; NON CONTIENE NICOTINA*”
- *Zero combustione, zero cenere e meno odore rispetto alle sigarette tradizionali*
- *HYPER X2 è un dispositivo elegante, leggero e compatto, è dotato di un pulsante boost e di un meccanismo di apertura garantendo una ottima igiene*
- *Con una carica di batteria completa puoi usarlo fino a 20 volte; con un tempo di utilizzo di 4 minuti nella modalità standard e 3 minuti nella modalità boost*
- *Inoltre, grazie alla tecnologia a induzione di glo HYPER X2 il tabacco viene scaldato fino a 260 gradi nella modalità boost (e fino a 240 gradi nella modalità standard)*
- *Prodotto non contenente nicotina, destinato esclusivamente a fumatori adulti*” (sottolineature aggiunte).

Figura 9.3- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (Descrizione del prodotto)

Descrizione Prodotto

glo

NEW HYPER X2

RISCOPRIAMO IL GUSTO, A MODO NOSTRO

FINO A 20 UTILIZZI CON UNA RICARICA COMPLETA

1. Dispositivo
2. Design
3. Batteria
4. Sensori

L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA*

Un dispositivo innovativo e facile da usare che invece di bruciare il tabacco, lo riscalda, offrendo un'esperienza senza fumo e inodore. glo HYPER X2 grazie all'esclusiva Induction Heating Technology[®], scalda rapidamente il tabacco fino ad una temperatura di 260°, senza mai bruciarlo.

*Scalda il tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza. Prodotto destinato esclusivamente a fumatori adulti.

47. Scorrendo la pagina *web* della scheda, nella descrizione del prodotto (Fig. 9.3), è riportata un'immagine pubblicitaria il cui messaggio enfatizzava la novità e la facilità d'uso del prodotto (messaggio analogo era presentato anche nella sezione *store* di Amazon.it⁵²): “L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA* un dispositivo innovativo e facile da usare che invece di bruciare il tabacco, lo riscalda, offrendo un'esperienza senza fumo e inodore, glo Hyper X2 grazie all'esclusiva Induction Heating Technology, glo scalda rapidamente il tabacco fino ad una temperatura di 260°, senza mai bruciarlo”. L'asterisco accanto allo slogan “L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA*” rinviava a una nota in fondo all'immagine in cui erano riportate informazioni estremamente rilevanti per il consumatore, ma con caratteri di dimensioni decisamente ridotte e poco leggibili “*Scalda il

⁵² https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_ast_bln.

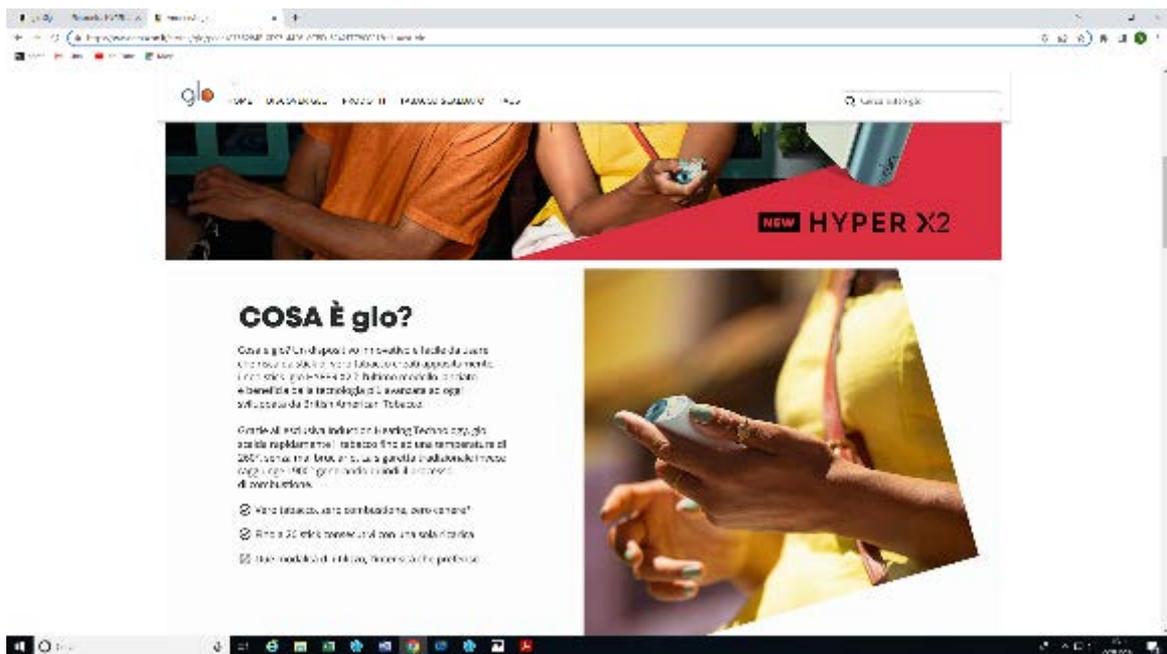
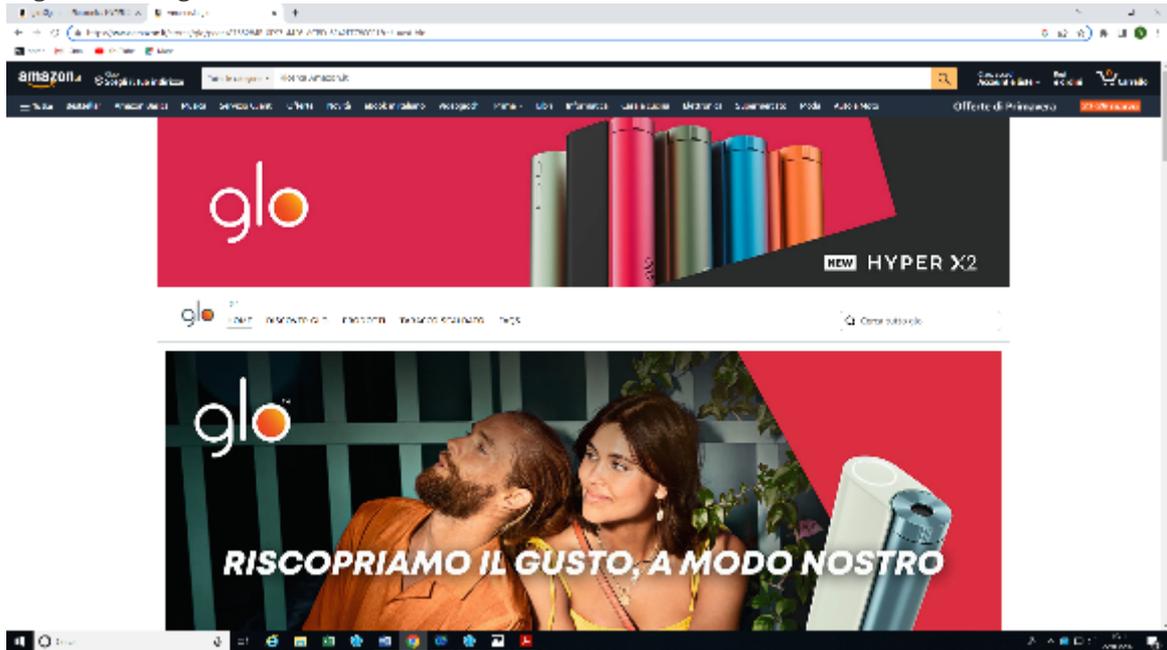
tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina che può provocare dipendenza. Prodotto destinato esclusivamente a fumatori adulti”.

48. L’indicazione dell’assenza di nicotina (figure nn. 9.1 e 9.2) - peraltro più volte riportata nella parte immediatamente visibile della scheda - non era veritiera, in quanto i prodotti a tabacco riscaldato contengono nicotina.

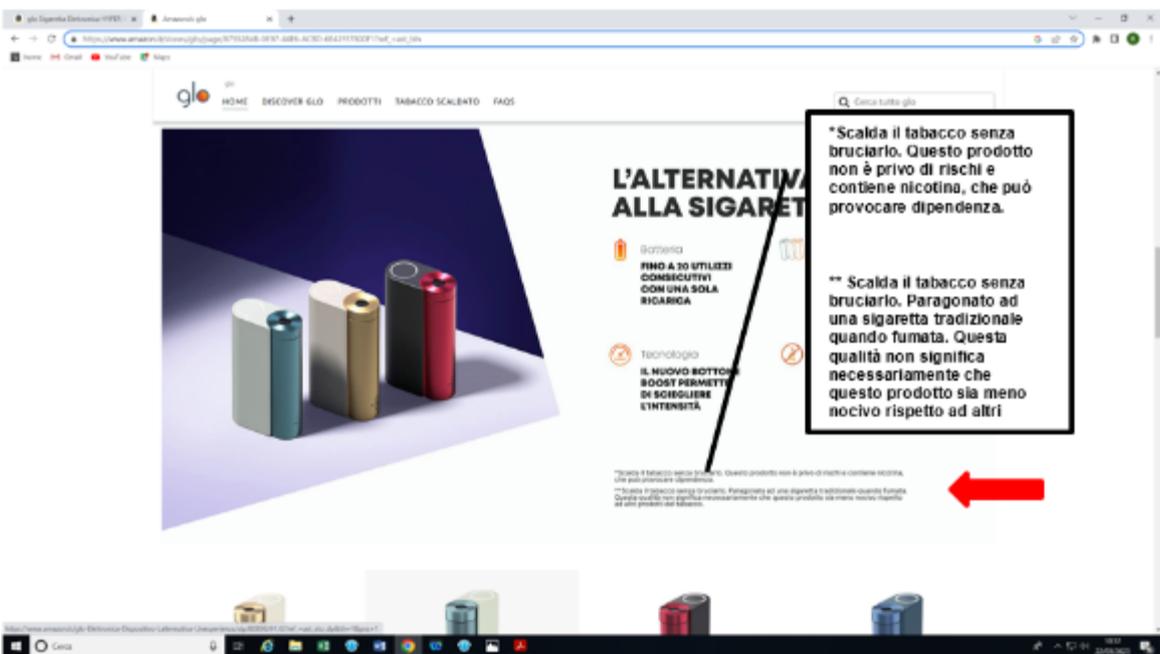
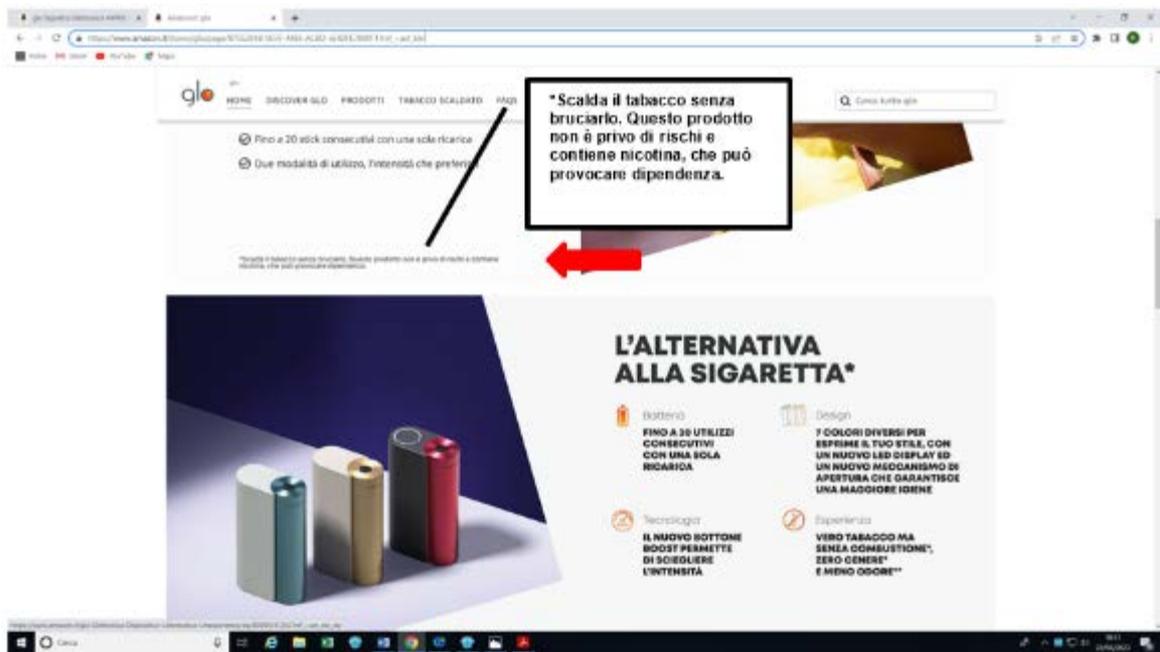
49. Solo nel richiamo con asterisco presente nell’immagine pubblicitaria nel corpo della scheda (figura n. 9.3) era indicato con caratteri molto ridotti che il prodotto non è privo di rischi, in quanto contiene nicotina. La compresenza nella medesima scheda del prodotto di un’informazione (senza nicotina) e altra di segno contrario (contiene nicotina) - peraltro espressa con caratteri grafici molto diversi – creava una situazione confusoria ed ingannevole per cui il consumatore non veniva posto nella condizione di poter comprendere una caratteristica del prodotto assai rilevante, che ha un impatto sulla salute. L’informazione falsa sull’assenza di nicotina era, tra l’altro, di gran lunga più visibile di quella contraria.

50. Nella pagina “Store Glo” del sito Amazon (figura n. 10) era possibile riscontrare la stessa immagine della “Descrizione del prodotto” di Glo Hyper X2 della scheda di vendita di Amazon.it (figura n. 9.3). Soltanto scorrendo la pagina alla terza schermata compariva una avvertenza in nota con caratteri molto ridotti secondo cui il prodotto “*Scalda il tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza*”. Nella quarta schermata veniva ribadita tale avvertenza, a cui veniva aggiunto in un’altra nota che Glo Hyper X2 “*Scalda il tabacco senza bruciarlo. Paragonato a una sigaretta tradizionale quando fumata. Questa qualità non significa necessariamente che questo prodotto sia meno nocivo rispetto ad altri prodotti del tabacco*”. L’informazione relativa alla nocività del prodotto non risultava immediatamente visibile.

Figura 10- Pagina del sito Amazon.it – Store Glo⁵³



⁵³ https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_ast_bln.



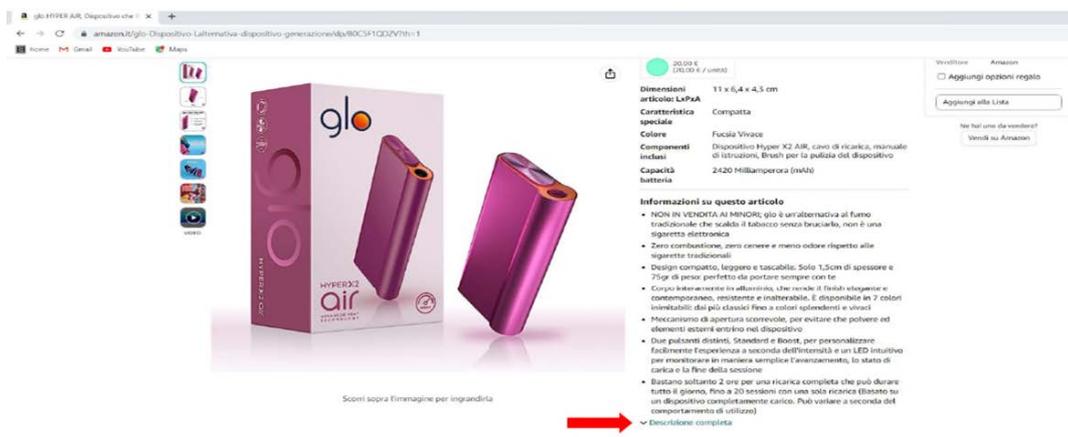
51. L'avvertenza che il prodotto non doveva essere utilizzato dai minori, pur essendo presente nella scheda sul sito Amazon.it, non risultava indicata in maniera adeguata e immediatamente visibile, mentre era del tutto assente nella pagina Store Glo di Amazon.it.

52. A partire dal 18 aprile 2023 (giorno successivo all'invio della Comunicazione di avvio), BATI ha provveduto a far rimuovere dalle Schede dei suddetti Prodotti in vendita sulla piattaforma Amazon il riferimento all'assenza di nicotina o tabacco, inserendo il *wording* che il Dispositivo, "se usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e contiene nicotina".

Tale informazione, però, non era immediatamente visibile nell'elenco delle "Informazioni su questo articolo", perché era necessario cliccare sul link "Descrizione completa" per poterlo visualizzare (figura n. 11)⁵⁴.

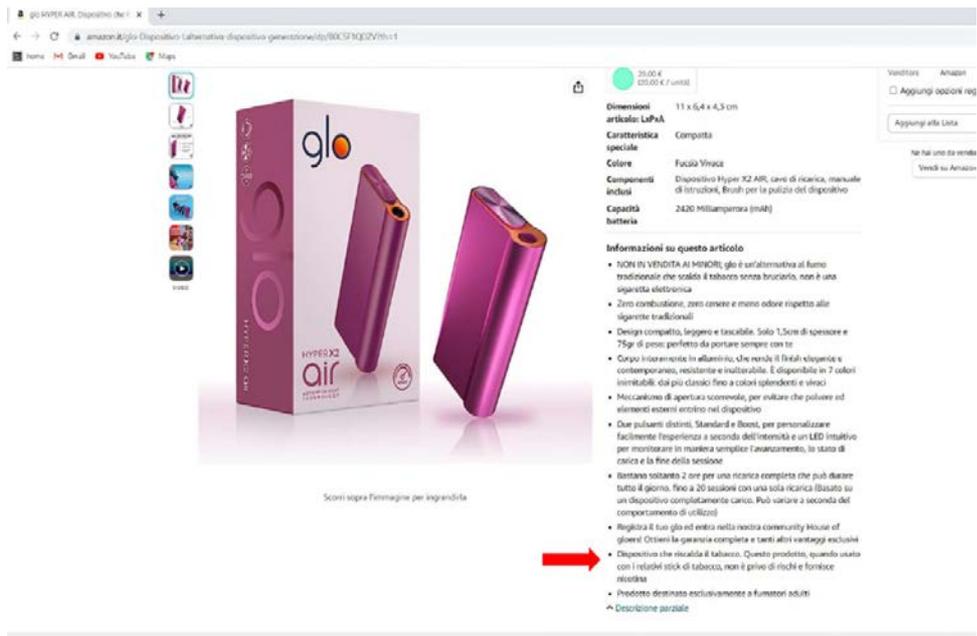
53. A seguito dell'estensione oggettiva del procedimento, con la comunicazione dell'11 agosto 2023,⁵⁵ AEU IT affermava che le informazioni sulla asserita nocività del dispositivo Glo Hyper Air erano già presenti nella pagina-prodotto della piattaforma Amazon. Nella sezione "Informazioni su questo articolo" figurava il wording "Dispositivo che riscalda il tabacco. Questo prodotto, quando usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina". L'informazione, come già indicato in precedenza, era, però, accessibile ai consumatori solo cliccando su "Descrizione completa", a consultazione eventuale (figura n. 11). Secondo il Professionista, il posizionamento di tale informazione nella seconda schermata era dovuto ad una questione tecnica relativa alla numerosità delle informazioni riportate dal Fornitore, ossia da BATI.

Figura-11- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon prima dell'integrazione oggettiva del 20 luglio 2023



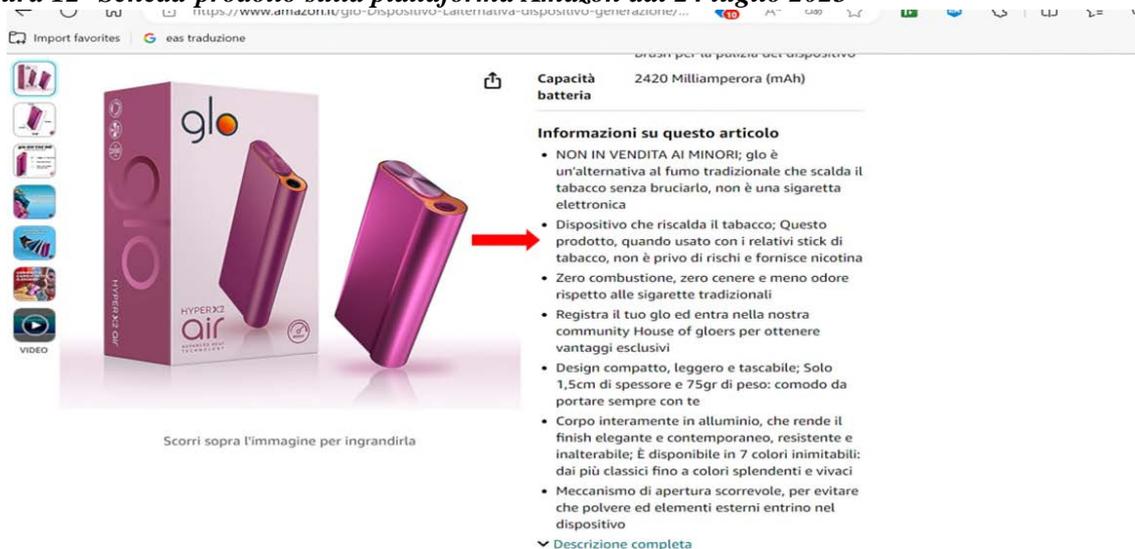
⁵⁴ Cfr. Doc. N. 27.

⁵⁵ Cfr. Doc. N. 59.



54. A seguito della comunicazione di estensione oggettiva del procedimento, BATI era intervenuta tempestivamente presso Amazon per far spostare la suddetta dicitura in cima all'elenco della sezione “*Informazioni su questo articolo*”, per cui dal 24 luglio 2023 il *wording* suindicato risulta immediatamente visibile nell'elenco delle “*Informazioni su questo articolo*” (figure nn. 12, 13 e 14)⁵⁶.

Figura 12- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon dal 24 luglio 2023⁵⁷



⁵⁶ Cfr. doc. n. 47.

⁵⁷ *Ibidem*.

Figura 13- Collocamento più visibile, sulla scheda-prodotto Glo Hyper Air di Amazon, del riferimento della presenza di nicotina (accesso tramite PC)⁵⁸

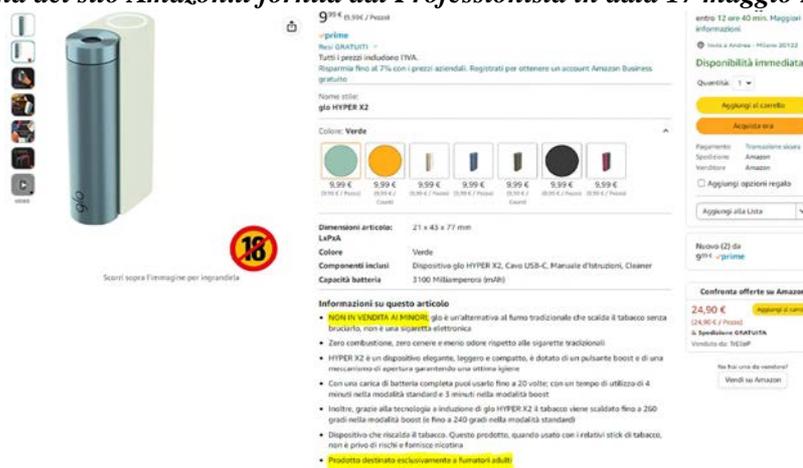


55. Per quanto riguarda l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori, le Società del gruppo Amazon hanno ritenuto che tale informazione fosse già presente nel sito di Amazon nella sezione relativa alla Scheda-prodotto, non considerando necessario dunque provvedere ad ulteriori modifiche, in quanto indicata a caratteri maiuscoli come prima informazione della Scheda-prodotto, riportando anche in fondo alle informazioni la frase *“Prodotto destinato esclusivamente a consumatori adulti”* e mostrando accanto all'immagine del Dispositivo un simbolo barrato, una sorta di divieto di accesso con la scritta 18 e una barra trasversale (figura n. 15)⁵⁹.

⁵⁸ *Idem.*

⁵⁹ Cfr. doc. n. 27.

Figura 15- Pagina del sito Amazon.it fornita dal Professionista in data 17 maggio 2023⁶⁰



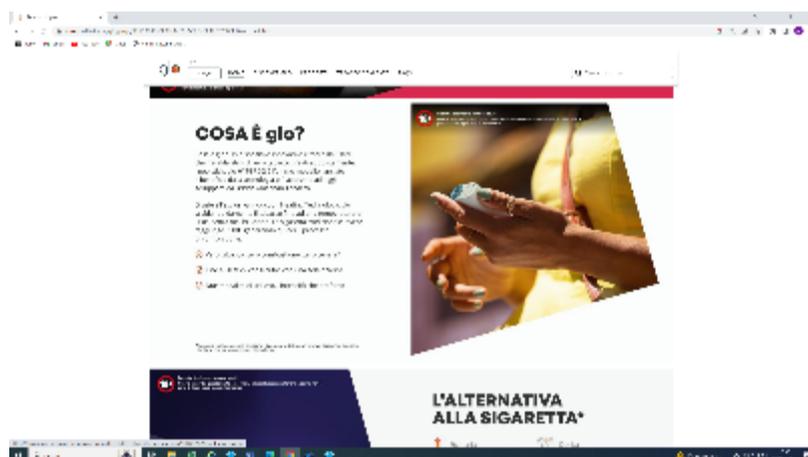
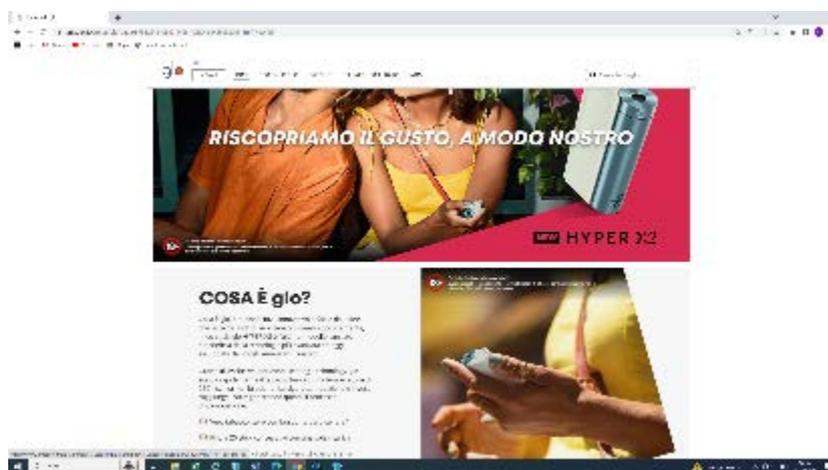
56. In realtà, l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori non è indicata nello *store* di Glo di Amazon (figura n. 10), e in quella stessa pagina, dopo l'illustrazione del prodotto si può già aggiungere al carrello il Dispositivo prescelto, procedendo direttamente all'acquisto senza passare alla pagina di vendita principale, ossia alla Scheda-prodotto (figura n. 9.1).

57. Nella Scheda-prodotto, invece, l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori risulta collocata in modo poco visibile diversamente da quanto indicato dal Professionista. Non compare alcun avviso nella parte della pagina che si può normalmente visualizzare in uno schermo del *computer* di normali dimensioni, né vi è alcuna indicazione nella foto che compare nella scheda (figure nn. 9.1 e 9.2). La scritta "*non in vendita ai minori*" è posizionata più in basso, nelle ulteriori informazioni sul prodotto, non leggibili se non si scorre la pagina. Anche secondo l'ultimo verbale di acquisizione agli atti dell'8 novembre 2023 nelle schermate delle pagine *web* acquisite relative a Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air non risultano apportate modifiche rilevanti, immediatamente e chiaramente visibili, allo *store* Glo di Amazon (figura n. 16) e alla Scheda-prodotto (figura n. 17). L'indicazione sulla vendita ai minori è inserita nello *store* Glo di Amazon in alto nella pagina, ma con un carattere estremamente ridotto accanto ad un cerchio con l'indicazione 18+ all'interno e nella seconda schermata della Scheda-prodotto è riportata un'avvertenza in fondo alle informazioni in merito al fatto che il Dispositivo non è in vendita ai minori⁶¹ (figure nn. 16 e 17).

⁶⁰ Cfr. doc. n. 86. https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_=ast_bln.

⁶¹ Cfr. doc. n. 86.

Figura 16- Pagina del sito Amazon.it – Store Glo⁶²



⁶² Cfr. doc. n. 86.

https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_=ast_bln.

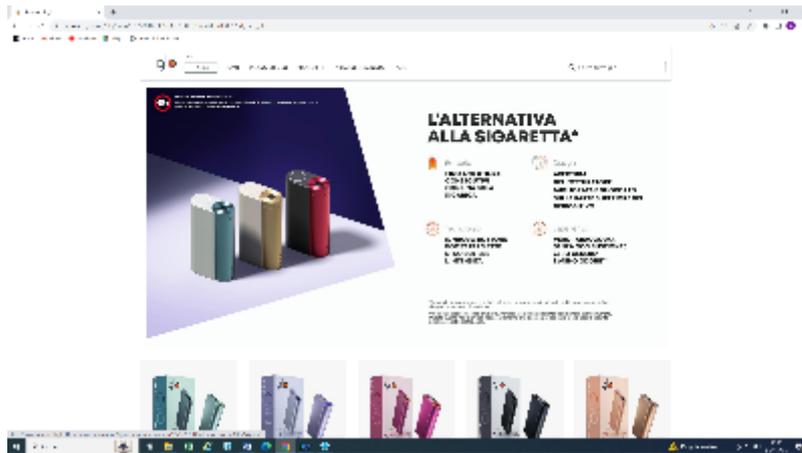
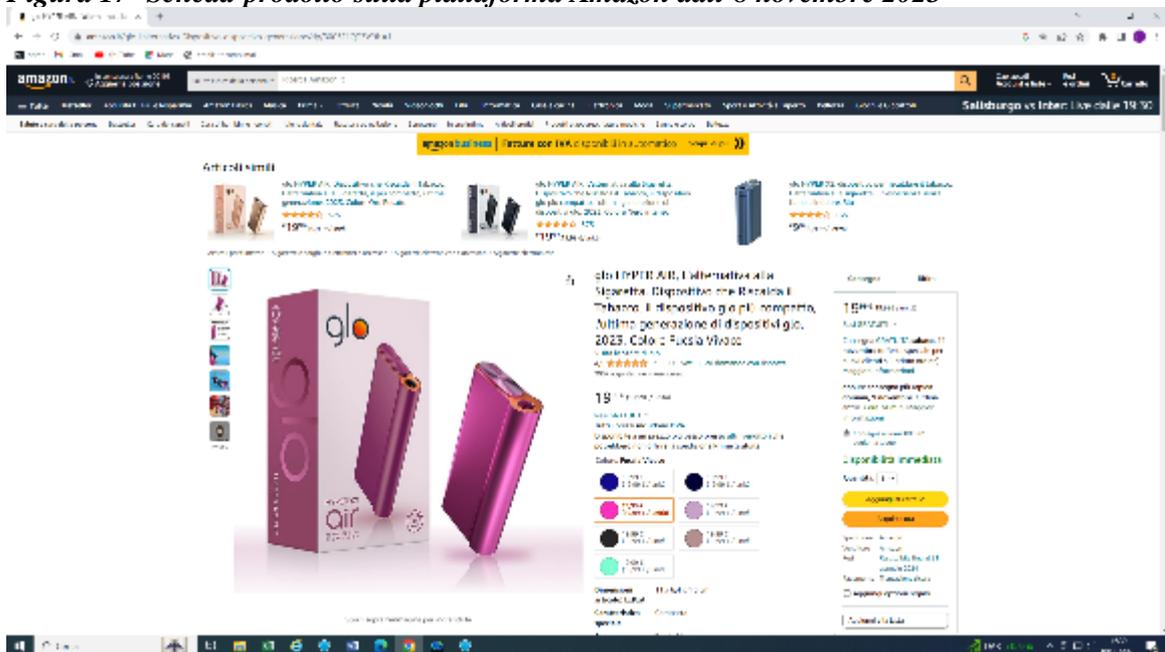
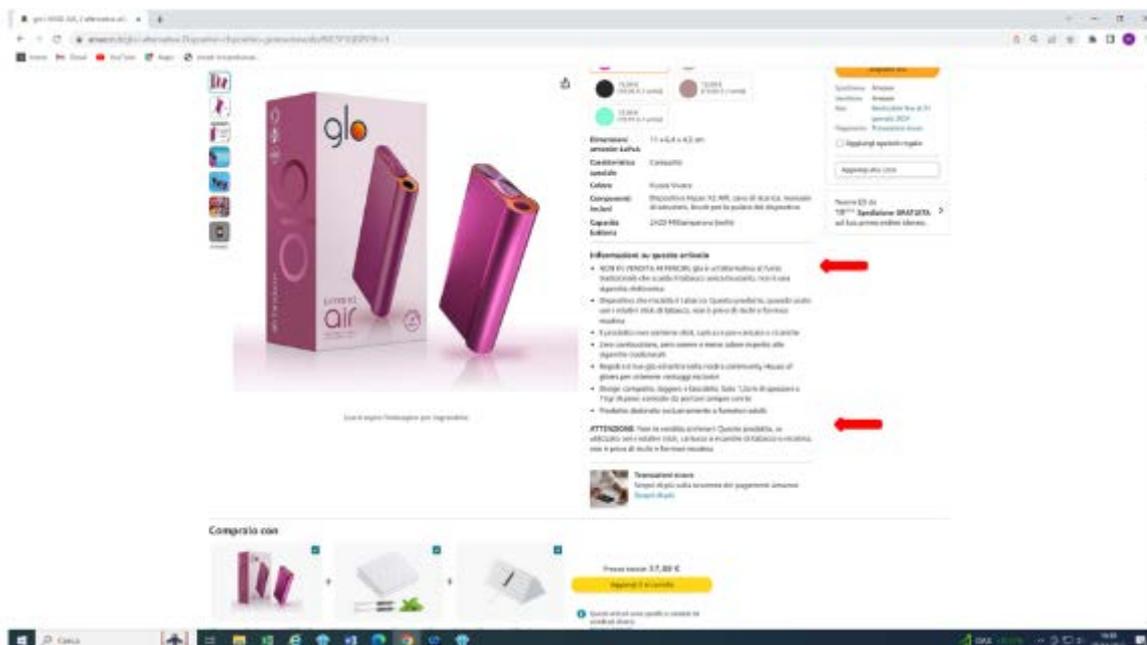


Figura 17- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon dall'8 novembre 2023





58. Con la comunicazione del 17 maggio 2023, le Società del gruppo Amazon hanno dichiarato che Glo Hyper X2 è stato commercializzato su Amazon a partire dal 1° settembre 2022⁶³. Fino al 31 marzo 2023⁶⁴ sono stati venduti n. [10.000-100.000] device per un importo pari a [100.000-1.000.000] euro, di cui solo [1.000-10.000] tramite venditori terzi per un importo di [10.000-100.000] euro⁶⁵.

59. Con la comunicazione dell'11 agosto 2023, le Società del gruppo Amazon hanno dichiarato che Glo Hyper Air è stato commercializzato su Amazon dal 19 maggio 2023⁶⁶. Fino al 30 giugno 2023⁶⁷ sono stati venduti n. [1.000-10.000] device per un importo pari a [10.000-100.000] euro, di cui solo [100-1.000] tramite venditori terzi per un importo di [1.000-10.000] euro⁶⁸.

3) Le argomentazioni di U.Di.Con

60. L'Associazione U.Di.Con nella propria memoria conclusiva⁶⁹ ha sostenuto che:

⁶³ Cfr. doc. n. 27.

⁶⁴ L'ultimo trimestre di cui AEU IT disponeva di dati aggiornati al momento della comunicazione.

⁶⁵ Cfr. doc. n. 27.

⁶⁶ Cfr. doc. n. 58.

⁶⁷ L'ultimo trimestre di cui AEU IT disponeva di dati aggiornati al momento della comunicazione.

⁶⁸ Cfr. doc. n. 58.

⁶⁹ Cfr. doc. n. 96.

a) *“Le condotte esaminate dall’Autorità afferiscono [...] la vendita di un prodotto che, a causa della dipendenza [causata dalla nicotina contenuta nel tabacco], potrà essere abbandonato dal consumatore solo con difficoltà, anche dopo anni, e che è idoneo a provocare danni alla sua salute”, “i claim effettivamente utilizzati si palesano come a dir poco inadeguati ed insufficienti ad informare correttamente il consumatore”. “Le caratteristiche dei dispositivi [...] critiche dal punto di vista della salute e della dipendenza, che potevano renderle meno attrattive per il consumatore, sono state negate, celate o messe in secondo piano, rendendone la visibilità solo eventuale.” “Se da una parte la dicitura «Senza nicotina» ha trovato spazio persino nel titolo delle inserzioni di vendita [...], ed è stata inserita tra le primissime informazioni fornite al consumatore, rendendone inevitabile la lettura, al contrario le informazioni sulla presenza di nicotina sono inserite per lo più in secondo piano, in modo tale da rendere la conoscenza di ciò una mera eventualità. Inoltre le avvertenze, laddove presenti, appaiono sottodimensionate rispetto all’effettività dei rischi per il consumatore e sono formulate in maniera tale da risultare piuttosto morbide e poco incisive”.*

b) *La condotta ha la caratteristica di poter dispiegare i suoi effetti in maniera molto duratura nel tempo dal momento che “il prodotto in commento induce dipendenza nel consumatore e che dunque questi potrà continuare ad acquistare il prodotto (o meglio gli stick correlati) potenzialmente anche per decenni”.*

c) *Le informazioni relative ai suindicati rischi debbono essere inserite sempre in primo piano. “Si tratta di tutela della salute, e di abitudini che possono durare per anni considerata la dipendenza”. “Diversamente, si ammetterebbe l’ipotesi che si possano vendere i dispositivi finalizzati alla somministrazione di tabacco e nicotina quasi come se fossero degli accessori di moda. Questo rischia di rendere «attraente» e «alla moda» l’abitudine di consumare tabacco, e generare una nuova generazione di neo-fumatori, che potrebbero conservare l’abitudine de qua per decenni”.*

4) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

4.a. BATI

61. BATI, nel merito della condotta contestata, solleva le seguenti eccezioni⁷⁰, sostenendo che:

⁷⁰ Cfr. doc. n. 97.

a) BATI ha rispettato la normativa di settore in quanto il Dispositivo di per sé non è catalogabile come un prodotto del tabacco, né è qualificabile come una sigaretta elettronica, ma è un prodotto da fumo a tabacco riscaldato. La sua pubblicità e la sua vendita *online* restano consentiti dalla legge diversamente dagli altri prodotti del tabacco, che non possono essere né venduti né reclamizzati, e anche diversamente dalle sigarette elettroniche la cui pubblicità è anch'essa vietata. Per il Dispositivo dei prodotti a tabacco riscaldato non vi sarebbe, dunque, alcun obbligo di *“menzionare la presenza di nicotina nella sua cartellonistica, questo valendo per le sole sigarette elettroniche, prodotto diverso dal dispositivo”*. Sul sito del professionista - Glo.it - il monito sui pericoli per la salute è indicato in maniera ben visibile nella *landing page* e in tutte le pagine, precisando che per “pagina” s'intende tutto ciò che si può leggere una volta cliccato su un *link*, una volta che si apre un nuovo indirizzo, considerando che le dimensioni dello schermo dei laptop, smartphome, desktop sono variabili. In ogni caso *“l'AGCM dovrà scegliere nella sua decisione finale [...] se essa vuole introdurre un obbligo aggiuntivo a quelli previsti dalla legge speciale per la promozione del mero dispositivo, per giunta diverso da quello già previsto per il tabacco riscaldato”*.

b) Per quanto riguarda il c.d. *age warning* (avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori) non vi è alcuna norma che prescriva l'utilizzo, nella cartellonistica, di caratteri e forme minime per le avvertenze relative all'utilizzo da parte di un pubblico adulto del suddetto prodotto. L'*age warning* risulta rappresentato in modo adeguato sul sito aziendale *discoverglo.it* (ossia presente in tutte le pagine con carattere grassetto e nella *landing page*). Inoltre, BATI sostiene che i minori verrebbero tutelati attraverso una serie di sistemi di verifica dell'età anagrafica degli acquirenti (ad esempio il controllo da parte del fattorino dell'età della persona che riceve per posta il dispositivo; negli *stand* temporanei la verifica da parte del personale incaricato dell'età dell'acquirente; la richiesta da parte del tabaccaio dei documenti di identità prima della vendita; sul sito di BATI l'obbligo per il consumatore di indicare la propria età anagrafica prima di accedere);

c) Infine, l'Autorità non menziona nelle risultanze istruttorie segnalazioni e prove sui suindicati divieti e sui comportamenti scorretti che l'assenza/scarsa visibilità di tali divieti avrebbe determinato effettivamente nei consumatori, ossia nei minorenni che avrebbero comprato il dispositivo, ignorando che il suo acquisto fosse riservato a un pubblico adulto, o nei maggiorenni che si sarebbero lamentati di averlo comprato, ignorando il suo potenziale pericolo per la salute, usandolo con gli *stick* Neo.

4.b. AMAZON

62. In merito all'individuazione del soggetto responsabile della condotta contestata alle Società del gruppo, Amazon AICS, ASE e AEU IT hanno precisato che ASE e AICS sono del tutto estranee alla condotta oggetto del procedimento. *“ASE è, infatti, il soggetto responsabile della fornitura dei servizi di intermediazione in Europa, attraverso i quali i Venditori Terzi mettono in vendita i loro prodotti sul Negozio”*. *“ASE non è”*, pertanto, *“responsabile della creazione delle offerte né dell'effettiva vendita dei prodotti”* presenti nello spazio web di Amazon.

63. *“AICS è, invece, il soggetto che fornisce i servizi di assistenza agli utenti del Negozio”*. Dunque, né ASE, né AICS *“agiscono come venditori diretti, né sono responsabili delle informazioni visualizzate nella pagina di dettaglio dei prodotti offerti dai Venditori Terzi. ASE si limita a mettere a disposizione dei Venditori Terzi lo spazio virtuale in cui vengono pubblicate le loro offerte”*, operando come *hosting provider* ai sensi dell'articolo 16 del D.Lgs. n. 70/2003.

64. Per i prodotti che sono chiaramente identificati come venduti e spediti da Amazon - come nel caso di quelli oggetto di contestazione da parte dell'Autorità - *“AEU IT”*, dunque, *“agisce come unico soggetto responsabile. I prodotti venduti da AEU IT provengono dai Fornitori, che costruiscono le pagine di dettaglio contenenti le informazioni obbligatorie previste dalla normativa vigente”*. Per la creazione di una nuova offerta sulla Piattaforma, i Fornitori devono compilare appositi moduli di inserimento delle informazioni, con campi obbligatori per quelle informazioni sul prodotto che dovranno essere obbligatoriamente visualizzate nella pagina di dettaglio.

65. Sulla Piattaforma Amazon si vendono solo dispositivi che riscaldano tabacco (o dispositivi per sigarette elettroniche). Non è consentita la vendita di *stick* (con o senza tabacco e nicotina) o di liquidi per sigarette elettroniche. Ciò è chiaramente indicato nelle Pagine di Aiuto dedicate ai fornitori di prodotti del Tabacco.

66. Le predette Società del gruppo Amazon, nel merito della condotta contestata, sollevano le seguenti eccezioni⁷¹, sostenendo che:

a) il settore del tabacco/prodotti correlati è estremamente regolamentato, ma nessuna delle numerose normative settoriali esistenti è applicabile al Dispositivo oggetto del procedimento. L'attuale quadro normativo applicabile ai prodotti a tabacco riscaldato non prevede alcuna comunicazione aggiuntiva

⁷¹ Cfr. doc. n. 98.

e/o obbligo informativo specifico. Il Dispositivo in sé non è qualificabile come prodotto del tabacco, ma è semplicemente un dispositivo elettronico che serve a consumare - attraverso un processo di riscaldamento e quindi non di combustione (a differenza delle sigarette tradizionali) - un prodotto senza fumo di nuova generazione. Per questo motivo, ai Prodotti in questione non si applica il divieto di pubblicità previsto dalla legge n. 165/1962, che si applica solo ai prodotti da fumo del tabacco;

b) è esclusa anche l'applicabilità dell'articolo 21, comma 10, del D.Lgs. n. 6/2016 per tali dispositivi in quanto si riferisce esclusivamente alle sigarette elettroniche e dell'articolo 13 del D.Lgs. n. 6/2016 che riguarda solo gli *stick* di tabacco "Neo" e i prodotti utilizzabili con i dispositivi. Non dovrebbero applicarsi al dispositivo stesso né la Direttiva Europea 2014/40/UE, né il D.Lgs. n. 6/2016, né alcuna altra normativa riguardante i riscaldatori di tabacco, con conseguente sostanziale assenza di qualsivoglia obbligo per i produttori o i venditori di tali dispositivi di indicare che l'uso del solo dispositivo è soggetto a rischi o è vietato ai minori;

c) tenuto conto di quanto suindicato, in merito i) ai rischi per la salute quando il dispositivo viene utilizzato con i relativi *stick* di tabacco e ii) alle avvertenze sull'età, si sottolinea che tali avvertenze sono sempre state disponibili sulla piattaforma Amazon. Non è, quindi, ravvisabile alcuna pratica ingannevole prima dell'avvio del Procedimento, in quanto l'informazione asseritamente ingannevole che il dispositivo fosse "senza nicotina" riguarda un dispositivo che, in quanto tale, in sé e per sé, non contiene tabacco o nicotina. Tale dicitura era obbligatoria per tutti i dispositivi correlati al tabacco alla luce delle politiche interne di Amazon volte a impedire la vendita di prodotti contenenti tabacco o nicotina sulla piattaforma. Tali regole sono state adottate da Amazon con un approccio a favore del consumatore, non certo con l'intento di creare confusione o trasmettere informazioni non corrette, ma piuttosto per veicolare ai clienti informazioni chiare e circostanziate sul fatto che il Prodotto che stanno acquistando non è venduto con tabacco o nicotina ed è conforme alla normativa italiana sui prodotti del tabacco e ai relativi divieti di vendita *online* di prodotti correlati al tabacco. In ogni caso, il giorno successivo alla notifica della comunicazione di avvio (17 aprile 2023), l'informazione relativa all'assenza di nicotina è stata rimossa da BATI che riveste un ruolo centrale nella gestione e presentazione delle informazioni ai clienti e sostituita con l'avvertenza sulla presenza di nicotina negli *stick* da utilizzare con i dispositivi (che non sono venduti sul Negozio) e il relativo pericolo per la salute;

- d) con riferimento al dispositivo Glo Hyper Air - il nuovo prodotto BATI che è stato messo in vendita sulla Piattaforma il 19 maggio 2023, l'affermazione sull'“assenza di nicotina” non compare più nella descrizione del prodotto di questi nuovi dispositivi. Per quanto riguarda, invece, il profilo relativo ai rischi in caso di utilizzo di Glo Hyper Air con *stick* di tabacco, il *disclaimer* “*questo prodotto, quando utilizzato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina*” era disponibile anche nella pagina prodotti del Glo Hyper Air, anche se, per mere ragioni tecniche dovute al numero di informazioni visualizzate, il consumatore doveva effettuare uno *scrolling* della pagina per visualizzarlo. Tuttavia, a partire dal 24 luglio 2023 (tre giorni dopo la notifica della Comunicazione di integrazione del Procedimento), a seguito delle modifiche apportate direttamente da BATI, il *disclaimer* è stato spostato in una posizione di maggior rilievo (sempre come seconda informazione subito dopo il *disclaimer* sull'età all'interno dell'elenco della pagina prodotto);
- e) il fascicolo non contiene alcuna segnalazione di consumatori eventualmente fuorviati dalle informazioni visualizzate sulla Piattaforma e Amazon non ha ricevuto reclami, richieste di restituzione o di rimborso a valle della campagna informativa dedicata ai prodotti oggetto del Procedimento;
- f) Amazon svolge un ruolo del tutto marginale nel procedimento, essa sembra essere stata coinvolta solo perché i prodotti di BATI sono disponibili sulla Piattaforma Amazon.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

67. In data 6 dicembre 2023,⁷² veniva inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, “AGCOM”), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, dal momento che la condotta in questione è stata diffusa attraverso cartelloni stradali, internet e spot cinematografici.

68. Con delibera n. 324/23/CONS, assunta in data 20 dicembre 2023, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso il proprio parere, pervenuto in data 27 dicembre 2023⁷³.

⁷² Cfr. docc nn. 99-100.

⁷³ Cfr. doc. n. 108.

69. L'AGCOM ha, in particolare, ritenuto che “Internet [sia] una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento” e che “in Italia la televisione, i cartelloni pubblicitari e gli spot cinematografici sono mezzi con una forte valenza informativa, sia per la frequenza di accesso e importanza e attendibilità percepite, che per il carattere persuasivo e rassicurante del linguaggio utilizzato, composto da input visivi e sonori; inoltre, è particolarmente efficace sotto il profilo pubblicitario e riveste una forte funzione sociale in ragione dei meccanismi di influenza nei comportamenti e negli atteggiamenti quotidiani degli individui”.

70. Pertanto, l'AGCOM ha concluso che “allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, Internet, i cartelloni pubblicitari, gli spot televisivi e cinematografici siano strumenti di comunicazione idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

71. La condotta in esame riguarda l'ingannevolezza dell'attività promozionale dei dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, che è stata effettuata da BATI attraverso vari canali di comunicazione (cartelloni pubblicitari, spot cinematografici, sito web) e da Amazon attraverso la propria piattaforma commerciale a partire dal mese di settembre del 2022 per quanto riguarda Glo Hyper X2 e a partire dal mese di maggio 2023 anche per quanto riguarda Glo Hyper Air. Nell'attività promozionale dei due dispositivi BATI e Amazon hanno omesso, non evidenziato o presentato in maniera ingannevole due avvertenze fondamentali per i consumatori, quella inerente alla nocività del prodotto che comporta rischi per la salute per il consumo di nicotina e quella inerente alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori di età⁷⁴.

72. Prima di entrare nel merito della valutazione della condotta è opportuno precisare che per quanto riguarda l'attribuzione della responsabilità della condotta posta in essere da Amazon, valutate le attività svolte dalle singole Società del gruppo Amazon coinvolte nel procedimento secondo le

⁷⁴ La legge di conversione n. 189/2012, del decreto-legge n. 158/2012 ha introdotto il divieto di vendita delle sigarette ai minori di diciotto anni, innalzando il limite dei sedici anni previsto dall'articolo 25 del regio decreto n.2316/1934.

precisazioni fornite nelle memorie difensive di ASE e AICS, queste ultime appaiono estranee alla condotta oggetto del procedimento. Dal momento che per i prodotti chiaramente identificati come venduti e spediti da Amazon, AEU IT agisce come unico soggetto responsabile, si ritiene corretto imputare esclusivamente a tale Società la responsabilità della condotta oggetto del procedimento. ASE e AICS, infatti, svolgono un altro tipo di attività, in quanto forniscono, rispettivamente, servizi di intermediazione per i venditori di prodotti sulla Piattaforma Amazon e servizi di assistenza agli utenti della suddetta Piattaforma.

73. Con riferimento alla condotta oggetto del presente procedimento è opportuno precisare, in via preliminare, che l’Autorità è intervenuta per verificare la conformità dell’attività promozionale posta in essere dai Professionisti relativamente a questa tipologia di prodotto rispetto a quanto previsto dal Codice del Consumo, a cui tutti i professionisti devono attenersi, fornendo al consumatore informazioni chiare e veritiere per i prodotti o servizi che si intendono promuovere di qualunque tipo e natura essi siano.

74. L’articolo 21, commi 1, lettera b), 3 e 4 del Codice del consumo indica le condizioni per considerare una pratica ingannevole. È, infatti, considerata ingannevole *“una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso [...]”*; tra gli elementi citati, sono espressamente indicati, alla lettera b), le caratteristiche principali del prodotto ed i relativi rischi.

75. Il comma 3 dell’articolo 21 del Codice del consumo qualifica esplicitamente come scorretta *“la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza”*; il comma 4 del medesimo articolo qualifica come scorretta *“la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini e adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza”*.

76. Infine, secondo l’articolo 22 del Codice del consumo, anche l’omissione di informazioni rilevanti di cui il consumatore medio necessita per prendere una decisione commerciale consapevole è idonea ad indurre il consumatore medio in errore, specificando al comma 2, che tale circostanza si verifica

quando “*un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti*” e al comma 4 che “*Nel caso di un invito all’acquisto sono considerate rilevanti [...] le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso*”.

77. L’Autorità, dunque, non contesta a BATI e a AEU IT l’attività promozionale dei Dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air in sé stessa, in quanto non sussiste un divieto normativo settoriale per tali Dispositivi, ma contesta la modalità con cui i suddetti Professionisti hanno ritenuto di promuoverne la vendita.

78. Le Società BATI e AEU IT hanno avviato l’attività promozionale relativa a Glo Hyper X2 a partire dal 1° settembre 2022, ma hanno utilizzato modalità di comunicazione molto diverse con un impatto diverso sui consumatori.

79. BATI, infatti, ha fatto ricorso a molteplici canali pubblicitari (sito *web*, cartelloni pubblicitari e spot cinematografici, questi ultimi solo per Glo Hyper X2), omettendo il riferimento alla nocività del prodotto sui cartelloni e negli spot cinematografici, non evidenziandolo sul sito *web* e non garantendo adeguata visibilità all’avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori. È importante evidenziare la pervasività della condotta di BATI, in quanto l’attività promozionale è stata veicolata *online*, su cartelloni pubblicitari collocati in strada e nei centri commerciali anche di enormi dimensioni (oltre 100 mq).

80. Nel mese di giugno del 2023, ossia due mesi dopo l’avvio del procedimento, BATI ha anche proseguito la propria condotta ingannevole pubblicizzando un altro prodotto a tabacco riscaldato - Glo Hyper Air - non solo *online* sul proprio sito *web*, ma conducendo una nuova campagna promozionale tramite cartelloni, in cui ha mantenuto sostanzialmente invariata la struttura e la modalità comunicativa adottata in precedenza per contenuti e formato dei messaggi pubblicitari, inclusa l’omissione del riferimento al consumo di nicotina connesso all’uso del dispositivo.

81. Non vale a giustificare tale attività promozionale il fatto che, secondo quanto rappresentato da BATI, le modalità di vendita dei Dispositivi adottate tutelerebbero i minori attraverso una serie di sistemi di verifica dell’età anagrafica degli acquirenti prima dell’acquisto (ad esempio, il controllo da parte del fattorino dell’età della persona che riceve per posta il dispositivo; negli *stand* temporanei la verifica da parte del personale incaricato dell’età dell’acquirente; la richiesta da parte del tabaccaio dei documenti di identità

prima della vendita; sul sito di BATI l'obbligo per il consumatore di indicare la propria età anagrafica prima di accedere). Attraverso l'attività promozionale effettuata, in cui è stata omessa o non evidenziata adeguatamente l'informazione sulla destinazione d'uso ai soli consumatori di età superiore ai 18 anni, si è determinato un illecito "effetto aggancio", in particolare, nel caso dei cartelloni e degli *spot* cinematografici.

82. Per quanto riguarda AEU IT, che ha promosso i due prodotti Glo esclusivamente sulla propria piattaforma di vendita, le informazioni sono state mostrate nelle Schede-prodotto, predisposte per ciascun Dispositivo secondo le indicazioni ricevute da BATI e nel rispetto della normativa "interna" di Amazon in vigore al momento dell'avvio del procedimento, secondo cui "*era vietata la vendita online di dispositivi che non riportassero chiaramente l'indicazione relativa all'assenza di nicotina*"⁷⁵. Per questo motivo è stato persino indicato che il prodotto era privo di nicotina, informazione fattualmente errata e totalmente fuorviante.

83. Al momento dell'avvio dell'istruttoria, nella Scheda-prodotto di Glo Hyper X2 sulla piattaforma Amazon era presente l'informazione falsa dell'assenza di nicotina ("*Senza Nicotina*"), informazione peraltro più volte riportata nella parte immediatamente visibile della scheda e associata nel titolo della Scheda all'espressione "*l'alternativa alle sigarette*". Diversamente, tutti i prodotti a tabacco riscaldato contengono nicotina. L'informazione "*Senza nicotina*" era immediatamente visibile, in quanto inserita sia nel titolo della Scheda-prodotto in stampatello e a caratteri grandi, sia nel corpo della Scheda per ben due volte nella seconda pagina nell'ambito delle "*Informazioni su questo articolo*".

84. L'ingannevolezza di tale informazione - come detto falsa - non veniva meno per il fatto che in fondo alla medesima Scheda-prodotto (oltre la sesta schermata) era riportato il riferimento alla presenza di nicotina, peraltro in una nota con caratteri piuttosto piccoli ("*Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina*"). Quest'ultima precisazione - poco visibile e a consultazione solo eventuale proprio per il suo posizionamento oltre la sesta schermata⁷⁶ -, semmai, era idonea ad indurre un effetto confusorio, in violazione dell'obbligo di chiarezza delle informazioni sui prodotti e servizi pubblicizzati, che incombe sui Professionisti in base al Codice del consumo. L'informazione falsa sull'assenza di nicotina è stata rimossa il giorno successivo all'avvio dell'istruttoria dell'Autorità (17 aprile 2023).

⁷⁵ Cfr. doc. n. 27.

⁷⁶ Vale sottolineare che già nella prima schermata era presente il "tasto" per procedere all'acquisto.

85. Inoltre, nella pagina “Store Glo” della piattaforma Amazon l’avvertenza sui rischi e sulla nocività del prodotto era non adeguatamente evidenziata, mentre nella Scheda-prodotto veniva inserita un’avvertenza specifica, ma essa non risultava immediatamente visibile al consumatore, in quanto era necessario cliccare su “*Descrizione completa*”, per poterla visualizzare.

86. A seguito della comunicazione di estensione oggettiva del procedimento istruttorio con riferimento all’attività promozionale del dispositivo Glo Hyper Air, dal 24 luglio 2023 il *wording* suindicato è stato reso immediatamente visibile nell’elenco delle “*Informazioni su questo articolo*”, senza che il consumatore debba più cliccare sul *link* presente per acquisire ulteriori informazioni (“*Scopri di più*”).

87. Per quanto riguarda AEU IT, l’avvertenza che il prodotto non poteva essere utilizzato dai minori, pur essendo presente nella Scheda-prodotto sul sito Amazon.it, non risultava adeguatamente ed immediatamente visibile, mentre era del tutto assente nella pagina *store* Glo di Amazon.it.

88. Tale informazione, infatti, seppur presente nella Scheda-prodotto, non compariva nella parte della pagina che si può visualizzare immediatamente in una schermata del *computer* di normali dimensioni (figura n. 11.1), né vi era alcuna indicazione nell’immagine che compare nella Scheda. La scritta “*non in vendita ai minori*” risultava collocata più in basso, tra le ulteriori informazioni sul prodotto, non leggibili se non si scorre la pagina. Tale informazione non era, invece, affatto indicata nello *store* di Glo di Amazon. Nella stessa pagina dello *store*, dopo l’illustrazione del prodotto, il Dispositivo poteva essere aggiunto direttamente al “*carrello*” per l’acquisto, anche senza leggere l’*alert* per cui il prodotto non è destinato ai minori che era presente solo nella Scheda-prodotto.

89. Con riferimento alle osservazioni dei Professionisti, appare pretestuosa la distinzione che BATI e AEU IT effettuano tra Dispositivo elettronico e pacchetti di *stick* di tabacco, per i quali la pubblicità è vietata⁷⁷. Secondo i Professionisti, infatti, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono meri dispositivi elettronici, che, in quanto tali, di per sé, non contengono tabacco/nicotina. Pertanto, sarebbe lecito pubblicizzare tali prodotti come privi di nicotina (“*senza nicotina*”) senza evidenziare le informazioni rilevanti sui rischi per la salute causati dal loro utilizzo, diversamente da quanto previsto per la commercializzazione degli *stick* di tabacco da usare con tali Dispositivi.

⁷⁷ Cfr. l’articolo 8 del D.L. n. 4/1983, convertito nella legge n. 52/1983.

90. I due prodotti (il Dispositivo elettronico e lo *stick* di tabacco) sono venduti separatamente, ma costituiscono i due elementi indispensabili che consentono, solo in combinazione tra loro, di “fumare il tabacco” secondo una diversa modalità, ossia senza bruciarlo come nel caso della sigaretta tradizionale, ma riscaldandolo ad una temperatura più bassa di quella della combustione. Pertanto, i Dispositivi, oggetto del presente procedimento, sono posti in vendita per essere utilizzati dai consumatori per “fumare” e non espletano, dunque, la funzione loro propria in mancanza degli *stick* di tabacco che contengono nicotina. Pertanto, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono, a tutti gli effetti, prodotti da fumo, funzionanti solo mediante uso di tabacco, e conseguentemente ed inevitabilmente comportano il consumo di nicotina⁷⁸. Va quindi rigettata la tesi dei Professionisti che – in sé – i Dispositivi sono “privi di nicotina”, perché la loro fruizione (secondo la loro unica e naturale funzione d’uso) implica l’utilizzo di tabacco che contiene nicotina.

91. Come già precisato in precedenza, nell’attività promozionale ogni professionista deve fornire ai consumatori in maniera chiara, veritiera e ben visibile almeno le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del prodotto pubblicizzato, soprattutto, indicando gli eventuali rischi connessi al suo utilizzo in modo da consentire al consumatore di effettuare una scelta commerciale consapevole⁷⁹.

92. Nel caso specifico, le avvertenze fondamentali che i professionisti devono veicolare ai consumatori nella vendita di prodotti da fumo, quali quelli qui in esame, sono i) la nocività del consumo di tabacco/nicotina e ii) la circostanza che il prodotto non è destinato ai minori. Quest’ultima avvertenza riguarda gli *stick* di tabacco da utilizzarsi necessariamente con i Dispositivi in esame. Conseguentemente, i minori di 18 anni, non potendo utilizzare gli *stick*, non potrebbero nemmeno fruire del Dispositivo.

93. Fornire ed evidenziare l’informazione che un prodotto è vietato ai minori di diciotto anni costituisce un’indicazione fondamentale non solo per

⁷⁸ Secondo la Direttiva 2022/2100/UE per “«prodotto del tabacco riscaldato» si intende un prodotto del tabacco di nuova generazione che è riscaldato per produrre un’emissione contenente nicotina e altre sostanze chimiche, che viene poi inalata dall’utilizzatore o dagli utilizzatori e che, a seconda delle caratteristiche, è un prodotto del tabacco non da fumo o un prodotto del tabacco da fumo”.

⁷⁹ Cfr. Consiglio di Stato, VI, 12 marzo 2020, n. 1751, PS9884 - *Guardian Sismalarm*: “Il principio di chiarezza e completezza nelle comunicazioni pubblicitarie si impone fin dal primo contatto con il consumatore, con la conseguenza che il rinvio a ulteriori fonti di informazione, tra l’altro di consultazione solo eventuale, non consente di sanare ex post l’inadempimento dell’onere informativo imposto all’operatore”. Conformi: Consiglio di Stato, VI, 14 dicembre 2022, n. 10939, PS9452 - *Illumia S.p.A. Promozione «led» per risparmio energetico*; Consiglio di Stato, VI, 4 luglio 2018, n. 4110, PS6576 - *Titel-Corso di informatica*; Consiglio di Stato, VI, 2 ottobre 2019, n. 6036, PS1100 - *Aurum Hotels-Disagi soggiorno*; Consiglio di Stato, VI, 19 settembre 2017, n. 4878, PS891 - *Bioscalin crescita capelli*; Tar Lazio, I, 8 marzo 2019, n. 3095, PS8940 - *Soluzione Casa - Fidelity Card*.

un minore, ma anche per un adulto, perché lo informa che quel prodotto presenta seri rischi per la salute. Tale informazione potrebbe, quindi, anche indurlo non solo a non acquistare il prodotto per un minore, ma anche a prestare particolare attenzione affinché questi non lo utilizzi in alcun modo. Analogamente, risulta illecito - condizionando la scelta commerciale del consumatore - negare o non dare rilievo adeguato e non ambiguo all'informazione inerente alla presenza di nicotina nell'utilizzo dei Dispositivi, proprio in considerazione del fatto che essi vengono pubblicizzati come “*alternativa alle sigarette*” (cfr. definizione riportata nel titolo della Scheda del prodotto e nello store GLO su Amazon.it). Il consumatore può essere, in tal modo, indotto all'acquisto di tali Dispositivi proprio per eliminare i rischi per la salute e l'effetto della dipendenza, che la nicotina crea.

94. Deve, quindi, concludersi che, contrariamente a quanto affermato dai Professionisti, l'Autorità non ha travalicato il proprio ambito di competenza, ma ha semplicemente applicato quanto previsto dal Codice del Consumo, limitandosi a contestare ai Professionisti l'assenza, la non immediata visibilità e/o la scarsa chiarezza delle due suddette avvertenze. Tutte queste condizioni non consentirebbero al consumatore di poter fruire in maniera chiara delle informazioni necessarie per effettuare una scelta d'acquisto consapevole. A BATI e a AEU IT non viene, dunque, negata o limitata in alcun modo la facoltà di decidere sulle modalità di presentazione delle due avvertenze, ma viene richiesto essenzialmente di prevederne la presenza, di garantirne la correttezza informativa e l'immediata e chiara leggibilità.

95. L'argomentazione difensiva di BATI e AEU IT relativa al fatto che Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono meri dispositivi elettronici esenti da qualsivoglia obbligo o divieto informativo connesso alla normativa settoriale sui prodotti da fumo, appare, dunque, un mero artificio retorico, per eludere il rispetto degli obblighi informativi connessi alla promozione e vendita di tali prodotti derivanti dal Codice del Consumo. L'idea che tali Dispositivi possano essere pubblicizzati come se fossero meri oggetti di *design*, puntando sull'estetica del prodotto⁸⁰, attraendo il consumatore sull'aspetto emozionale/esperienziale di tali oggetti⁸¹, ritenendo di poter prescindere dalla loro funzionalità (il consumo di tabacco/nicotina) e dalle specifiche avvertenze necessarie per un loro uso consapevole e vietato ai minori, appare, per un verso, manifestamente infondata, per altro verso, una modalità subdola

⁸⁰ Claim utilizzato da BATI (ad esempio. “*Riscopri il design, a modo tuo*”).

⁸¹ Claim utilizzato da BATI (“*Riscopriamo il gusto, a modo nostro*”).

e gravemente ingannevole di indurre il consumatore ad acquistare un prodotto che comporta rischi per la salute o vietato ai minori.

96. Infine, è di tutta evidenza che non può costituire un'argomentazione difensiva valida da parte dei Professionisti contestare all'Autorità l'assenza di segnalazioni o reclami da parte di consumatori che lamentino l'ingannevolezza dei messaggi promozionali di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air. Nel caso di specie, ai fini della valutazione della scorrettezza della condotta, rileva la mera osservazione della documentazione promozionale predisposta, in cui risultano omessi/non evidenziati o addirittura negati il riferimento al consumo della nicotina e/o l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori.

97. Per completezza, comunque, vale ricordare che per costante giurisprudenza, caratteristica dell'illecito consumeristico è quella di essere di mero "pericolo" con la conseguenza che *"è del tutto irrilevante sia l'eventuale esiguità delle segnalazioni, sia la natura occasionale o episodica della condotta"*, rilevando anche *"la mera potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista, indipendentemente dal pregiudizio causato in concreto al comportamento dei destinatari, indotti ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso"* (cfr. *inter alia*, Consiglio di Stato, 8 febbraio 2021, n. 1152). Ne deriva, inoltre, che l'effettiva incidenza della pratica commerciale scorretta sui consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili *"contra legem"* della stessa, non essendo richiesta *"l'attualità di una lesione agli interessi dei consumatori, quanto, piuttosto, che una pratica sia idonea a produrla. Il bene giuridico tutelato, infatti, è soltanto indirettamente la sfera patrimoniale del consumatore: in via immediata, attraverso la libertà di scelta si vuole salvaguardare il corretto funzionamento del mercato concorrenziale"* (cfr. Consiglio di Stato, 12 marzo 2020, n. 1751).

98. In conclusione, si ritiene che la documentazione istruttoria acquisita consenta di determinare che BATI e AEU IT, a partire dal mese di settembre 2022, abbiano posto in essere una pratica commerciale ingannevole, consistente nella omissione, mancata evidenziazione, ingannevolezza, nella promozione dei prodotti a tabacco riscaldato, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, di due informazioni rilevanti inerenti al consumo di nicotina e alla destinazione d'uso del prodotto ai consumatori di età superiore ai 18 anni.

99. Tale condotta è stata posta in essere dai due Professionisti in violazione degli articoli 20, 21, commi 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo in quanto i Dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air,

utilizzabili solo per consumare gli *stick* di tabacco, non sono stati pubblicizzati in modo da fornire in maniera veritiera e comunque adeguata per il consumatore le due principali avvertenze d'uso, vale a dire, che si tratta di prodotti nocivi per la salute per la presenza di nicotina negli *stick* di tabacco da utilizzare necessariamente con i Dispositivi, e che non sono destinati all'utilizzo dei minori di diciotto anni. L'assenza e/o la mancata trasparenza e/o evidenziazione di tali informazioni sono idonee ad indurre in errore il consumatore e a fargli effettuare una scelta commerciale non consapevole.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

100. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro⁸², tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

101. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

102. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nel caso in esame, anzitutto della rilevanza economica dei due Professionisti e della diffusione della condotta, considerando, con particolare riguardo alle condotte poste in essere da parte di BATI, la pluralità dei mezzi utilizzati (*web*, *spot* cinematografici e cartelloni pubblicitari).

103. Più nel dettaglio, riguardo al primo aspetto, nell'esercizio finanziario 2022, BATI presenta ricavi pari a oltre [100-1.000] milioni di euro con un margine operativo lordo superiore a [10-100] milioni di euro⁸³ e AEU IT presenta ricavi superiori a [1-100] miliardi di euro⁸⁴.

104. Con specifico riferimento alla quantificazione della sanzione nei confronti di BATI, è stata considerata, innanzitutto, la gravità della condotta, derivante dall'ingannevolezza ed omissività delle due predette avvertenze sul consumo di nicotina e sulla circostanza che il prodotto non sia destinato ai

⁸² L'importo massimo della sanzione è stato innalzato da 5 a 10 milioni di euro dal D.Lgs. n. 26/2023, entrato in vigore in data 2 aprile 2023.

⁸³ Cfr. doc. n. 26 all. 4. Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

⁸⁴ Cfr. doc. n. 29 all. 4. Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

minori, atte a esporre i consumatori, in particolare i minori di età, in quanto soggetti più fragili, ad assumere comportamenti che possono arrecare danni alla loro salute.

105. Sono stati, altresì, considerati i seguenti fattori rilevanti:

- la rilevanza economica del professionista e l'ampia diffusione della pratica posta in essere mediante l'utilizzo di vari canali (cartellonistica stradale, sito e spot cinematografici, cfr. paragrafo 103);
- la scelta di commercializzare un nuovo dispositivo (Glo Hyper Air), con modalità omissive ed ingannevoli molto simili a quelle già contestate in avvio per altro dispositivo (Glo Hyper X2) e nonostante fosse in corso la relativa istruttoria;
- le stime degli introiti derivanti dalla vendita dei numerosi dispositivi (oltre [100.000-1.500.000]⁸⁵ dispositivi Glo Hyper X2 nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 e circa [100.000-1.500.000]⁸⁶ dispositivi Glo Hyper Air nel periodo maggio-dicembre 2023, per un totale di circa [100.000-1.500.000] dispositivi venduti almeno nel suddetto periodo). Considerando che i dispositivi sono stati venduti ad un prezzo medio, stimato in misura conservativa, di 15 euro, le entrate di BATI per la vendita di Glo Hyper X2 sarebbero state di oltre [5-30] milioni di euro e per la vendita di Glo Hyper Air di circa [5-30] milioni di euro, per un totale stimato di oltre [5-30] milioni di euro.

106. Inoltre, sebbene BATI abbia dichiarato perdite che sono state stimate in circa [1.000.000-15.000.000] euro⁸⁷ per la vendita di Glo Hyper X2 e in circa [1.000.000-15.000.000] euro⁸⁸ per la vendita di Glo Hyper Air, ai fini della quantificazione della sanzione, vale evidenziare che l'eventuale vendita sottocosto di tali dispositivi sarebbe stata comunque utile al raggiungimento di un loro posizionamento sul mercato⁸⁹ e, in ogni caso, la medesima è stata oltremodo compensata dagli ingenti introiti derivanti dalla vendita degli *stick*

⁸⁵ La stima del numero di Dispositivi Glo Hyper X2 venduti nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 si è basata sulla cifra di [100.000-1.500.000] unità vendute fornita da BATI per il periodo settembre 2022-aprile 2023.

⁸⁶ La stima del numero di Dispositivi Glo Hyper Air venduti nel periodo maggio-dicembre 2023 si è basata sulla cifra di [100.000-1.500.000] unità vendute fornita da BATI per il periodo maggio-luglio 2023.

⁸⁷ La stima dell'importo delle perdite per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper X2 nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 si è basata sull'importo di - [1.000.000-15.000.000] euro fornita da BATI per il periodo settembre 2022-aprile 2023.

⁸⁸ La stima dell'importo delle perdite per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper Air nel periodo maggio-dicembre 2023 si è basata sull'importo di - [1.000.000-15.000.000] euro fornita da BATI per il periodo maggio-luglio 2023.

⁸⁹ Cfr. doc. n. 31.

di tabacco, indispensabili per l'utilizzo di tali *device*. Si consideri, infatti, che per il solo periodo settembre 2022-aprile 2023 per Glo Hyper X2 e per il solo periodo maggio-luglio 2023 per Glo Hyper Air, BATI ha dichiarato di aver venduto *stick* di tabacco per un importo complessivo pari a [10.000.000-100.000.000] euro⁹⁰.

107. Infine, va considerato che la condotta, posta in essere a partire dal mese di settembre del 2022, si è protratta ben oltre la data di entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 26/2023 ed è ancora in corso. Infatti, se l'avvertenza sulla circostanza che il prodotto non sia destinato ai minori si considera completamente cessata dalla fine dell'estate del 2023 (a partire dal 24 luglio 2023, tale avvertenza risulta modificata e resa chiara e immediatamente fruibile sul sito *Glo.it* e, solo a partire dall'autunno del 2023, è stata sospesa la campagna promozionale dei prodotti a tabacco riscaldato tramite cartelloni pubblicitari⁹¹), risulta, invece, ancora in corso la violazione per quanto riguarda il *claim* relativo al consumo di nicotina, connesso ai Dispositivi, riportato ancora in maniera non immediatamente visibile sul sito *Glo.it*⁹².

108. Alla luce di tutti i precedenti elementi, si ritiene congruo quantificare la sanzione amministrativa pecuniaria da comminare a BATI nella misura di 6.000.000 €(seimilioni di euro).

109. Con riferimento ad AEU IT, è stata considerata, oltre alla rilevanza economica del professionista (cfr. paragrafo 103), soprattutto la maggiore gravità della condotta, non solo per le suddette caratteristiche, ma anche per l'indicazione falsa, riportata sul sito del professionista, secondo cui il dispositivo Glo Hyper X2 non conteneva nicotina ("*senza nicotina*"). In proposito, rileva che il Professionista ha scelto di veicolare tale informazione falsa, in violazione delle norme del Codice del Consumo, pur di rispettare la propria normativa "interna" in vigore al momento dell'avvio del procedimento, secondo cui "*era vietata la vendita online di dispositivi che non riportassero chiaramente l'indicazione relativa all'assenza di nicotina*"⁹³. Si è tenuto conto, d'altro canto, dell'unicità del canale di diffusione della pratica (limitata al sito *web* del Professionista), nonché dei minori introiti stimati per

⁹⁰ Cfr. docc. nn. 31 e 56. Nel dettaglio, per il solo periodo settembre 2022-aprile 2023, BATI ha venduto *stick* di tabacco per Glo Hyper X2 per un importo di [10.000.000-100.000.000] euro e, per il solo periodo maggio-luglio 2023, BATI ha venduto *stick* di tabacco per Glo Hyper Air per un importo di [10.000.000-100.000.000] euro).

⁹¹ Cfr. rispettivamente docc. nn. 31, 47, 58 e 86.

⁹² Cfr. rispettivamente docc. nn. 31, 47, 58 e 86.

⁹³ Cfr. doc. n. 27.

AEU IT dalla vendita diretta dei dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air (si stima che Amazon abbia venduto circa [10.000-100.000] dispositivi⁹⁴, per ricavi complessivi stimati pari a circa [100.000-1.000.000] euro⁹⁵).

110. Inoltre, nel caso di AEU IT, per quanto riguarda la durata della violazione, risulta, diversamente da BATI, che la condotta sia stata posta in essere a partire dal mese di settembre del 2022 e sia cessata il 24 luglio 2023⁹⁶.

111. Sulla base di tutti i suindicati elementi, si ritiene congruo quantificare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 1.000.000 € (unmilione di euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II integra una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2, e 4, lettera a), del Codice del consumo per l’omissione, la presentazione ingannevole e/o la non evidenziazione delle due principali avvertenze per l’uso dei Dispositivi, rappresentate dall’inevitabile consumo di nicotina nell’utilizzarli e alla destinazione d’uso del prodotto ai consumatori di età superiore ai diciotto anni;

DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle Società British American Tobacco Italia S.p.A. e Amazon EU S.à r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo, e ne vieta la continuazione

⁹⁴ Si stima che AEU IT abbia venduto nel periodo settembre 2022 - luglio 2023 circa [10.000-100.000] Dispositivi Glo Hyper X2 (la stima del numero di Dispositivi Glo Hyper X2 venduti nel periodo settembre 2022-luglio 2023 si è basata sul numero di [10.000-100.000] unità vendute, fornita da AEU IT per il periodo settembre 2022 - marzo 2023) e che abbia venduto nel periodo maggio-luglio 2023 circa [1.000-10.000] Dispositivi Glo Hyper Air (la stima del numero di Dispositivi Glo Hyper Air venduti nel periodo 19 maggio - 24 luglio 2023 si è basata sul numero di [1.000-10.000]dispositivi, fornito da AEU IT per il periodo 19 maggio - 30 giugno 2023), per un totale di circa [10.000-100.000] Dispositivi venduti nel periodo suindicato.

⁹⁵ Si stima che i ricavi ammontino per Glo Hyper X2 a circa [100.000-1.000.000] euro (la stima degli introiti per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper X2 nel periodo settembre 2022 - luglio 2023 si è basata sull’importo di [100.000-1.000.000] euro fornito da AEU IT per il periodo settembre 2022 - marzo 2023) e per Glo Hyper Air a circa [10.000-100.000] euro (la stima degli introiti per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper Air per il periodo 19 maggio - 24 luglio 2023 si è basata sull’importo di [10.000-100.000] euro fornito da AEU IT per il periodo 19 maggio -30 giugno 2023) per un totale di circa [100.000-1.000.000] euro.

⁹⁶ Cfr. rispettivamente docc. nn. 27, 47 e 86.

per quanto attiene alla mancata evidenziazione da parte di BATI del *claim* relativo al consumo di nicotina, e la reiterazione per i rimanenti profili;

b) di irrogare alla Società British American Tobacco Italia S.p.A., una sanzione amministrativa pecuniaria di 6.000.000 €(seimilioni di euro);

c) di irrogare alla Società Amazon EU S.àr.l, una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.000.000 €(unmilione di euro);

d) che British American Tobacco Italia S.p.A. 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).

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’articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli