

PS11722 - CARLITA SHOP-INTEGRATORI ANTIVIRALI
Allegato al provvedimento n. 28360

Allegato: PS/11722 – Impegni presentati dalla Carlita Shop s.r.l.s.

Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore

1. NUMERO DEL PROCEDIMENTO E DATA DI RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DELLO STESSO DA PARTE DEL PROFESSIONISTA

I presenti impegni sono formulati con riferimento al procedimento PS/11722, avviato ai sensi dell'art. 27, comma 3, del D. Lgs. n. 206 del 6 settembre 2005.

La comunicazione di avvio del procedimento è stata ricevuta dal Professionista in data 22 marzo 2020.

2. PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI

Carlita Shop s.r.l.s., con sede legale in Via Viticella 98/A, Quarto, Napoli, (P.IVA /C.F. 08696521213), di seguito la “**Società**” o “**Carlita**”.

3. PUBBLICITÀ O PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

In data 22 marzo 2020, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“**AGCM**” o “**Autorità**”) ha avviato nei confronti della Carlita un procedimento (“**Procedimento**”) volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b)*, 23, comma 1, lett. *s)* e 25, comma 1, lettera *c)*, del d.lgs. n. 206/2005 (“Codice del Consumo”). Contestualmente, l'Autorità ha disposto altresì, in via cautelare, l'eliminazione di ogni riferimento alla asserita efficacia preventiva nei confronti del COVID-19 di alcuni prodotti pubblicizzati sul sito *web* della Società e sulla relativa pagina *Instagram*.

Viste le azioni intraprese dalla Carlita per ottemperare al suddetto provvedimento, l'Autorità ne ha valutato l'idoneità a rimuovere il *periculum in mora* e, per l'effetto, ha definito il procedimento cautelare in parola.

4. CONTENUTO TESTUALE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI E EVENTUALE PERIODO DI VALIDITÀ IN RELAZIONE AI SINGOLI PROFILI OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, Carlita si impegna a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità sotto indicate.

4.1 IMPEGNO N. 1: *ELIMINAZIONE DI QUALSIASI RIFERIMENTO AL COVID-19 E A QUALSIASI ALTRO RIFERIMENTO ALLA PANDEMIA IN QUESTIONE*

La Società si impegna a non utilizzare le parole “COVID-19”, “*coronavirus*” *et similia* in abbinamento ad alcuno dei prodotti offerti in vendita sul proprio sito *web*.

L'impegno riguarda nello stesso modo ogni altro vocabolo o espressione che possa, direttamente o indirettamente, indurre i consumatori a ritenere che tali prodotti siano idonei ad eliminare o ridurre i rischi per la salute causati dal virus COVID-19.

4.2 IMPEGNO N. 2: *ELIMINAZIONE DI QUALSIASI RIFERIMENTO A PROPRIETÀ PROTETTIVE O CURATIVE PROPRIE DI PRESIDI MEDICO-CHIRURGICI*

La Società si impegna a non utilizzare vocaboli che possano indurre i consumatori ad attribuire ai prodotti venduti tramite sito *web*, canali *social*, o qualsiasi altro mezzo di diffusione, proprietà terapeutiche tipiche dei presidi medico-chirurgici.

A tal fine, la Società si impegna a rendere edotti i consumatori che i prodotti commercializzati hanno natura cosmetica e, per tale ragione, non possono in alcun modo essere assimilati a farmaci o presidi medico-chirurgici.

In particolare, la Carlita si impegna a non utilizzare, nelle proprie campagne promozionali, immagini, termini e *hashtag* che facciano riferimento a condizioni che, per loro stessa natura, richiedano cure terapeutiche.

La validità di tale impegno non è soggetta a termine finale.

4.3 IMPEGNO N. 3: *CONTROLLO PREVENTIVO SULLA VERIDICITÀ DELLE INFORMAZIONI FORNITE DALLE AZIENDE PRODUTTRICI CIRCA LE CARATTERISTICHE E LE QUALITÀ DEI PRODOTTI*

L'impegno che la Società intende adottare è logicamente connesso al precedente.

Infatti, al fine di poter dare piena attuazione all'impegno n. 2, la Carlita sta effettuando e continuerà ad effettuare un controllo preventivo sulle informazioni ricevute dai fornitori dei prodotti commercializzati sulle proprie piattaforme *on-line*.

In particolare, la Società si impegna, attraverso l'impiego di personale qualificato, a verificare minuziosamente le etichette e le descrizioni dei prodotti offerti in vendita al pubblico. Tali verifiche saranno effettuate *ex ante* su qualsiasi prodotto che la Carlita deciderà di rivendere tramite la propria piattaforma di *e-commerce*.

L'impegno in questione, la cui validità non è soggetta a termine finale, riguarderà tutti i futuri prodotti rivenduti sul sito *web* e/o sulla pagina *Instagram*.

4.4 IMPEGNO N. 4: *PUBBLICAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI PER LA SENSIBILIZZAZIONE DEL PUBBLICO CIRCA I RISCHI ASSOCIATI ALL'ACQUISTO ON-LINE DI PRODOTTI COSMETICI*

Il quarto impegno della Carlita mira a raggiungere e sensibilizzare un ampio numero di utenti in merito ai rischi e alle insidie connesse all'acquisto di prodotti curativi o terapeutici via *web*.

In tale direzione, la Società si impegna a pubblicare n. 1 *post* a settimana, per un periodo di 6 mesi a decorrere dalla data di pubblicazione del primo *post*, sul profilo Instagram *@carlitasnop_online*, con condivisione nelle *stories* dei profili *@carlitadolce* e *@carlitasnop_online*: tali *post* avranno ad oggetto il diritto dei consumatori ad ottenere informazioni veritiere e complete dalle aziende che offrono in vendita i propri prodotti sui *social network*.

Le pubblicazioni in questione non saranno associate a *post* di natura più prettamente commerciale; questi potranno infatti essere condivisi via *social* soltanto a distanza di almeno un'ora, precedente o successiva, dalla precedente pubblicazione.

In data 11 giugno 2020, la Carlita ha condiviso sul profilo *@carlitasshop_online* un primo *post*, contenente un'immagine su sfondo rosa con la scritta centrale “*Acquisti consapevoli*” ed il sottotitolo “*Carlitasshop si impegna nella tutela dei consumatori*” (cfr. **All. 1**), accompagnata dalla seguente descrizione:

"L'emergenza sanitaria comporta il rischio per i consumatori di essere spinti all'acquisto di prodotti che non apportano nessun reale contributo alla salute.

Tale situazione non può che coinvolgere i social network e, alla luce del loro seguito, il mondo degli Influencer.

Questi ultimi devono porre la massima attenzione nella pubblicazione di dichiarazioni ambigue idonee a creare fraintendimenti sui prodotti pubblicizzati senza prima aver verificato la veridicità delle proprietà dei prodotti commercializzati.

Come Carlita Shop e Carlita, ci impegneremo a verificare sempre le proprietà dei prodotti prima di suggerirvi di acquistarli e porremo estrema attenzione alla nostra condotta commerciale.

Ci auguriamo che quanto scritto aiuti nella sensibilizzazione all'acquisto online, soprattutto con riguardo ai prodotti curativi e/o terapeutici e rimaniamo disponibili a rispondere a qualsiasi dubbio in merito a nostre precedenti comunicazioni."

Per quanto concerne il tenore letterale ed il contenuto dei futuri *post Instagram*, seppur nel rispetto del limite di 2.200 caratteri imposto dalla piattaforma in questione, la Società si impegna a mettere in evidenza la profonda differenza che intercorre tra prodotti cosmetici e presidi medico-chirurgici.

Il tutto, con il chiaro obiettivo di guidare i consumatori ad un acquisto più consapevole, rendendoli edotti su un argomento che raramente viene trattato sui *Social Network* e, più in generale, sul *web*.

Di seguito, si riporta la descrizione del nuovo *post*:

“Stiamo riprendendo le nostre vite dopo il lockdown, ma non dobbiamo abbassare la guardia. Sia come Carlita Dolce sia come Carlita Shop ci stiamo impegnando nella pubblicazione di messaggi social tesi a sensibilizzare i consumatori all'acquisto consapevole sul web.

Oggi vogliamo soffermarci sulla definizione di prodotto cosmetico e sulle caratteristiche degli integratori.

L'art. 2 del Regolamento sui cosmetici specifica che per prodotto cosmetico si intenda “qualsiasi sostanza o miscela, destinata ad essere applicata sulle superfici esterne del corpo umano oppure sui denti e sulle mucose della bocca allo scopo esclusivamente o prevalentemente di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, proteggerli, mantenerli in buono stato o correggere gli odori corporei.”

I prodotti cosmetici pertanto non hanno proprietà terapeutiche o preventive e le eventuali proprietà a loro attribuite debbono essere scientificamente testate.

Ciò premesso, si specifica che i prodotti pubblicizzati sul nostro sito non forniscono un aiuto di carattere terapeutico e/o preventivo nei confronti del COVID-19 vista la loro natura esclusivamente cosmetica.

In particolare, preme sottolineare che i prodotti contenenti Tea Tree o estratto di Manuka non hanno proprietà antivirali né terapeutiche/curative.

Parimenti, gli integratori non possiedono proprietà terapeutiche e/o curative. Tali prodotti integrano la comune dieta, hanno effetti esclusivamente coadiuvanti e le eventuali proprietà a loro attribuite debbono essere scientificamente testate. Gli integratori debbono rispettare le prescrizioni di cui al d. lgs. 169/2004, le indicazioni delle Linee Guida ministeriali ed essere autorizzati dai competenti organismi di controllo.

Pertanto, coloro che hanno patologie cliniche debbono rivolgersi al proprio medico curante il quale deciderà la cura più appropriata.

Per maggiori informazioni, invitiamo a leggere attentamente le sezioni del sito del Ministero della Salute dedicate alle definizioni di cosmetico e di integratore (cosmetico: <https://bit.ly/3gbDXAi>; integratore: <https://bit.ly/3ePJVYR>).

Rimaniamo disponibili a chiarire qualsiasi dubbio in merito a nostre precedenti comunicazioni”.

Tale impegno avrà una durata di 6 mesi a decorrere dalla data di pubblicazione del primo *post*.

4.5 IMPEGNO N. 5: DEVOLUZIONE DI UNA PERCENTUALE DEI RICAVI OTTENUTI TRAMITE IL SITO WEB CARLITASHOP.COM PER FINI DI SOLIDARIETÀ SOCIALE (INIZIATIVA GIÀ PARTITA)

L'impegno in questione è stato in realtà già implementato dalla Società e consiste in una iniziativa di natura caritatevole.

Difatti, a far data dal 3 aprile 2020, la Carlita si è impegnata a raccogliere □ 1,00 per ogni ordine effettuato, con il codice sconto “*CELAFAREMO*”, sul proprio sito *web*.

L'iniziativa è stata reclamizzata attraverso la pubblicazione di un video sui profili *Instagram* @carlitashop_online e @carlitadolce (cfr. https://www.instagram.com/p/B-hQHO_IB1V/), di vari *post* e *stories* (cfr. **All. 2**), oltre che attraverso la creazione di un *banner* sul sito *web* della Società, per rendere nota l'iniziativa a chiunque vi accedesse (cfr. **All. 3**).

Il denaro così raccolto è stato impiegato per l'acquisto di beni di prima necessità in favore di famiglie bisognose, così come individuate sulla base delle segnalazioni ricevute via *e-mail*, su un indirizzo precipuamente creato per tale fine.

Al 23 aprile 2020, la Carlita aveva ricevuto più di 50 segnalazioni ed aveva raccolto la somma di [omissis]. *Obiter dictum*, si segnala che tale cifra è comunque di molto superiore ai ricavi ottenuti dalla Società dalla vendita dei prodotti oggetto di istruttoria, ossia [omissis].

Alla data del 24 aprile 2020, la Carlita stava già lavorando alla preparazione e alla spedizione di beni di prima necessità verso le prime 50 famiglie (cfr. **All. 4**). Anche le spese di spedizione sono state sostenute integralmente della Società.

All'esito di tale campagna solidaristica, ad oggi, risulta che, nei mesi di aprile e maggio 2020, la Carlita abbia acquistato beni alimentari per un importo pari a *[omissis]* (cfr. **All. 5**) e che abbia speso, per n. 60 spedizioni (cfr. **All. 6**), la somma di *[omissis]*, per un totale complessivo di *[omissis]* (cfr. **All. 7**).

Inoltre, si segnala che, nei pacchi spediti, la Carlita ha anche voluto inserire pannolini per bambini, per un valore complessivo di *[omissis]* (cfr. **All. 8**). Per tale attività, la Carlita ha ricevuto numerosi messaggi di supporto e di ringraziamento da parte di coloro che hanno richiesto e ricevuto il sostegno da parte della Società (cfr., in via esemplificativa, **All. 9**).

Da ultimo, in aggiunta a tale iniziativa, la Società ha concesso altresì uno sconto del 15% per invogliare all'acquisto dei prodotti riportanti il codice associato alla donazione.

4.6 IMPEGNO N. 6: RIMBORSO AI CONSUMATORI DELLE SPESE PER L'ACQUISTO DI PRODOTTI A SEGUITO DELLA PUBBLICAZIONE DEI CONTENUTI DIGITALI E, IN GENERALE, DELLE SPESE DI ACQUISTO RELATIVE AI PRODOTTI CONTENENTI, NEL TITOLO O NELLA DESCRIZIONE, RIFERIMENTI A PROPRIETÀ ANTIVIRALI (PERIODO 1 MARZO – 24 MARZO)

Tale impegno assume una rilevanza di primo piano all'interno del formulario per la presentazione degli impegni e testimonia l'estrema attenzione che la Società sta ponendo nel cercare di rimediare a qualsiasi fraintendimento che possa essere stato ingenerato nei consumatori.

La Carlita ha infatti deciso di rimborsare integralmente le spese sostenute da tutti quanti coloro che abbiano acquistato prodotti a seguito della pubblicazione dei contenuti digitali del 7, 10 e 11 marzo (date di pubblicazione dei *post*) nonché, in generale, le spese di acquisto relative ai prodotti contenuti, nel titolo o nella descrizione, riferimenti a proprietà antivirali.

In prima istanza, occorre ribadire che non esistono strumenti sulla piattaforma *Instagram* che permettano di risalire al numero effettivo di soggetti che, dopo aver preso visione dei contenuti digitali del 7, 10 e 11 marzo, abbiano proceduto agli acquisti sul *sito web* della Carlita.

Ad ogni buon conto, la Carlita considererà comunque tutti gli acquisti riguardanti i prodotti oggetto di istruttoria effettuati sul *sito web*, con il risultato che saranno inevitabilmente rimborsati anche coloro che abbiano acquistato tali prodotti senza aver mai visionato i *claims* pubblicati sui *Social*.

In tale direzione, la Società aveva programmato innanzitutto di procedere con il rimborso di tutti gli acquisti dei prodotti oggetto dell'istruttoria effettuati dai consumatori nel periodo che va dal 1° al 24 marzo 2020, per poi continuare a rimborsare chiunque avesse acquistato, tra il 21 febbraio ed il 24 marzo 2020, prodotti contenenti, nel titolo o nella descrizione, il termine “antivirale”.

Tuttavia, i prodotti oggetto del Procedimento contenenti il termine “antivirale” non sono stati commercializzati dalla Carlita prima del 1° marzo 2020; pertanto, si è ritenuto di rimborsare i consumatori di tutte le spese relative agli acquisti in questione effettuati nell'arco temporale che va dal 1° marzo al 24 marzo 2020.

Si segnala che la data del 1° marzo è antecedente di una settimana rispetto ai contenuti digitali pubblicati per la reclamizzazione di tali prodotti e dimostra la volontà della Società di superare i presunti profili di scorrettezza, così come individuati nella comunicazione di avvio del Procedimento. A testimonianza di ciò, si ricorda che la Carlita ha già iniziato ad implementare il presente impegno. Infatti, si riportano di seguito i nominativi dei consumatori da rimborsare e di quelli già rimborsati (cfr. **All. 10**):

- [omissis];
- [omissis] (rimborsata);
- [omissis];
- [omissis] (rimborsata);

- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];

- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];

- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*] (rimborsata);
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];
- [*omissis*];

- [omissis];
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis] (rimborsata);
- [omissis] (rimborsata);
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis] (rimborsata);
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis];
- [omissis] (rimborsata).

Per coloro che non abbiano ancora ricevuto il bonifico, la Società ha già provveduto a chiedere ad ogni singolo consumatore le rispettive coordinate bancarie (cfr. **All. 11**). Pertanto, la Carlita continuerà ad effettuare i bonifici fintantoché tutti i 102 sopraelencati acquirenti non saranno completamente rimborsati o dimostreranno la volontà di non ricevere tale rimborso.

Tuttavia, si segnala che alcuni consumatori hanno dichiarato di preferire un buono sconto da utilizzare sul sito *web* in luogo del rimborso (Cfr. **All. 12**).

In simili casi, la Società sarebbe tendenzialmente incline ad accontentare la richiesta dei propri clienti, fornendo un buono sconto del valore del prodotto o dei prodotti acquistati. Per tutti gli altri si provvederà, come già si sta provvedendo, con il rimborso monetario.

5. CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI NELL'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA

La Carlita è convinta che nessuno dei profili di criticità individuati nella comunicazione di avvio del Procedimento, laddove accertato, possa dar luogo ad una violazione del Codice del Consumo. Ad ogni buon conto, la Società prende atto delle perplessità sollevate dall'Autorità e ritiene che queste possano essere senz'altro superate dalle misure illustrate nella precedente sezione.

Gli impegni proposti (ed in parte già adottati) – che la Società ritiene essere pienamente ammissibili vista la non configurabilità della “*manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale scorretta*” di cui all'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo – sono infatti idonei a superare i profili di scorrettezza oggetto del presente Procedimento e ad elidere qualsiasi riserva dell'Autorità rispetto alle condotte asseritamente contrarie alla diligenza professionale addebitate alla Carlita.

Pertanto, la Società auspica che le misure sopra illustrate consentiranno senz'altro all'Autorità di concludere l'indagine nei confronti della Carlita Shop s.r.l.s., ai sensi dell'art. 27, c. 7, del Codice del Consumo, rendendoli obbligatori e senza necessità di accertare l'asserita violazione delle norme a tutela dei consumatori.

6. VERSIONE RISERVATA E CONFIDENZIALE DEGLI IMPEGNI

Ai sensi dell'art. 11, comma 7, del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore, si richiede che la presente versione del formulario – in quanto contenente informazioni di natura personale e commerciale – sia mantenuta riservata.

Restando a disposizione per un confronto con gli Uffici in merito alla valenza dei presenti impegni e per ogni eventuale modifica e/o integrazione che si dovesse ritenere opportuna, l'occasione è gradita per porgere distinti saluti.

Roma, 07/08/2020