

PS11722 - CARLITA SHOP-INTEGRATORI ANTIVIRALI

Provvedimento n. 28216

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11722 del 22 marzo 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 23, comma 1, lettera s), 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo da parte della società Carlita Shop S.r.l.s.;

VISTA la delibera dell'Autorità del 22 marzo 2020, con la quale, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, è stato disposto che Carlita Shop S.r.l.s. eliminasse ogni riferimento all'efficacia preventiva contro la COVID-19 dei prodotti pubblicizzati o commercializzati attraverso il sito <https://carlitashop.com> e il profilo *Instagram* @carlitashop_online;

VISTA la memoria presentata dalla società Carlita Shop S.r.l.s. il 25 marzo 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. IL FATTO

1. Dalle segnalazioni pervenute il 7 marzo 2020 e dalle informazioni acquisite d'ufficio in data 18 e 19 marzo 2020, è emerso che taluni comportamenti, realizzati dal professionista, avrebbero potuto integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.

2. In particolare, il professionista ha diffuso, attraverso il profilo *Instagram* @carlitashop_online e il profilo *Instagram* dell'influencer Carlitadolce¹, -comunicazioni pubblicitarie che invitavano all'acquisto di prodotti detergenti e cosmetici all'olio di Tea Tree australiano e all'olio di Manuka, nonché all'acquisto di un "Integratore Antivirale Manuka", utilizzando l'hashtag #coronavirus e vantando infondate capacità antivirali e di contrasto alla COVID-19.

3. Per l'acquisto dei prodotti pubblicizzati, tali post rimandavano al sito web <https://carlitashop.com>, gestito da Carlita Shop S.r.l.s., dove erano pubblicizzati e venduti insieme ad altri vari prodotti, di cui si decantavano infondate capacità antivirali, antibatteriche e antisettiche, nonché di rafforzamento del sistema immunitario e di protezione delle vie respiratorie grazie a "principi attivi che manifestano capacità antimicrobica, specie nei confronti di alcune patologie e microorganismi in grado di scatenare infiammazioni nelle vie respiratorie e nei polmoni". Inoltre, vari detergenti e creme cosmetiche erano pubblicizzati con affermazioni che facevano riferimento ad asserite capacità disinfettante e di contrasto al contagio.

4. Tali affermazioni, diffuse attraverso *Instagram* e il sito web, apparivano suscettibili di fuorviare il consumatore, inducendolo a credere che i prodotti pubblicizzati potessero avere, contrariamente al vero, efficacia preventiva contro il COVID-19. Inoltre, proprietà disinfettanti venivano attribuite a referenze non qualificate come Presidi Medico-chirurgici dal Ministero della Salute o dotate di analoga certificazione comunitaria.

5. Tali condotte apparivano, inoltre, contrarie alla diligenza professionale e idonee ad indurre il consumatore medio all'assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, sulla base di una ingannevole rappresentazione delle caratteristiche di prodotti cosmetici ed integratori, che sfrutta l'emergenza sanitaria in corso e la conseguente alterazione della capacità di valutazione del consumatore.

6. Pertanto, sulla base delle informazioni acquisite in atti, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11722, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), 23, comma 1, lettera s), 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo.

7. Parte del procedimento, in qualità di professionista, è la società Carlita Shop S.r.l.s..

8. Il 22 marzo 2020, l'Autorità, a seguito della comunicazione di avvio, ha ritenuto sussistessero i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie nei confronti del professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, e ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Regolamento.

¹ ["Carlitadolce" è lo pseudonimo con il quale è noto sui social media l'amministratore unico e proprietario della società Carlita Shop S.r.l.s..]

9. Sotto il profilo del *periculum in mora*, è stato osservato che sia il sito *Internet* che la pagina *Instagram* del professionista erano attive e presentavano un elevato grado di offensività, in quanto contenenti elementi diretti a convincere i consumatori italiani dell'efficacia preventiva dei prodotti pubblicizzati e commercializzati. L'Autorità ha, quindi, disposto che Carlita Shop S.r.l.s. eliminasse ogni riferimento all'efficacia preventiva contro il COVID-19 dei prodotti pubblicizzati o commercializzati attraverso il sito <https://carlitashop.com> e il profilo *Instagram* @carlitashop_online. Il professionista è stato, altresì, invitato a presentare una relazione sulle iniziative assunte in ottemperanza a quanto disposto e a presentare memorie scritte.

II. MEMORIA DELLA PARTE

10. A seguito della comunicazione dell'avvio del procedimento e del provvedimento cautelare del 22 marzo 2020, il 25 marzo 2020 Carlita Shop S.r.l.s. ha prodotto una memoria con la quale ha descritto le misure adottate per ottemperare al provvedimento cautelare dell'Autorità.

11. Per quanto riguarda il sito www.carlitashop.com, il professionista ha dichiarato di aver provveduto:

- 1) all'eliminazione dei termini "antifungina", "antivirale" ed "antibatterico" in riferimento alla descrizione del prodotto "Olio di sesamo Alkemilla";
- 2) all'eliminazione dei termini "antivirale" ed "antibatterico" e delle frasi "contiene naturalmente principi attivi che manifestano capacità antivirale, antibatterica, purificante ed antimicrobica. Le numerose analisi e ricerche cliniche confermano le proprietà dell'Olio Essenziale di Manuka, quali: antibatterico; antinfiammatorio; antisettico; antivirale; astringente; febbrifugo; immunostimolante; sedativo" e "specie nei confronti di alcune tipologie di microrganismi in grado di scatenare infiammazioni delle vie respiratorie e dei polmoni", in riferimento alla descrizione e al nome del prodotto "Olio essenziale di Manuka Optima Naturals";
- 3) all'eliminazione del termine "antivirale" e delle frasi "aumentare le difese del sistema immunitario", "favorire le funzionalità delle prime vie respiratorie" e "stimolando l'organismo a svolgere una funzione autoimmune", in riferimento alla descrizione e al titolo del prodotto "Integratore Manuka defense plus Optima Naturals";
- 4) all'eliminazione della frase: "L'olio essenziale di tea tree è estratto dalla pianta della Melaleuca è uno degli oli essenziali più potenti in natura, in virtù dell'azione antibatterica, antiodorante, cicatrizzante, antivirale e antifungina ad ampissimo spettro", in riferimento alla descrizione del prodotto "Detergente intimo al Tea Tree Alkemilla";
- 5) all'eliminazione del termine "antibatterico", degli aggettivi "nutriente" e "antibatterico" e della frase "conferendo al contempo naturali proprietà antisettiche, antimicrobiche, antimicotiche ad ampio spettro", in riferimento alla descrizione del prodotto "Balsamo Labbra al Tea Tree Australiano Optima Naturals";
- 6) all'eliminazione del termine "antibatterico", della frase "utilizzato quotidianamente contrasta l'attività contagiosa di batteri nocivi", in riferimento alla descrizione e al titolo del prodotto "Detergente Viso Corpo & Capelli al Tea Tree Australiano Optima Naturals";
- 7) all'eliminazione del termine "antibatterico", della frase "con la sua naturale azione antisettica agisce da antimicrobico e antimicotico su mani, viso e corpo", in riferimento al nome e alla descrizione del prodotto "Saponetta Purificante al Tea Tree Australiano Optima Naturals";
- 8) all'eliminazione dei termini "antibatterica" e "disinfettante", in riferimento al nome e alla descrizione del prodotto "Crema Purificante al Tea Tree Oil Dr Organic";
- 9) all'eliminazione dei termini "igienizzanti", "antibatteriche", "antisettiche" e "disinfetta" in riferimento alla descrizione e al nome del prodotto "Salviette Struccanti e Purificanti viso e mani al Tea Tree Oil Dr Organic";
- 10) all'eliminazione del termine "antibatterico", in riferimento alla descrizione del prodotto "Detergente viso Equilibrante Anti-acne al Miele di Manuka Dr Organic";
- 11) all'eliminazione del termine "antibatterico", in riferimento alla descrizione del prodotto "Scrub viso al Miele di Manuka Dr Organic";
- 12) all'eliminazione del termine "antisettiche" in riferimento alla descrizione del prodotto "Dentifricio sbiancante al Tea Tree Oil Dr Organic";
- 13) all'eliminazione del termine "antibatterico" e "antimiotico", in riferimento alla descrizione del prodotto "Olio Essenziale di Tea Tree Almekilla";
- 14) all'eliminazione dei termini "antisettico naturale" e "antibatterico", in riferimento alla descrizione del prodotto "Olio Essenziale di Tea Tree Biologico Dr Organic";
- 15) all'eliminazione di qualsiasi altro possibile riferimento a termini idonei a dare adito a simili fraintendimenti dal sito web della Società, con particolare riferimento alla pagina "ultimissime novità" e alla dicitura "Proteggiamoci in modo naturale".

12. Per quanto riguarda il profilo *Instagram* @carlitashop_online, il professionista ha dichiarato di aver posto in essere le seguenti misure:

- 1) eliminazione dal profilo e dall'archivio delle storie in evidenza contenenti il riferimento a proprietà "battericide", "antibatteriche", "antisettiche", ivi incluso l'highlight denominato "Tea Tree";
- 2) eliminazione dal profilo e dall'archivio delle storie in evidenza di ogni riferimento a proprietà "battericide", ivi incluso l'highlight denominato "Oli essenziali";

- 3) eliminazione del post datato 11 marzo contenente riferimenti a qualità "antibatteriche e disinfettanti" del "Gel igienizzante mani Aparium";
- 4) eliminazione dal profilo e dall'archivio della storia riportante il messaggio "#iorestoacasa. Scopriamo come igienizzarci ed igienizzare l'aria intorno. Segui le Stories per scoprire come";
- 5) eliminazione dal profilo e dall'archivio delle storie riportanti l'hashtag "#coronavirus", nelle quali si faceva riferimento alle proprietà dei prodotti della linea "Tea Tree australiano" e all' "Olio di Manuka". In particolare, è stato eliminato il messaggio pubblicitario contenente la dicitura "Contro il #coronavirus" seguita dall'illustrazione di tre prodotti della linea "Tea Tree australiano Optima Naturals" e di un prodotto "Olio Essenziale di Manuka Purificante Antibatterico Optima Naturals".
- 13.** Infine, il professionista ha dichiarato di essere intervenuto anche sul profilo *Instagram @carlitadolce*, eliminando le comunicazioni in cui si affermava "Vi straconsiglio questi prodotti antibatterici e antivirali 100 % naturali e biologici, - 20 %", con in sovraimpressione la scritta "Questi prodotti vi aiuteranno a igienizzarvi, proteggervi e aumentare le difese", con aggiunta di *hashtag "#coronavirus"*, riferiti ad alcuni dei prodotti già menzionati. Contestualmente è stato eliminato qualsiasi richiamo delle stesse comunicazioni al profilo *@carlitashop_online*.
- 14.** Dagli accertamenti d'ufficio, alla data del 1° aprile 2020 le misure descritte risultano essere state implementate².

III. VALUTAZIONI

- 15.** Sotto il profilo del *periculum in mora*, si ritiene che, allo stato, le misure complessivamente adottate dal professionista siano idonee a evitare il rischio che, nelle more del procedimento, le pratiche commerciali oggetto di contestazione continuino a produrre effetti pregiudizievoli per i consumatori.
- 16.** Infatti, il professionista ha rimosso dal sito *carlitashop.com* e dal profilo *Instagram carlitashop_online*, nonché dal profilo *Instagram @carlitadolce*, i messaggi ingannevoli che attribuivano, a integratori, detergenti e prodotti cosmetici capacità antivirali, disinfettanti, di prevenzione di infezioni respiratorie e del contagio da coronavirus.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento Carlita Shop S.r.l.s. risulta aver eliminato ogni riferimento all'efficacia preventiva contro l'infezione da COVID-19 dei prodotti pubblicizzati o commercializzati attraverso il nome a dominio <https://carlitashop.com> e il profilo *Instagram @carlitashop_online*, nonché il profilo *Instagram @carlitadolce*;

DELIBERA

che le misure adottate dalla società Carlita Shop S.r.l.s. soddisfano quanto richiesto dall'Autorità con il citato provvedimento cautelare del 22 marzo 2020 ai fini della rimozione del *periculum*.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR per il Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'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 comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

p. IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

² [Cfr. *screen shot acquisiti d'ufficio in data 1° aprile 2020.*]