

PS11824 - TROTEC-PURIFICATORE ANTICOVID

Provvedimento n. 28618

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 marzo 2021;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO 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;

VISTO il proprio provvedimento dell'8 luglio 2020 con il quale è stata deliberata l'adozione d'ufficio della misura cautelare, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché il provvedimento del 4 agosto 2020, con il quale è stato deliberato di non confermare la misura cautelare;

VISTO il proprio provvedimento del 27 ottobre 2020, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per garantire un adeguato contraddittorio con la Parte;

VISTO il proprio provvedimento del 12 gennaio 2021, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta l'ulteriore proroga del termine di conclusione del procedimento in accoglimento dell'istanza di Parte e delle esigenze di tutela del contraddittorio dalla stessa rappresentate;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. TROTEC® International GmbH & C. S.a.S. (nel prosieguo anche Trotec), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. Trotec commercializza impianti di climatizzazione, ventilazione, aerazione e riscaldamento in ambienti chiusi per l'industria, il commercio e i privati.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sui siti <https://it.trotec.com>¹ e www.trotec-blog.com, dei prodotti Trotec per la depurazione, la climatizzazione, l'umidificazione, la "termo-disinfezione" e il raffrescamento dell'aria, attraverso affermazioni pubblicitarie secondo cui, tra l'altro, detti prodotti «*proteggono dal coronavirus*».

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III. 1 L'iter del procedimento

3. Secondo le informazioni acquisite d'ufficio a partire da una segnalazione pervenuta il 21 maggio 2020², in data 8 luglio 2020 è stato avviato nei confronti di Trotec il procedimento istruttorio PS11824 per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) e 25, comma 1, lett. c) del Codice del Consumo³.

Al professionista è stata contestata la diffusione, sui siti www.trotec24.it e www.trotec-blog.com, di comunicazioni commerciali dirette a promuovere prodotti come, ad esempio, quelli denominati: (i) "*AirgoClean 10E*", ossia un depuratore dell'aria al prezzo scontato di 49,95 euro anziché 71,71 euro; (ii) raffrescatori/umidificatori a prezzi variabili da 99,95 a 307,51 euro; (iii) depuratori/riscaldatori d'aria della serie "Tac" con filtri "Hepa H14" con prezzi variabili da 549,00 a 4.263,90 euro. Le affermazioni utilizzate dal professionista nelle comunicazioni commerciali erano connotate da *claim* idonei a indurre il consumatore medio ad attribuire a tali prodotti una efficacia protettiva rispetto ai virus nell'aria e nell'ambiente, in assenza di idonee evidenze scientifiche.

4. In data 12 giugno 2020 sono stati eseguiti rilievi d'ufficio su *internet* e acquisite agli atti del procedimento le pagine dei siti *web* sopra citati⁴.

5. Il professionista ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date del 13 e 16 luglio 2020⁵, nonché del 14 ottobre 2020⁶.

¹ [A tale sito si è rimandati anche dal sito www.trotec24.it.]

² [Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.]

³ [Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio.]

⁴ [Cfr. doc. n. 2 del fascicolo istruttorio.]

⁵ [Cfr. docc. nn. 5 e 6 del fascicolo istruttorio.]

6. In data 6 agosto 2020 la Parte ha effettuato l'accesso agli atti del fascicolo⁷ e in data 19 gennaio 2021 è stata sentita in audizione⁸.

7. In data 29 ottobre 2020 è stata comunicata alla Parte la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento⁹.

8. In data 25 novembre 2020 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento¹⁰. La Parte ha presentato una memoria conclusiva in data 15 dicembre 2020¹¹.

9. In data 15 dicembre 2020, il professionista ha altresì presentato una proposta di impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento¹². Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 19 gennaio 2021 e tale decisione è stata comunicata al professionista in data 22 gennaio 2021¹³.

10. In data 19 gennaio 2021 è stata comunicata alla Parte l'ulteriore proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento¹⁴.

III.2 Le evidenze acquisite

11. I documenti agli atti, con specifico riferimento ai rilievi effettuati d'ufficio, riguardano l'acquisizione delle pagine web dei siti riconducibili al professionista attraverso cui sono stati diffusi i messaggi pubblicitari in esame.

In particolare, tali messaggi erano rinvenibili alle pagine:

1. <https://www.trotec-blog.com/it/trotec/contaminazione-dellaria-particelle-di-polvere-nella-placenta-delle-future-madri-purificazione-dellaria-a-casa-e-in-ufficio-con-airgoclean-10-e/>

2. <https://it.trotec.com/prodotti-e-servizi/macchine-homecomfort/climatizzazione/rinfrescatori-daria-serie-pae/rinfrescatore-daria-vs-condizionatore/>

3. <https://it.trotec.com/prodotti-e-servizi/macchine-highperformance/depurazione-dellaria/filtro-h14-per-il-filtraggio-di-virus/>

Inoltre, sul sito www.trotec-blog.com era presente una sezione denominata "Corona", alla quale si giungeva tramite il link "CORONA" che era presente sulla destra della home page del sito (trotec-blog.com/it/category/corona/).

12. La pag. sub n. 1 *supra* indicata si apriva con il seguente messaggio: «Contaminazione dell'aria: particelle di polvere nella placenta delle future madri! Purificazione dell'aria: a casa e in ufficio con AirgoClean 10 E!» e, subito sotto, l'immagine di una ragazza in gravidanza che guarda la pancia sorridendo con, accanto, l'immagine del prodotto. Immediatamente sotto era riportato il messaggio riferito a particelle di polvere che cagionerebbero parto prematuro e danni irreversibili al feto, eventi evitabili con l'uso del depuratore d'aria "AirgoClean 10E", acquistabile al prezzo scontato di 49,95 euro anziché 71,71 euro.

Nella medesima pagina si avvisavano i datori di lavoro che – per quanto riguarda le polveri presenti negli uffici – essi sono «tenuti a dare il loro contributo [adempiendo] al loro dovere in modo semplice, acquistando depuratori d'aria professionali» come il depuratore "AirgoClean 10E".

13. La pag. sub n. 2 *supra* indicata, nella seconda metà, riportava, in un riquadro, il messaggio: «Portare gli ambienti al 50 % di umidità dell'aria riduce il rischio di trasmissione virale», facendo espresso riferimento a virus quali «SARS-CoV, MERS-CoV o SARS-CoV-2 (Covid-19)». Secondo «esperti» non meglio identificati, per il sito si poteva diminuire il rischio di infezione aumentando l'umidità dell'aria negli edifici tramite apparecchi umidificatori *et similia* venduti dal professionista a prezzi variabili da 99,95 a 307,51 euro. Anche in questo caso non erano riportati i dati scientifici a cui faceva riferimento il messaggio, né elementi identificativi di studi che giustificassero le percentuali riportate e la capacità degli apparecchi di contrastare la diffusione del Covid-19.

14. La pagina sub n. 3 si apriva con una immagine riportante la foto di un sanitario in tuta isolante e la scritta "DANGER"; una grafica riproducente microrganismi stilizzati simili alla struttura dei virus; il prodotto commercializzato con uno scudo riportante la scritta "H14". Subito dopo campeggiava il messaggio: «FILTRI PER PARTICELLE SOSPENSE H14 PER IL FILTRAGGIO DEI VIRUS. I depuratori d'aria commerciali della serie TAC possono separare nell'aria i virus Corona grazie ai filtri ad alte prestazioni. Per ridurre efficacemente il rischio di infezione da Covid-19 o altri virus, risulta principalmente efficace ridurre al minimo, o meglio eliminare, il contenuto dei virus nell'aria. Soprattutto negli ambienti lavorativi e nelle aree critiche con un numero maggiore di persone, minimizzare l'esposizione è obbligatorio al

⁶ [Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio.]

⁷ [Cfr. doc. n. 7 del fascicolo istruttorio.]

⁸ [Cfr. doc. n. 22 del fascicolo istruttorio.]

⁹ [Cfr. doc. n. 13 del fascicolo istruttorio.]

¹⁰ [Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.]

¹¹ [Cfr. doc. n. 17 del fascicolo istruttorio.]

¹² [Cfr. doc. n. 17 del fascicolo istruttorio.]

¹³ [Cfr. dcc. n. 23 del fascicolo istruttorio.]

¹⁴ [Cfr. doc. n. 20 del fascicolo istruttorio.]

fine di prevenire il verificarsi di catene di diffusione e contagio». Il tutto era accompagnato da immagini riproducenti il virus e personale medico sorridente al lavoro. Tali immagini erano inoltre associate al *claim* secondo cui i dispositivi commercializzati dal professionista avrebbero efficacia paragonabile a quella dei sistemi in uso nelle c.d. camere bianche degli ospedali.

A seguire, vi erano messaggi circa la possibilità che il virus si possa trasmettere anche tramite impianti di areazione. A sostegno di ciò si faceva riferimento all'esistenza di vari studi scientifici, citandone tuttavia solo uno reperibile tramite un *link*¹⁵. Il sito affermava che gli autori di tale studio sarebbero giunti alla «preoccupante» conclusione che è «*del tutto plausibile*» che la trasmissione del virus Sars CoV-2 avvenga mediante aerosol, quindi in forma di particelle sospese. Secondo la pagina, l'uso degli apparecchi del professionista, e in particolare dei depuratori/riscaldatori d'aria della serie "Tac" con filtri "Hepa H14"¹⁶, abbatterebbe il fenomeno di trasmissione del Covid-19 (e degli altri virus) tramite aerosol; non era fornita, tuttavia, alcuna evidenza scientifica su tale capacità degli apparecchi commercializzati dal professionista.

15. La pagina <https://www.trotec-blog.com/it/category/corona/> si apriva con la domanda «*Gli impianti di climatizzazione e i ventilatori proteggono dal coronavirus? Ecco cosa è bene sapere a riguardo!*». Con toni divulgativi, il professionista propugnava l'idea che le attuali normative restrittive di sanità e igiene non sarebbero sufficienti per scongiurare la possibilità dello scoppio di nuovi focolai dovuti alla trasmissione del Covid-19 tramite aerosol. Il messaggio, dal tono evidentemente divulgativo, era corredato da un'immagine in sequenza in cui si dimostrerebbe il fatto che, mentre le goccioline di saliva uscite dalla bocca di un individuo non raggiungono l'altra persona posta a due metri di distanza, l'aerosol invece sì.

Dopo ciò il sito proseguiva evidenziando come la protezione offerta dal distanziamento sociale, dalle mascherine, dalla disinfezione e dalle pareti di plexiglas fosse "lacunosa" e che soltanto i «*depuratori d'aria ad alta frequenza come il TAC V+*» (sottolineatura nell'originale) del professionista fossero in grado di colmare questa lacuna, con il *link* al prodotto.

Non erano, tuttavia, riportate evidenze scientifiche a sostegno delle notizie presenti sul sito, né, in particolare, delle vantate capacità dei depuratori d'aria commercializzati dal professionista.

Inoltre, il professionista vantava l'efficacia dell'uso di tali depuratori d'aria nella prevenzione delle infezioni in ambienti quali gli uffici *open-space*, le chiese e le case di cura, affermando ad esempio che l'uso del depuratore d'aria TAC V+ «*crea zone di visita sicure con protezione dalle infezioni nelle case di cura*».

16. In ottemperanza al provvedimento cautelare dell'8 luglio 2020, con nota del 13 luglio 2020 la Parte ha comunicato di aver disattivato le pagine *internet* contestate, come riscontrato dagli accertamenti d'ufficio del 16 e del 21 luglio 2020. Inoltre, è stato rimosso il *link* "CORONA" dalla versione italiana del *blog* www.trotec-blog.com. I *claim* oggetto della misura cautelare erano stati diffusi a partire dal mese di maggio 2020¹⁷.

III. 3 Le argomentazioni difensive della Parte

17. Nelle proprie note difensive, la società ha rappresentato di far parte dell'omonimo gruppo societario, avente sede in Germania e filiali in dieci Paesi, prevalentemente in Europa, il quale effettua importanti investimenti in ricerca e innovazione per i propri prodotti. Trotec sviluppa e commercializza apparecchi di tipo elettrodomestico e termosanitario per il trattamento dell'aria. Ha, inoltre, fatto presente che i depuratori *AirgoClean*, i raffrescatori *PAE* e i depuratori *TAC* con filtri HEPA erano in vendita sul mercato italiano prima che iniziasse l'emergenza per la pandemia da Covid-19 e che, successivamente alla diffusione della pandemia stessa, la società ha intensificato i propri investimenti in ricerca e sviluppo «*per offrire ai propri clienti impianti in grado di contrastare efficacemente il propagarsi del virus, affiancandosi così alle altre misure contenitive già disposte nei vari paesi in cui le imprese del Gruppo operano*».

Il prodotto *AirgoClean 10E* è un depuratore d'aria domestico per ambienti fino a 40 metri cubi, con la principale funzione di depurare l'aria da polveri, pollini e batteri, attraverso un filtro Dacron e un filtro HEPA. I prodotti *TAC V+* sono depuratori d'aria professionale per la protezione da polveri, spore, aerosol e virus che, a seconda dell'utilizzo (industria, artigianato, pura depurazione d'aria), impiegano varie tipologie di filtri.

Quanto alle evidenze scientifiche a supporto dei propri *claim*, la Parte ha richiamato lo studio commissionato dal Gruppo al prof. Christian J. Kähler, docente di fluidodinamica e aerodinamica presso la Bundeswehr Universität di Monaco di Baviera e al suo *team* di ricerca in cui sono stati analizzati gli effetti del depuratore d'aria Trotec TAC V+ con filtro HEPA 14 sulla riduzione della concentrazione di *aerosol* e, quindi, di sostanze virali nell'aria di ambienti chiusi¹⁸. Inoltre, la Parte ha fatto riferimento agli studi scientifici tesi a confermare che «*un'umidità relativa superiore al 40% è dannosa per la sopravvivenza di molti virus, inclusi i coronavirus in generale*».

¹⁵ [AA.VV., *Aerosol e stabilità superficiale di SARS-CoV-2 rispetto a SARS-CoV-1*, in *N Engl J Med*, 2020 (in inglese nella versione originale).]

¹⁶ [Dalle pagine dedicate a tali apparecchi emerge che essi hanno prezzi variabili da 549,00 a 4.263,90 euro.]

¹⁷ [Cfr. sul punto docc. nn. 1 e 17 e del fascicolo istruttorio.]

¹⁸ [Cfr. doc.n. 17 all. 2_14 del fascicolo istruttorio. Lo studio, nella versione di agosto 2020, si intitola "Can mobile indoor air cleaners effectively reduce an indirect risk of SARS-CoV-2 infection by aerosols?".]

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 11 febbraio 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 10 marzo 2021, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. Il presente provvedimento ha ad oggetto la diffusione, via *internet*, di contenuti pubblicitari volti a promuovere i depuratori d'aria a marchio Trotec con modalità idonee ad ingenerare nei destinatari il convincimento che l'utilizzo degli stessi possa di per sé neutralizzare la diffusione del Covid-19.

20. Nei messaggi esaminati, infatti, le caratteristiche tecniche e di funzionamento dei prodotti sono messe in diretta correlazione con la possibilità di proteggersi efficacemente dal rischio di infezione da Covid-19: ciò attraverso l'impiego di vantii pubblicitari che attribuiscono ai prodotti stessi proprietà ultronee rispetto alla loro natura di apparecchi di tipo elettrodomestico e termosanitario.

In particolare, le affermazioni pubblicitarie appaiono caratterizzate da toni enfatici e allarmistici (*"Per ridurre efficacemente il rischio di infezione da Covid-19 o altri virus, risulta principalmente efficace ridurre al minimo, o meglio eliminare, il contenuto dei virus nell'aria. Soprattutto negli ambienti lavorativi e nelle aree critiche con un numero maggiore di persone, minimizzare l'esposizione è obbligatorio al fine di prevenire il verificarsi di catene di diffusione e contagio"*) la cui incisività risulta amplificata dagli elementi grafici posti a corredo di quelli testuali (l'immagine di un operatore sanitario in tuta isolante da agenti patogeni, la scritta "DANGER" e una grafica riproduttiva di microrganismi stilizzati simili alla struttura dei *virus* abbinati alla foto dei depuratori d'aria della serie TAC con uno scudo riportante la scritta "H14").

Fuorviante appare, altresì, l'affermazione secondo cui *"Portare gli ambienti al 50 % di umidità dell'aria riduce il rischio di trasmissione virale"*, essendo la stessa basata su un inadeguato richiamo a non meglio identificati "esperti" che *"hanno valutato gli esiti delle ricerche scientifiche sulla resistenza dei virus (quali ad esempio SARS-CoV, MERS-Cov o SARS-CoV-2 (Covid-19) e sull'umidità dell'aria"*. Il generico richiamo agli esiti di non meglio circostanziate ricerche scientifiche sul tema non giustifica la spendita, a fini promozionali, dei risultati conseguiti attraverso l'utilizzo dei prodotti in esame.

Inoltre, il tenore letterale dei *claim* impiegati dal professionista appare eccessivamente assertivo sulle conseguenze per la salute dei consumatori e delle loro famiglie in caso di mancato acquisto del prodotto (*"Contaminazione dell'aria: particelle di polvere nella placenta delle future madri! Purificazione dell'aria: a casa e in ufficio con AirgoClean 10 E!"*) e suggerisce che il consumatore, non effettuando l'acquisto, metterebbe in pericolo la salute dei propri cari.

Le comunicazioni commerciali, infine, presentano accostamenti impropri tra i depuratori pubblicizzati e le apparecchiature utilizzate in ambito ospedaliero (c.d. camere bianche), lasciando intendere che gli effetti riconducibili all'installazione di depuratori dotati di specifici dispositivi di filtraggio siano pienamente equiparabili alle condizioni esistenti nelle sale operatorie.

21. In generale, benché sia possibile attribuire agli apparecchi per il trattamento dell'aria una utilità nel ridurre la concentrazione di batteri e virus negli ambienti, appaiono tuttavia ultronei i contenuti veicolati dai messaggi esaminati. In tal senso, pur tenendo conto della documentazione scientifica prodotta dal professionista a sostegno della validità e degli *standard* di qualità dei dispositivi Trotec (come i filtri HEPA), va rilevato che i toni assolutistici utilizzati e le comparazioni con sistemi complessi quali le c.d. camere bianche appaiono suscettibili di fuorviare il consumatore circa la reale efficacia dei prodotti pubblicizzati.

Infatti, lo stesso studio scientifico commissionato dal professionista, lungi dal riconoscere la assoluta sicurezza dei risultati conseguibili con l'utilizzo degli apparecchi, sembra piuttosto circoscriverne gli effetti alle loro reali caratteristiche prestazionali, conferendo cioè agli stessi la mera idoneità a contribuire alla riduzione del rischio di infezione indiretta e di contaminazione in ambienti chiusi, ma non la capacità di eliminare radicalmente il contagio¹⁹.

In altri termini, dal riconoscimento di una azione agevolatrice nel ridurre la presenza di sostanze virali nell'aria non sembra potersi desumere quella ampiezza di effetti e quella efficacia risolutiva che sono invece suggerite dalla particolare incisività e assertività dei vantii pubblicitari.

22. In questo contesto, appare gravemente fuorviante anche il riferimento del professionista alla lacunosità e all'insufficienza delle normative restrittive in materia di sanità e igiene (distanziamento sociale, mascherine,

¹⁹ [*In proposito, si veda lo studio dal titolo "Can mobile indoor air cleaners effectively reduce an indirect risk of SARS-CoV-2 infection by aerosols?" nel quale si legge, tra l'altro, che «In our opinion, indoor air cleaners with a large volume flow and high-quality filters of class H14 represent a very suitable technical solution to reduce the indirect risk of infection by aerosols in schools, offices, shops, waiting rooms, community and club houses, lounges and dining rooms, etc. [...] Alternatively, the aerosol concentration in the room can be reduced by means of filtration or discharged via window ventilation», doc.n. 17 all. 2_14 del fascicolo istruttorio.]*

disinfezione e pareti di *plexiglass*) rispetto al contenimento della trasmissione del virus Covid-19 tramite *aerosol* associato alla descrizione dei “*depuratori d’aria ad alta frequenza come il TAC V+*”, venduti dal professionista, come unici strumenti in grado di colmare questa lacuna²⁰. Tale correlazione, infatti, appare idonea a suscitare aspettative ulteriori rispetto alla reale utilità dei depuratori d’aria pubblicizzati ed estranee alla natura propria degli stessi, inducendo peraltro i destinatari dei messaggi a ritenere che il mancato acquisto metterebbe a repentaglio la sicurezza propria e della propria famiglia. Ciò in violazione dell’articolo 23, comma 1, lett. n), del Codice del Consumo.

23. I descritti *claim* appaiono, dunque, ingannevoli in quanto, a fronte della loro incisività e assertività, non risultano basati su un fondamento documentale adeguato o comunque sufficiente a giustificare la portata delle promesse pubblicitarie. Anzi, essi risultano idonei a sollecitare aspettative che vanno oltre l’effettiva natura e la reale efficacia dei prodotti, potendo pertanto orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori. Questi potrebbero essere indotti all’acquisto nella convinzione di disporre di un mezzo risolutivo per neutralizzare il rischio di contagio da coronavirus e non già di uno strumento tecnico che, ove implementato congiuntamente ad altre misure o cautele, può contribuire ad una efficace protezione.

24. In conclusione, le modalità complessive di presentazione dei prodotti, per l’enfaticizzazione delle caratteristiche agli stessi attribuiti e la prospettata stretta associazione tra l’utilizzo degli apparecchi e la soluzione del problema della diffusione del contagio, appaiono tali da indurre il consumatore medio ad attribuire erroneamente ai prodotti requisiti di efficacia eccedenti quelli effettivamente posseduti.

Pertanto, la condotta del professionista integra una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) e 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad indurre il consumatore medio all’assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, sulla base di una ingannevole rappresentazione della realtà in relazione alla natura, alle caratteristiche prestazionali dei prodotti offerti e ai risultati che si possono attendere dal loro utilizzo, sfruttando la situazione di allarme sanitario esistente per promuovere la vendita dei prodotti stessi.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. Ai sensi dell’articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta una pratica commerciale scorretta l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

26. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall’articolo 11 della legge n. 689/81, 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.

27. Con riferimento alla dimensione economica del professionista, va rilevato che questi, seppur richiesto, non ha prodotto il proprio bilancio. Nell’anno 2020 il professionista ha realizzato ricavi in Italia per circa [1.000-15.000]* euro derivanti dalla vendita dei dispositivi oggetto del procedimento²¹. Si tiene, altresì, conto dell’appartenenza del professionista all’omonimo gruppo societario avente sede in Germania e filiali in dieci Paesi prevalentemente in Europa.

28. Con riguardo alla gravità della violazione, occorre considerare che la condotta contestata, da un lato, integra una pratica in ogni caso ingannevole ai sensi dell’articolo 23, comma 1, lett. n), del Codice del Consumo e, dall’altro, è connotata da aggressività, in violazione dell’articolo 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, avendo sfruttato una circostanza di specifica gravità (la pandemia in atto e i timori di contagio) tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore.

29. Con riguardo alla durata della violazione, dagli elementi istruttori agli atti risulta che la suddetta pratica commerciale scorretta sia stata posta in essere dal professionista almeno a decorrere dal mese di maggio 2020 (sulla base della segnalazione pervenuta¹²²) fino a luglio 2020, quando il professionista, in ottemperanza alla misura cautelare, ha rimosso dalle sue comunicazioni commerciali i profili di scorrettezza contestati²³.

30. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l’importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società TROTEC® International GmbH & C. S.a.S. nella misura di 11.700 euro (undicimilasettecento euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale sopra descritta risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio con riguardo alla reale efficacia dei

²⁰ [Cfr. la pagina <https://www.trotec-blog.com/it/category/corona/> che si apriva con la domanda «Gli impianti di climatizzazione e i ventilatori proteggono dal coronavirus? Ecco cosa è bene sapere a riguardo!».]

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

²¹ [Cfr. docc. nn. 17 e 22 del fascicolo istruttorio.]

²² [Cfr. doc.n. 1 del fascicolo istruttorio.]

²³ [Cfr. docc. nn. 5 e 6 del fascicolo istruttorio.]

prodotti pubblicizzati, nonché agli effettivi svantaggi derivanti dal mancato acquisto degli stessi. Parimenti, appaiono scorrette, ai sensi dell'articolo 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo, le affermazioni sulla portata risolutiva dell'utilizzo dei prodotti, in quanto idonee a compromettere l'assunzione di una scelta di acquisto consapevole in un momento in cui la capacità di valutazione del consumatore appariva alterata a causa della situazione di emergenza sanitaria in atto a livello nazionale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II) del presente provvedimento, posta in essere da TROTEC® International GmbH & C. S.a.S., nella sua qualità di professionista, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lett. b), 23, comma 1, lett. n), e 25, comma 1, lett. c), del Codice del Consumo;

b) di irrogare a TROTEC® International GmbH & C. S.a.S., nella sua qualità di professionista, per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 11.700 euro (undicimilasettecento euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata 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. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

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 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli