

DELIBERA N. 106/20/CSP

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA SOCIETA'
TELEGENOVA PRODUCTION S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI
MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE “TELEGENOVA”) PER LA
VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NEGLI ARTT. 3 E 36
BIS, COMMA 1 LETT. C), N. 3 DEL D.LGS. 177/2005**

**(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. LIGURIA N.01/2020 - PROC.
41/20/MRM-CRC)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione servizi e prodotti del 15 dicembre 2020;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modifiche e integrazioni, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, di seguito anche Testo unico;

VISTO il decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante “*Disposizioni urgenti per l’attuazione di obblighi comunitari e l’esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee*”, convertito con modificazioni, dalla legge 6 giugno 2008, n. 101;

VISTA la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante “*Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*”;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante “*Modifiche al sistema penale*”;

VISTO il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104, recante “*Attuazione dell’articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, recante “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 565/14/CONS;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS del 29 luglio 2014, recante “*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni e Consultazione pubblica sul documento recante Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative*”;

pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 451/20/CONS;

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante “*Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”*;

VISTA la delibera n. 395/17/CONS, del 19 ottobre 2017, recante “*Approvazione dell’Accordo Quadro tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e le Regioni, concernente l’esercizio delle funzioni delegate ai Comitati Regionali per le Comunicazioni”*;

VISTO l’Accordo Quadro del 28 novembre 2017 tra l’Autorità, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee Legislative delle Regioni e delle Province autonome, concernente l’esercizio delle funzioni delegate ai CO.RE.COM. in tema di comunicazioni, conforme al testo approvato dall’Autorità con delibera n. 395/17/CONS, del 19 ottobre 2017;

VISTA la legge regionale 22 marzo 2013, n. 8, recante “*Istituzione, organizzazione e funzionamento del Comitato Regionale per le Comunicazioni (Co.re.com.Liguria)*”;

VISTO il decreto-legge 17 marzo 2020, n. 18, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 aprile 2020, n. 27, recante “*Misure di potenziamento del Servizio sanitario nazionale e di sostegno economico per famiglie, lavoratori e imprese connesse all’emergenza epidemiologica da COVID-19*”);

VISTO il decreto-legge 8 aprile 2020, n. 23, recante “*Misure urgenti in materia di accesso al credito e di adempimenti fiscali per le imprese, di poteri speciali nei settori strategici, nonché interventi in materia di salute e lavoro, di proroga di termini amministrativi e processuali*”;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del Co.re.com. Liguria - cont. n. 01/2020 - è stata contestata, in data 1° giugno 2020 e notificata il 2 giugno seguente, alla società Telegenova production S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Telegenova*”, la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 3 e 36-*bis*, comma 1, lett. c), n.3 del decreto legislativo n. 177/2005 ai sensi dell’art. 51, commi 1 e 2 del medesimo decreto legislativo.

Nell’ambito dell’attività di monitoraggio della programmazione finalizzata alla verifica della conformità alla normativa in vigore, che il Co.re.com. Liguria compie su delega dell’Autorità, è stata avviata, stante la peculiare situazione di emergenza sanitaria legata alla diffusione del contagio da COVID 19, una sessione di monitoraggio dei programmi



trasmessi dalle emittenti locali nei giorni 16, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 30 e 31 marzo 2020.

Di conseguenza, il suddetto Co.re.com., acquisita la relazione finale fornita dalla società incaricata della registrazione e dell'analisi dei dati, e dopo aver esaminato le registrazioni, ha rilevato che la società Telegenova production S.r.l., esercente il servizio di media audiovisivo in ambito locale Telegenova, ha trasmesso comunicazioni pubblicitarie all'interno di un contesto apparentemente informativo, in contrasto con le norme del Testo Unico poste a salvaguardia della salute e della sicurezza dei telespettatori. Specificamente, nel periodo sottoposto a monitoraggio, in diverse fasce orarie della giornata, è presente la messa in onda della televendita relativa agli integratori *"Life 120 e Orac Spice"*, della trasmissione *"Il Cerca Salute - Life120"*; inoltre, nella giornata del 18 marzo 2020, più volte nell'arco della giornata, è andato in onda lo *"Speciale Covid, quello che non ti hanno detto del corona virus"*.

In particolare, *"Il Cerca Salute"* si presenta come un programma di pseudo informazione scientifica, che si sostanzia in una rubrica di approfondimenti divulgativi rispetto ad una vasta gamma di patologie con il commento del signor Adriano Panzironi che, intervistato da un moderatore in studio, argomenta sulle cause di tali patologie, riconducibili, a suo dire, alla dieta mediterranea, ricca di carboidrati. In particolare, il signor Panzironi illustra le caratteristiche e gli effetti benefici del metodo *"Life120"*, ideato dallo stesso Panzironi e descritto nel libro *"Vivere 120 anni, le verità che nessuno vuole raccontarti"*. Si tratta di un metodo basato, oltre che sull'adozione di un regime alimentare privo di carboidrati, sull'assunzione di integratori specifici che vengono promossi in comunicazioni commerciali che interrompono sistematicamente la programmazione della rubrica in questione.

A titolo esemplificativo, alle ore 07.23 del 16 marzo viene intervistata una donna che porta la sua testimonianza: era affetta da polipi del colon e retto e *"sentendosi intimorita dalla propria dottoressa ha rinunciato a sottoporsi all'intervento. Ma, tutto si è risolto abbracciando life 120"*.

Sempre il 16 marzo 2020 alle ore 23:03, nel corso della rubrica *"Stories"*, alcuni "testimoni" affermano di essere guariti da patologie quali diabete, ipertensione, reflusso gastroesofageo, senza affidarsi alla medicina ufficiale la quale, come afferma il signor Panzironi, *"non capisce la biologia del corpo"*. Vengono esaminati, inoltre, frammenti di trasmissioni con indicazioni di medici specializzati sulle varie patologie oggetto di discussione e, a tal proposito sempre Panzironi afferma: *"Quando ho selezionato questo video sembrava di stare su scherzi a parte. La dieta mediterranea è il distruttore dell'Umanità!"* [...] *"tutte le funzioni della vitamina D, i medici nemmeno le conoscono; speriamo che con il Cerca salute si risvegli anche questo concetto di questa vitamina D assolutamente straordinaria, anche se i medici di famiglia sono stati indotti a non prescrivere questa analisi"*.

L'intero programma *"Il cerca Salute"* appare, dunque, finalizzato alla divulgazione dello stile di vita *"Life 120"* e alla vendita degli integratori della linea Life 120 oltre al libro del signor Panzironi.

Infatti, durante tutto il corso del programma *"Il Cerca Salute"* sono state trasmesse le comunicazioni commerciali degli integratori della linea Life 120, erroneamente indicate



come “messaggio promozionale” o “telepromozione”, che riportano, in sovrapposizione in modalità fissa, sia il numero di telefono, sia il sito *internet* a cui il pubblico può rivolgersi per l’acquisto. Tali elementi configurano la fattispecie come “televendita”. Nelle suddette comunicazioni trasmesse, infatti, sono presenti tutti gli elementi atti ad individuare un’offerta al pubblico che, a norma dell’art. 1336 c.c., prevede la causa (compravendita del servizio), l’oggetto (gli integratori Orac Spice) e la forma (la telefonata). A tal proposito, in una delle televendite erroneamente indicate come telepromozione il conduttore, lo stesso de il “Cerca salute”, afferma: “*Gli Orac Spice li potete trovare in tutte le farmacie al costo di 49 euro e 90 ma grazie a questa offerta potete trovarli a 39 euro e 90*”. “*È sicuramente un’offerta molto vantaggiosa ma se ne volessi acquistare due?*”. La conduttrice ribatte: “*Ancora meglio! Se acquisti due confezioni risparmi e in più avrai in omaggio il nostro bestseller Vivere 120 anni*”, “*allora sai che ti dico Giusi? Che è sicuramente un peccato non telefonare*”. “*Hai ragione! Life 120 ti migliora la vita!*”.

Nella programmazione visionata del giorno 19 marzo si riscontra, altresì, la presenza di una edizione de “*Il Cerca Salute*”, identificata come “*Speciale CoVid-19*” (della durata di circa 30 minuti). La rubrica risulta riproposta nel corso della programmazione e si caratterizza per la sovrapposizione fissa sul lato superiore dello schermo del *claim* “*Quello che non ti hanno detto del coronavirus*”. Sono riscontrabili affermazioni del seguente tenore: “*lo stile di vita Life 120... alimentazione low carb... attività fisica adeguata... un’integrazione certamente consapevole... può fare molto contro questo virus*” che rimanda al *commercial* che interrompe il programma, promuovendo l’integrazione consapevole che realizza, pertanto, la fattispecie di *claim* promozionale dei prodotti relativi allo stile di vita Life 120.

Nel suddetto programma, le indicazioni tipiche per la prevenzione diffuse dalle autorità sanitarie (lavaggio frequente delle mani, distanza di sicurezza da altri soggetti, lontananza da luoghi affollati) sono presentate come misure connotate da arretratezza in quanto si asserisce che le quarantene erano impiegate fin dal Medioevo; si ipotizza – basando tale affermazione sulle statistiche e su ricostruzioni asseritamente scientifiche – che gli effetti negativi del virus Covid 19 siano legati a carenze del sistema immunitario riconducibili a interventi chirurgici superflui (asportazione di tonsille e adenoidi praticate massivamente per protocollo) ovvero a errata alimentazione, asserendosi che un maggior consumo di carboidrati incentivi la diffusione del virus; si rappresenta l’asserita correlazione fra diabete e iperglicemia e ridotta efficienza del sistema immunitario, da cui si fa discendere “una maggiore diffusione del virus”; si presentano affermazioni, basate su argomentazioni pseudoscientifiche, intese ad accreditare una predisposizione agli effetti negativi del coronavirus Covid 19 legata allo stile alimentare e al consumo di carboidrati; la rubrica viene interrotta da una comunicazione commerciale che richiama in forma letterale e pedissequa concetti e formulazioni proferiti nella rubrica in relazione al coronavirus (a titolo esemplificativo: “*integrazione consapevole*”; “*eliminazione dei radicali liberi*”).

Nel corso della rubrica dedicata al Coronavirus l’atteggiamento di denigrazione nei confronti della medicina “dogmatica”, come viene definita, si spinge fino a sostenere che “*l’alimentazione somministrata ai ricoverati in terapia intensiva è criminale, poiché*



contenente glucosio” e che “ non si giungerà mai alla scoperta di un vaccino, con la conseguenza che l’unico rimedio per affrontare il virus è il rafforzamento del sistema immunitario attraverso l’integrazione e la somministrazione di vitamine”; nel corso del medesimo “speciale” dedicato al Covid -19 viene suggerita, infatti, come terapia atta a rinforzare il sistema immunitario, oltre che l’integrazione “mirata”, anche la “somministrazione” massiccia di vitamina C e D, rispetto alle terapie di norma consigliate dalla medicina ufficiale, con gravi rischi per la salute pubblica. A tale proposito mette conto segnalare che, nel corso dello speciale ed al termine dello stesso, hanno inizio comunicazioni commerciali (telepromozioni/televendite) dei medesimi integratori, con specifico riguardo, delle vitamine C e D della linea Life 120.

2. Deduzioni della società

A seguito della ricezione dell’atto di contestazione n. 01/2020, la società Telegenova production S.r.l. ha formulato richiesta di accesso agli atti ai sensi della legge n. 241 del 1990 (Prot. 2020/ 198203 del 4 giugno 2020), ed ha presentato in data 21 luglio 2020 memorie difensive (prot. n. 2020/0923) in cui chiedeva l’archiviazione del procedimento avviato a suo carico. La Società Telegenova production S.r.l. ha argomentato, sostanzialmente, in questo modo la propria richiesta:

1. *“l’art. 3 d.lgs. n. 177/2005 stabilisce che sono principi fondamentali in materia di comunicazioni sia la garanzia della libertà dei mezzi di comunicazione che la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione che invece sembra non siano rispettate nel caso di specie, perché quanto asserito dal sig. Panzironi all’interno delle trasmissioni contestate, da un lato, non pregiudica la salute e, men che meno, incoraggia comportamenti pregiudizievoli per la salute”;*
2. la società in questione, inoltre, ha eccepito l’incompetenza dell’AGCOM in merito ai fatti oggetto di contestazione in quanto gli articoli 27, comma 1-bis, 21 e 23 del D.Lgs. n. 206/2005 (Codice del Consumo) attribuirebbero la competenza in ordine alla fattispecie in esame all’Autorità garante della concorrenza e del mercato: *“[...] la competenza dell’Antitrust è molto più ampia riguardando pratiche commerciali concernenti comportamenti suscettibili di porre in pericolo la salute dei consumatori e che hanno capacità di curare malattie, mentre quella dell’AGCOM è decisamente più circoscritta e limitata in quanto ha ad oggetto unicamente le comunicazioni commerciali che incoraggino comportamenti pregiudizievoli per la salute”. [...] Ed infatti “l’Antitrust (AGCM) si è occupata del programma oggetto del presente giudizio ed afferente lo speciale Covid-19, la quale, dopo aver acquisito la documentazione e le registrazioni della trasmissione incriminata non ha ritenuto opportuno neppure aprire un’istruttoria sulla stessa fattispecie”. [...] “L’AGCOM, conclude la società, “vorrebbe, inoltre, sostituirsi anche al Ministero della Salute, il quale avrebbe potuto e/o dovuto chiedere la rettifica dei contenuti ai sensi dell’art. 7 della legge n. 175 del 1992”.*
3. l’art. 36-bis, comma 1, lett. c), n. 3, del D.lgs. n. 177/2005, afferma ancora la Società, stabilisce che *“le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori di servizi di media soggetti alla giurisdizione italiana non devono incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza”.* A tale proposito, è stato



ribadito che il programma televisivo in esame è prevalentemente di carattere scientifico e divulgativo.

4. Viene sostenuta, di fatto, l'infondatezza delle contestazioni sollevate a carico della società Telegenova, ribadendo, in tal senso, quando affermato dal signor Panzironi, e cioè che *“l'alimentazione aiuta a prevenire il contagio ed addirittura a curare la malattia da Coronavirus”*, così come comprovato dalla corposa letteratura medico-scientifica (allegata alla predetta memoria) e dalle raccomandazioni dello stesso ministero della Salute. Lo stile di vita Life 120 – continua la società, *“non è stato mai presentato come alternativo alle indicazioni delle Autorità sanitarie ma sempre come complementare alle stesse come riconosciuto dalla stessa AGCOM nelle delibere n. 152/2020 e n. 153/2020 la cui esecuzione è stata sospesa dal TAR con ordinanza dell'11/05/2020, confermata anche dal Consiglio di Stato il 16/07/2020 che ha respinto l'appello cautelare proposto dall'AGCOM, e quindi non poteva comportare alcuna sottovalutazione dei rischi da parte di nessuno, anzi semmai invitava il telespettatore medio ad un atteggiamento di maggior prudenza ed accortezza”*.
5. Per ciò che concerne le “testimonianze” oggetto di contestazione, si afferma che *“è chiaramente ingiusto ed illegittimo censurare il contenuto di testimonianze rese gratuitamente da persone libere ed in modo del tutto spontaneo prescindendo totalmente dall'esame della loro veridicità. Il racconto di un'esperienza personale non può avere di per sé natura pubblicitaria”*. [...] L'art. 36-bis, comma 1, lett. c), n. 3 del D.lgs. n. 177/2005 è molto chiaro. La norma richiede che le comunicazioni commerciali non devono *“incoraggiare”* comportamenti pregiudizievoli per la salute. Al contrario, nella fattispecie in esame la testimonianza di una persona che ha ricevuto benefici dal cambiamento del proprio stile di vita non può certamente incoraggiare nessuno a porre in essere un comportamento pregiudizievole per la propria salute, né è presente nella contestazione il modo con cui ciò ipoteticamente avverrebbe”.
6. Telegenova ha, comunque, *“immediatamente interrotto la messa in onda della trasmissione contestata, pur essendo pienamente consapevole della sua perfetta e totale liceità e correttezza”*.

3. Valutazioni dell'Autorità

La Commissione per i servizi e i prodotti di questa Autorità, nella riunione del 29 ottobre 2020, ha disposto, ai sensi dell'art. 11, comma 1, della delibera n. 410/14/CONS, una proroga dei termini di conclusione del procedimento per consentire agli Uffici dell'Autorità di svolgere ulteriori approfondimenti istruttori essenziali per verificare la fondatezza, in punto di fatto e di diritto, di quanto contestato dal Comitato regionale per le comunicazioni Liguria. Ciò ha determinato, ai sensi dell'art. 11, comma 2, della citata delibera n. 410/14/CONS, la proroga di ulteriori sessanta giorni del termine per l'adozione del provvedimento finale.

Ad esito dell'istruttoria svolta, quindi, gli Uffici di questa Autorità hanno ritenuto meritevole di accoglimento la proposta che il CO.RE.COM. Liguria ha trasmesso all'Autorità con nota prot.n. 0429368 del 19 ottobre 2020, proponendo un provvedimento di ordinanza-ingiunzione a carico della società Telegenova production S.r.l., fornitore del

servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Telegenova*”, per essere incorsa nella violazione contestatale.

L’Autorità, infatti, ha ritenuto non meritevoli di accoglimento le argomentazioni offerte dalla Società *de qua* per i seguenti motivi.

La prospettazione proposta dalla Società secondo cui gli addebiti contestati ledono la libertà di espressione e di divulgazione del Signor Panzironi di esprimere le proprie opinioni su tematiche scientifiche e mediche, appare priva di fondamento.

Le trasmissioni oggetto di contestazione, invero, non possono essere in alcun modo qualificate come programmi scientifici, né tantomeno di “*informazione scientifica*”, né, di conseguenza, può essere accolto il richiamo alla “*libertà di informazione*” che comunque, in relazione al bene privilegiato della salute, soprattutto in un contesto storico di estrema emergenza come quella legata all’attuale pandemia da coronavirus, deve necessariamente assumere i caratteri della doverosità ed inderogabilità. Il signor Panzironi, infatti, protagonista dei programmi in questione, non risulta vantare alcun titolo accademico o comunque di riconosciuta condivisione da parte della comunità scientifica tale da conferire autorevolezza scientifica alle proprie affermazioni. Al contrario, il Consiglio Superiore della Sanità, nella seduta del 9 ottobre del 2018, ha espresso un parere nel quale attesta, tra l’altro, che “[...] *il metodo Life 120, diffuso e pubblicizzato attraverso stampa, programmi radiotelevisivi, social network si basa su argomentazioni non supportate da evidenza scientifica; nega evidenze scientifiche già consolidate; diffonde informazioni non corroborate da alcuna evidenza relativamente alla associazione causa-effetto per alcune malattie e relativi fattori di rischio (il consumo di carboidrati complessi come ad esempio gli amidi sono il vero motivo dell’epidemia tumorale) e pertanto invita all’abbandono delle terapie ufficiali per tali patologie; incorre in imprecisioni ed errori gravi, promette effetti su stato di salute e longevità biologicamente non plausibili e non dimostrabili, presuppone un’integrazione di nutrienti e sostanze bioattive, a dosi talvolta farmacologiche, non giustificate scientificamente; di fatto contribuisce alla disinformazione nutrizionale promuovendo una maleducazione al comportamento alimentare; inoltre, si rileva che il sig. Adriano Panzironi non è in possesso di alcun titolo abilitante alla prescrizione o alla elaborazione di diete*”.

Giova peraltro ricordare che già nel 2019 (cfr. delibera n. 72/19/CSP) questa Autorità ha comminato una sanzione ad una società la cui emittente trasmetteva la programmazione relativa al metodo LIFE 120, poiché ha ritenuto pericolosa per il telespettatore la pubblicità dei prodotti commerciali connessi a tale dieta. La predetta sanzione è stata irrogata proprio sulla base delle norme in materia di pubblicità e televendite, richiamate anche nella contestazione del Corecom Liguria, del “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, che attribuisce – in via esclusiva – all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la competenza per la relativa violazione, come dimostra proprio il fatto che l’Autorità garante della concorrenza e del mercato non abbia inteso procedere in riferimento alla fattispecie *de qua*.

I competenti uffici dell’Autorità, dunque, non hanno voluto in alcun modo valutare l’ingannevolezza del messaggio pubblicitario, attività di competenza dell’Autorità Antitrust, quanto verificare che il messaggio pubblicitario medesimo è pregiudizievole per la salute dei telespettatori/utenti sulla base delle seguenti considerazioni.



Il programma “Il cerca Salute” risulta interamente finalizzato alla divulgazione dello stile di vita Life 120, di cui la vendita degli integratori della linea medesima costituisce il fulcro. Il programma in questione, infatti, consiste in un approfondimento “pseudo scientifico” di una serie di patologie, attraverso il quale viene incessantemente propagandato lo stile di vita e di prevenzione descritto nel libro “Vivere 120 anni”, consistente nell’adozione di una dieta completamente priva di carboidrati e nell’assunzione di una serie di sostanze, perlopiù spezie ed integratori alimentari, che avrebbero effetti benefici rispetto alla patologia oggetto (di volta in volta) di approfondimento. Oltre a “Il cerca salute” vengono poi trasmesse altre rubriche, interviste e testimonianze, che rappresentano la nocività della dieta mediterranea, ricca di carboidrati, e la incondizionata esigenza di assumere integratori della linea Life 120, che costituiscono l’oggetto delle televendite che, regolarmente e sistematicamente, interrompono la programmazione dell’emittente.

Le trasmissioni televisive oggetto del presente procedimento si risolvono, dunque, in una sorta di *strumento* pubblicitario, veicolando informazioni pubblicitarie che si traducono nella forma delle televendite, potenzialmente lesive della salute degli utenti in quanto tali da diminuire il senso di vigilanza e di responsabilità verso i pericoli connessi al corretto uso dei farmaci prescritti dalla scienza medica e indicati come errati o antiquati. La contestazione notificata dal Co.re.com Liguria non è stata assunta, pertanto, sulla base della disciplina in materia di pubblicità ingannevole, di competenza di altra Autorità indipendente, ma solo ed esclusivamente sulla base del tessuto normativo sopracitato, che attribuisce a questa Autorità la competenza a vigilare ed adottare le relative sanzioni a fronte di comportamenti illegittimi, sotto il profilo della tutela della salute dei telespettatori.

Cionondimeno, appare utile chiarire che, anche secondo costante giurisprudenza in materia di pratiche commerciali scorrette, il parametro di riferimento per valutare l’ingannevolezza di un messaggio pubblicitario è la cosiddetta “*consapevolezza del consumatore medio*”, inteso come il “*consumatore normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto*” (cfr. Cass., 26 marzo 2004, n. 6080, in Foro it., 2005, 2843; sent. 30 novembre 1983, causa 22/82, Leendert van Bonnekomp, in Raccolta, 1983, 3883. I). Al contrario, nella fattispecie *de qua*, il cui presidio normativo è costituito dalle norme del Testo Unico, il telespettatore cui si rivolge la pubblicità di prodotti “LIFE 120” capaci di “*guarire*” dalle malattie, è colui che versa in uno stato di salute precario, un malato, in alcuni casi anche grave o addirittura inguaribile, che, come tale, è un “*consumatore vulnerabile*”, caratterizzato da una *accresciuta sensibilità che lo pone in una condizione di debolezza soggettiva*”. Il considerando 18 della direttiva 2005/29/CE afferma, in tal senso, che accanto al parametro del consumatore medio desumibile dalla giurisprudenza della Corte, è necessario introdurre disposizioni volte ad evitare lo sfruttamento dei consumatori che per le loro caratteristiche risultino particolarmente vulnerabili a causa di specifiche fragilità individuali dovute a condizioni particolari quali il disagio fisico (malattia), psichico (paura della morte, solitudine, ecc.) o socioeconomico (povertà, ignoranza, ecc.). In altre parole, nel caso di un telespettatore “*malato*” si



abbassa, ragionevolmente, la soglia di esigibilità di una condotta coerente e consapevole del consumatore in quei determinati frangenti di vita o in quelle condizioni. Proprio in tale contesto, quindi, va inquadrata la pubblicità, per quanto compete a questa Autorità, dei prodotti della linea “Life 120”, che promettono di “vivere 120 anni” al riparo da malattie e la cui commercializzazione costituisce una attività economica per le Società del signor Panzironi.

A ciò deve aggiungersi che, recentemente il TAR del Lazio, con la sentenza n. 12883/2020, pubblicata il 2 dicembre 2020, ha risolutivamente fatto chiarezza sul punto, respingendo il motivo di ricorso inerente all’affermata incompetenza dell’Agcom all’irrogazione della sanzione in una fattispecie analoga afferente alla programmazione televisiva dedicata allo stile di vita “Life 120”. Il Giudice Amministrativo ha, tra l’altro, affermato che l’Autorità *“ha ritenuto, nell’esercizio della sua discrezionalità, tale programmazione potenzialmente pregiudizievole per la salute, per le scelte comunicative e per i messaggi informativi complessivamente veicolati, tali da indurre negli ascoltatori convincimenti erronei e contrastanti con i dati scientifici nonché il rischio di opzioni comportamentali incompatibili con le esigenze di contenimento del fenomeno epidemico[.] e che “trattasi di un ambito diverso e più ampio rispetto a quello della repressione delle pratiche commerciali scorrette previsto nel Codice del Consumo, sebbene queste possano costituire oggetto di intervento sanzionatorio anche quando si risolvano in lesioni di beni fondamentali del cittadino consumatore, come il diritto alla salute e all’integrità fisica”.*

Circa il tema delle “testimonianze”, inoltre, è appena il caso di sottolineare che il contesto suggestivo descritto viene corroborato con testimonianze di presunti malati affetti da patologie gravi (quali, ad esempio, il diabete), i quali affermano di essere addirittura guariti seguendo lo stile di vita prospettato dal signor Panzironi. Tali testimonianze sono proposte per rendere ancora più convincente l’intero impianto comunicativo, facendo leva sulla credulità dello spettatore “vulnerabile”, indotto a seguire lo stile di vita prospettato e ad accantonare le indicazioni e le precauzioni dettate dalla scienza medica (si pensi al caso della donna affetta da polipi al colon). Quanto, poi, alla pretesa veridicità delle testimonianze raccolte, non può non rilevarsi come tale affermazione sia destituita di fondamento in quanto priva di riscontro oggettivo, nonostante l’argomentazione prospettata di poter dimostrare documentatamente quanto affermato nelle testimonianze. Si tratta, allo stato, di semplici racconti di soggetti, in assenza di contraddittorio, dei quali non si conoscono i criteri di selezione ai fini dell’apparizione in televisione e rispetto ai quali non è noto se siano retribuiti o meno: pertanto, le testimonianze appaiono prive di ogni fondamento scientifico.

Cionondimeno, pur volendo ammettere l’eventuale veridicità delle testimonianze (*sed non*), queste vengono comunque strumentalizzate per promuovere la vendita di quegli integratori (commercializzati dalla stessa società che cura le trasmissioni) che avrebbero asseritamente svolto un effetto benefico nelle loro vite, anche in caso di malattie oggettivamente gravi.

In tale contesto, la modalità comunicativa adottata in una programmazione sostanzialmente funzionalizzata alla promozione di uno stile di vita asseritamente sano, in cui l'integrazione svolge un ruolo fondamentale, e che *a latere* è accompagnato dalla reclamizzazione di appositi integratori, appare basata sul seguente schema: da un lato si promuovono le proprietà terapeutiche dello stile di vita Life 120 e, dall'altro, si espongono a critica serrata gli insegnamenti della medicina ufficiale, corroborando la prospettazione con le testimonianze di chi è guarito da patologie gravi seguendo proprio lo stile di vita pubblicizzato.

L'intera costruzione dei programmi in questione, dalla chiara matrice pubblicitaria, dunque, non può essere correttamente letta se non alla luce dell'obiettivo perseguito che è, evidentemente, la commercializzazione di quegli integratori che vengono promossi nel corso di tutti i programmi: non a caso, infatti, i programmi sono interrotti per lasciare spazio proprio ai *claim* commerciali e alle televendite che mirano alla commercializzazione di tali integratori, attraverso il ricorrere di formule verbali, affermazioni con valenza tipicamente pubblicitaria nell'ambito di un programma pretesamente informativo. Ne deriva una comunicazione a evidenti scopi commerciali, idonea a stimolare la possibile propensione dello spettatore, soprattutto quello che versa in cattivo stato di salute, ad acquistare gli integratori proposti in vendita.

L'effetto immediato e diretto di tali programmi, che si esplica sul comportamento economico dei destinatari in quanto sollecitazione all'acquisto dei prodotti promossi, comporta altresì un inevitabile aumento della eventualità che lo spettatore "*vulnerabile*" possa sottovalutare o non prendere in seria considerazione le indicazioni della medicina ufficiale, mettendo quindi a rischio la propria salute, senza la necessaria percezione della natura promozionale del messaggio, confezionato sulla base di una asserita scientificità delle proposte commerciali.

Ne consegue che la fattispecie in esame risulta peculiare e particolarmente subdola con riguardo alla influenza esercitata sul comportamento – non meramente economico – dei telespettatori (e, quindi, degli stessi quali potenziali consumatori). Infatti, a differenza dell'ipotesi ricorrente dei messaggi promozionali fuorvianti o ingannevoli, in questo caso l'intera programmazione risulta confezionata in modo da fungere da contenitore per la promozione di prodotti commerciali (*id est*: gli integratori e gli altri prodotti della linea LIFE 120).

Ed invero, con le trasmissioni in esame, la maggior parte del palinsesto appare strutturato in modo da fungere da terreno preparatorio per il lancio promozionale dei prodotti oggetto di comunicazione, in modo da ingenerare nei telespettatori il convincimento che l'offerta commerciale sia meritevole di accoglimento in quanto suffragata dalle prospettazioni del signor Panzironi e dalle testimonianze di vita in precedenza trasmesse.

Conseguentemente, questa Autorità ravvisa il carattere pubblicitario dei messaggi in esame, che possono definirsi "televendite", con cui vengono pubblicizzati e venduti al pubblico i prodotti della linea "Life 120". Nelle diverse comunicazioni trasmesse, infatti, come già rilevato, sono presenti tutti gli elementi atti ad individuare un'offerta al pubblico che, a norma dell'art. 1336 c.c., prevede la causa (compravendita del servizio), l'oggetto (gli integratori Orac Spice) e la forma (la telefonata).



Nel caso della rubrica avente ad oggetto il Coronavirus, poi, è appena il caso di evidenziare che la divulgazione dell'efficacia dell'integrazione e il conseguente, possibile allentamento delle precauzioni raccomandate dalle autorità sanitarie ha rischiato di compromettere le stesse finalità delle misure di distanziamento sociale, con possibile propagazione del contagio in maniera indiscriminata. Da qui la particolare gravità che connota la programmazione in esame.

In tal senso, alla eccezione secondo cui le affermazioni del signor Panzironi sarebbero suffragate da ampia letteratura scientifica riferentesi alle proprietà terapeutiche di vitamina C e D, è sufficiente replicare che, da un parte non consta a questa Autorità una valutazione tecnica in merito, e che, in ogni caso, nessun attestato di scientificità può, comunque, essere attribuito alla trasmissione in questione, atteso che il protagonista non risulta titolare di alcuna specializzazione medico-scientifica nelle materie trattate e l'acquisizione di frammenti di testimonianze di studiosi non può essere in alcun modo ritenuta idonea a suffragare la pretesa scientificità della trasmissione. Anzi, tali testimonianze appaiono inserite proprio con l'intento di indurre a ritenere che si tratti effettivamente di una trasmissione scientifica: sul punto, giova sottolinearsi la totale assenza di contraddittorio scientifico.

Quanto, poi, al fatto che il signor Panzironi non avrebbe mai invitato a non seguire le indicazioni della medicina ufficiale, è sufficiente richiamare la peculiare costruzione suggestiva della trasmissione in esame: è sufficiente portare il telespettatore non particolarmente avveduto a ritenere di dover fare acquisto dei prodotti reclamizzati per combattere l'epidemia da virus attualmente in essere, per tralasciare di conseguenza le cautele offerte dalla medicina ufficiale. Nel caso di specie non risultano poste a confronto tesi dotate di pari dignità scientifica secondo criteri validati, ma si intende contrapporre alla scientificità degli approcci della medicina ufficiale opinioni asseritamente tratte da fonti scientifiche, ma in assenza di applicazione dei metodi per effettuare tale confronto. L'utilizzo degli integratori, ovviamente, non è considerato in alcun modo pratica contraria ai dettami della scienza ufficiale: è pericoloso l'inserimento di tale richiamo in un contesto artatamente costruito proprio per convincere che il loro utilizzo potrebbe far guarire da malattie anche gravi (e a tal fine vengono utilizzate le testimonianze di soggetti asseritamente guariti), il tutto per promuovere l'acquisto degli integratori stessi venduti dallo stesso protagonista della trasmissione.

Da ultimo, è da dire che le ordinanze del TAR Lazio (3680/2020 e 3678/2020) richiamate nelle memorie della Società si riferiscono a due provvedimenti di ordinanza ingiunzione, emanati dall'Autorità per fattispecie analoghe, adottati nei confronti di due emittenti nazionali nei confronti delle quali il Giudice amministrativo, in accoglimento dell'istanza cautelare presentata, ha disposto con le predette ordinanze la sospensione dell'efficacia dei provvedimenti richiamate *in parte qua* fissando, al contempo, l'udienza per la trattazione del merito dei ricorsi. In particolare, il giudice di *prime cure* si è limitato a sospendere il provvedimento (recante l'applicazione della sanzione prevista dall'art. 51, comma 9, del Tusmar di sospensione per un periodo di sei mesi dell'intera attività di diffusione dei contenuti da parte del destinatario), limitatamente alle ulteriori trasmissioni, ribadendo in maniera inequivocabile che “*deve comunque ritenersi inibita*

la diffusione di specifici contenuti che possano ingenerare disinformazione nel pubblico e ispirare comportamenti non raccomandati dalle competenti autorità sanitarie”.

CONSIDERATO che l’art. 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 stabilisce che *“sono principi fondamentali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, l’obiettività, la completezza, la lealtà e l’imparzialità dell’informazione, la tutela dei diritti d’autore e di proprietà intellettuale, l’apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose e la salvaguardia delle diversità etniche e del patrimonio culturale, artistico e ambientale, a livello nazionale e locale, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, della promozione e tutela del benessere, della salute e dell’armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore, garantiti dalla Costituzione, dal diritto dell’Unione europea, dalle norme internazionali vigenti nell’ordinamento italiano e dalle leggi statali e regionali”*

CONSIDERATO che ai sensi dell’art. 36-bis, comma 1, lett. c), n.3 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 *“le comunicazioni commerciali audiovisive non incoraggiano comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;*

RITENUTA la sussistenza della violazione contestata in ragione della rilevata inosservanza da parte della società Telegenova production S.r.l fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale *“Telegenova”* delle disposizioni contenute negli artt. 3 e 36-bis, comma 1, lett. c), n.3 del D.lgs. 177/2005;

RITENUTA, pertanto, la sussistenza dei presupposti per l’applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.033,00 (milletrentatre/00) a euro 25.823,00 (venticinquemilaottocentoventitre/00) ai sensi dell’art. 51, commi 2, lett. a), e 5, del d.lgs. n. 177/2005;

RITENUTO, quanto alla determinazione della sanzione di applicare il criterio del cumulo giuridico secondo quanto previsto dall’art. 8 della legge n. 689 del 1981, poiché ad esito delle attività istruttorie espletate e delle evenienze fattuali riconducibili al caso *de quo*, emerge la circostanza che oggetto del provvedimento è il reiterarsi di medesime infrazioni che, considerate come fattispecie del tutto analoghe ripetutesi in più giorni, possono essere valutate come un’unica condotta giuridicamente rilevante. Ciò che rileva, infatti, nella fattispecie *de qua* ai fini della determinazione della sanzione è l’unicità del fine, o meglio la contestualità degli atti, ossia la connessione cronologica tra gli stessi, riferita ad un medesimo arco temporale;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per le violazioni contestate nella misura corrispondente al minimo edittale della sanzione pari ad euro 1.033,00 (milletrentatre/00) al netto di ogni altro onere accessorio, e che in tale commisurazione rilevano altresì i seguenti criteri, di cui all’art. 11 della legge n.

689/1981:

A. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di grave entità, in considerazione della rilevazione di non isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali, comunque, da comportare per la società indebiti vantaggi economici e, al contempo, per i telespettatori significativi effetti pregiudizievoli in riferimento ad un bene, quale quello della salute, la cui tutela necessita di garanzie privilegiate, in un momento di particolare allarme sociale come quello legato alla pandemia da coronavirus .

B. Opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione

La società non ha dimostrato di aver posto adeguate azioni ai fini dell'eliminazione o dell'attenuazione delle conseguenze dannose.

C. Personalità dell'agente

La società, in quanto titolare di autorizzazione alla fornitura di servizio media audiovisivo in ambito nazionale, deve essere dotata di un'organizzazione interna, anche di controllo, idonea a garantire il pieno rispetto del quadro legislativo e regolamentare vigente.

D. Condizioni economiche dell'agente

Con riferimento alle condizioni economiche dell'agente, si ritiene che esse siano tali da giustificare la complessiva misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente atto. In particolare, dalla consultazione della banca dati "Telemaco" del Registro delle Imprese, i dati di cui si dispone sono quelli relativi all'anno 2019, da cui risultano (voce A1 del conto economico) ricavi pari a euro 313.855,00 e un bilancio in perdita.

RITENUTO, al contempo, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni contenute nella violazione delle disposizioni contenute negli artt. 3 e 36-bis, comma 1, lett. c), del decreto legislativo n. 177/05 nella misura corrispondente al minimo edittale, pari ad euro 1.033,00 (milletrentatre/00), aumentata al triplo secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni, e quindi pari ad euro 3.099,00 (tremilanovantanove/00), al netto di ogni altro onere accessorio;

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, relatore ai sensi dell'art. 31 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento della autorità;

ORDINA

alla società Telegenova Production S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Telegenova", con sede legale in Genova (GE), via Anton Maria Maragliano 7/1 (CF.02315240990) di pagare la sanzione amministrativa di euro 3.099,00 (tremilanovantanove/00), al netto di ogni altro onere accessorio

eventualmente dovuto, ai sensi dell'art. 51, commi 2, *lett. b*), e 5, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

INGIUNGE

alla citata società di versare entro 30 giorni dalla notifica del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell'art. 27 della citata legge n. 689/81 - fatta salva la facoltà di chiedere il pagamento rateale della sanzione ai sensi dell'art. 26 della legge 24 novembre 1981 n. 689 in caso di condizioni economiche disagiate - la somma di euro 3.099,00 (tremilanovantanove/00), alla Sezione di tesoreria provinciale dello Stato, avente sede a Roma, utilizzando il bollettino c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2380 capo X bilancio di previsione dello Stato, evidenziando nella causale "*Sanzione amministrativa irrogata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 106/20/CSP*" ovvero, in alternativa, indicando la medesima causale, utilizzando il codice IBAN: IT 42H 01000 03245 348 0 10 2380 00 per l'imputazione della medesima somma al capitolo 2380, capo X, mediante conto corrente bancario dei servizi di Tesoreria provinciale dello Stato.

Entro il termine di dieci giorni dal versamento, dovrà essere inviata in originale, o in copia autenticata, a quest'Autorità quietanza dell'avvenuto versamento, indicando come riferimento "*Delibera n. 106/20/CSP*".

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla parte e pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 15 dicembre 2020

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Nicola Sansalone