

DELIBERA N. 490/20/CONS

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ' 16
MEDIA S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN
AMBITO LOCALE "E LIVE BRESCIA") PER LA VIOLAZIONE DELLE
DISPOSIZIONI CONTENUTE NEGLI ARTT. 3 E 36 BIS, COMMA 1 LETT. C),
N.3 E 37, COMMA 1, DEL D.LGS. 177/2005**

**(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. LOMBARDIA N.03/2020 - PROC.
22/20/MRM-CRC)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione del Consiglio del 23 settembre 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, recante *"Testo unico della radiotelevisione"* e, in particolare, l'art. 51;

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'art. 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo"*;

VISTA la legge regionale 11 aprile 2011, n.11, recante *"Norme in materia di comunicazione, di emittenza radiotelevisiva locale ed istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni (Co.re.com.) Friuli-Venezia Giulia"*;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *"Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità"*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 95/19/CONS;

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. 581/15/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 Assemblies 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 delibera n. 617/09/CONS del 12 novembre 2009, recante “*Delega di funzioni ai Comitati regionali per le comunicazioni Campania, Molise, Umbria, Toscana, Lombardia e Comitato provinciale per le comunicazioni Trento*”;

VISTO l’articolo 7 del decreto-legge 21 settembre 2019, n. 104, recante “*Misure urgenti per assicurare la continuità delle funzioni dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” (convertito, con modificazioni, dalla legge 18 novembre 2019, n. 132), come modificato, da ultimo, dall’articolo 117 del decreto-legge 17 marzo 2020, n. 18 (convertito, con modificazioni, dalla legge 24 aprile 2020, n. 27), ai sensi del quale “*Il Presidente e i componenti del Consiglio dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui all’articolo 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249, in carica alla data del 19 settembre 2019, continuano a esercitare le proprie funzioni fino a non oltre i sessanta giorni successivi alla data di cessazione dello stato di emergenza sul territorio nazionale relativo al rischio sanitario connesso all’insorgenza di patologie derivanti da agenti virali trasmissibili, dichiarato con la delibera del Consiglio dei ministri del 31 gennaio 2020, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 26 del 1° febbraio 2020*”;

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*”) e, in particolare, l’art. 103, comma 1;

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” e, in particolare, l’art. 37;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del CO.RE.COM. Lombardia - cont. n. 03/2020 è stata contestata, in data 8 maggio 2020 e notificata in pari data, alla società 16 Media s.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale *“E’ Live Brescia”*, la violazione delle disposizioni contenute nell’art. 36-bis, comma 1, lett. c), e nell’art. 37, comma 1 del decreto legislativo n. 177/05.

Nell’ambito dell’attività di monitoraggio della programmazione e della conformità alla normativa in vigore, che il Co.re.com. Lombardia 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 dalle ore 00:00 del giorno 17 marzo 2020 alle ore 24:00 del giorno 23 marzo 2020 .

Il suddetto Co.re.com., pertanto, dopo aver acquisito in data 8 aprile 2020 (prot.n. 0727) 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 16 Media S.r.l., esercente il servizio di media audiovisivo in ambito locale *“E’ Live Brescia”*, 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, è stato rilevato quanto segue.

Nel corso del programmazione dell’emittente in questione, nell’arco di tutto il periodo monitorato, è stato trasmesso il programma denominato *“Il Cerca salute”*, consistente in un asserito spazio informativo nel quale si colloca un approfondimento *“pseudo scientifico”* rispetto ad una serie di patologie, anche importanti, quali il diabete e il carcinoma in cui, attraverso l’ausilio di video e ricerche perlopiù *“pescate”* in rete, ma soprattutto per mezzo delle interviste realizzate da un moderatore ad Adriano Panzironi nella veste di *“esperto”* del settore, viene propagandato lo stile di vita e di prevenzione descritto nel libro *“Vivere 120 anni”* e 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 dell’approfondimento. Tale programmazione appare, dunque, diretta esclusivamente alla divulgazione dello stile di vita *Life 120*, rispetto al quale la vendita degli integratori della medesima linea *Life 120* costituisce un elemento centrale.

In tal senso, ciò che rileva più incisivamente rispetto alle modalità di divulgazione dello *“stile di vita Life 120”* e della conseguente pubblicizzazione degli integratori prescritti da tale metodica sono le *“testimonianze”* da parte di soggetti, spesso affetti da patologie,

inserite nelle varie puntate del *“Il Cerca Salute”* che, invitati a raccontare le proprie esperienze, narrano delle proprie *“guarigioni”* o, comunque, del miglioramento delle proprie condizioni di salute, confrontandole con quelle maturate con l'utilizzo di metodi di cura tradizionali. A mero titolo esemplificativo, al fine di comprendere il fine promozionale delle trasmissioni oggetto di contestazione, si riporta il contenuto di alcune *“testimonianze”* andate in onda il giorno 18 marzo 2020 e replicate durante il corso di tutto il periodo oggetto del monitoraggio:

- alle ore 14:40 è stata trasmessa la testimonianza di un anziano signore affetto da un tumore al pancreas, che afferma di essere guarito dal diabete dopo aver abbracciato lo stile di vita LIFE 120, asserendo di non far più uso di medicine grazie a Panzironi; immediatamente dopo la predetta testimonianza ha inizio la televendita degli integratori della linea LIFE 120. A seguire, subito dopo la televendita, ha inizio la rubrica *“LIFE 120 Stories”*, che raccoglie le testimonianze di chi *“seguendo lo stile di vita LIFE 120 ideato da Adriano e Roberto Panzironi ha cambiato vita”*. Alla tavola rotonda si susseguono le diverse testimonianze di chi, affetto da psoriasi, trigliceridi, problemi pancreatici e fibrillazione atriale, seguendo lo stile di vita LIFE 120, è completamente guarito.

- Nella stessa giornata, alle ore 15.51, è andata in onda la rubrica *“A cena con Panzironi-Roma”*, recante la ripresa televisiva, effettuata nella Capitale, di numerosi sostenitori del metodo *“Life 120”*, ripresi convivialmente a cena, in assenza di qualsivoglia precauzione di distanziamento sociale e senza alcuna opportuna e doverosa precisazione circa la riconducibilità della registrazione del programma ad epoca precedente alla entrata in vigore dei divieti connessi all'emergenza sanitaria. Anche in tale occasione, inoltre, le testimonianze di guarigione che si susseguono si riferiscono ad importanti patologie quali cisti ovariche, diabete mellito, problemi prostatici, ulcera duodenale; tutti asseritamente guariti grazie a Panzironi e allo stile di vita da lui divulgato, stile di vita che, come sottolineato in tutte le testimonianze, è necessario seguire continuativamente, addirittura per anni. In studio Panzironi sottolinea come si senta lusingato di *“aver ridato la vita”* alle persone che, leggendo il suo libro e adottando il suo stile di vita, sono tornate a vivere.

Nel corso del programma, inoltre, sono andate in onda le comunicazioni commerciali degli integratori della linea LIFE 120 erroneamente indicati come *“messaggi promozionali”*, che riportano in sovrimpressione in modalità fissa sia il numero di telefono, sia il sito *internet* cui il pubblico può rivolgersi, configurando quanto trasmesso come *“televendita”*.

2. Deduzioni della società

A seguito della ricezione dell'atto di contestazione n. 03/2020, la società 16 Media S.r.l. ha formulato richiesta di accesso agli atti ai sensi della legge n. 241 del 1990 ed ha chiesto di essere audita. L'audizione, svoltasi in modalità telematica, per le esigenze di contenimento del contagio da Covid-19, ha avuto luogo il giorno 4 giugno 2020. Nel corso dell'audizione la società in parola, assista dal suo legale, ha argomentato in questo modo la propria richiesta di archiviazione:



1. le delibere AGCOM n. 152/20/CONS e n. 153/20/CONS, richiamate nella contestazione in esame, sono state sospese dal TAR del Lazio con ordinanza dell'11 maggio 2020;
2. 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;
3. eccezione di 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 della 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*”. Inoltre, l'AGCOM vorrebbe 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;
4. l'art. 36-bis comma 1, lett. c), n. 3, del D.lgs. n. 177/2005 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 effettuato un duplice preambolo: il programma televisivo in esame è prevalentemente di carattere scientifico e divulgativo. In tutta la contestazione non viene mai indicata con quale modalità la condotta contestata sarebbe pregiudizievole per la salute delle persone e, a maggior ragione, in che modo incoraggerebbe comportamenti pregiudizievoli per la stessa;
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. 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. passando, specificamente, all'esame della trasmissione del 18 marzo 2020 delle ore 14.40, in relazione alla quale viene contestata la testimonianza di "Giuseppe Formicola", è da dire che *"egli non parla mai esplicitamente di "cure tradizionali", come indicato nella contestazione e non si capisce perché ci sia sempre la volontà di contrapporre il sig. Panzironi alla medicina ufficiale"*. Il testimone direbbe semplicemente che da quando segue lo stile di vita Life 120 *"sto benissimo, il diabete da ottobre è sparito d'accordo col medico non faccio più l'insulina"*, come peraltro riportato nella contestazione. In tal senso, la società rileva l'illogicità e l'assurdità della contestazione. Passando all'esame della questione del diabete viene evidenziato che, con riferimento al diabete mellito di Tipo 2, seguendo lo stile di vita LIFE 120 - non assumendo, cioè, carboidrati e zuccheri – è possibile ottenere un abbassamento dei livelli della glicemia tale da non richiedere la somministrazione di insulina, ma sempre sotto il controllo del proprio medico curante.

A tale proposito viene segnalata, in sede di audizione, una pronuncia recentissima del Consiglio di Stato, secondo cui *"l'Autorità non ha ritenuto di voler neppure considerare, nel corso dell'istruttoria che ha condotto all'adozione del provvedimento sanzionatorio, la copiosa produzione scientifica che deponeva per la reale sussistenza di proprietà positive nel prodotto, nello stesso tempo la medesima autorità non ha neppure dimostrato adeguatamente la pericolosità dei messaggi e soprattutto la idoneità degli stessi ad indurre in errore il consumatore in ordine alle proprietà del prodotto,..."* (C.d.S., sez. VI, 10 aprile 2020, n. 2371). Per tale ragione viene allegato il testo delle ricerche scientifiche, scritto dal sig. Panzironi, in cui sono indicati e riportati tutti gli studi e le ricerche scientifiche che sono state effettuate;

7. in ordine alla rubrica *"A cena con Panzironi-Brescia"*, recante la ripresa televisiva di numerosi "sostenitori" del metodo Life 120 ripresi convivialmente a cena, in assenza di opportuna e doverosa precisazione circa la riconducibilità della registrazione del programma ad epoca precedente alla entrata in vigore dei divieti connessi all'emergenza sanitaria [...], emergerebbe che sia prima che dopo la trasmissione è presente per diverso tempo un cartello con scritte a caratteri cubitali con cui si comunicava che *"Tutti i contenuti presenti all'interno di questa trasmissione non devono in alcun modo ritenersi sostitutivi del fondamentale rapporto medico/paziente"*. E che *"Il Sig. Adriano Panzironi detiene il 50% delle quote della società LIFE 120 ITALIA Srls, nonché è amministratore unico della WELCOME TIME ELEVATOR Srl, società che produce e distribuisce il presente format televisivo"*.

3. Valutazioni dell'Autorità

Ad esito della valutazione della documentazione istruttoria, il CO.RE.COM. Lombardia, con nota acquisita al prot. AGCOM n. 0278212/2798526 del 30 giugno 2020, ha trasmesso gli atti all'Autorità, proponendo un provvedimento di ordinanza-ingiunzione a carico della società 16 Media s.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale *"E' Live Brescia"*, per essere incorsa nella violazione contestatale.

Questa Autorità, ad esito della valutazione della documentazione istruttoria e della visione delle registrazioni, ritiene di accogliere la proposta del Comitato e di procedere alla comminazione della sanzione per la violazione delle disposizioni di cui agli artt. 36-bis, comma 1, lett. c) e 37, comma 1, del D.lgs. 177/2005.

L'Autorità, infatti, ha ritenuto non meritevoli di accoglimento le argomentazioni prospettate dalla Società *de qua* per i seguenti motivi:

- le delibere nn. 152/20/CONS e 153/20/CONS richiamate nell'atto di contestazione si riferiscono a due provvedimenti di ordinanza ingiunzione emanati dall'Autorità per fattispecie analoghe nei confronti di due emittenti nazionali. È appena il caso di precisare che nell'atto di contestazione del Corecom Lombardia non è stata contestata alcuna recidiva o reiterazione. Il riferimento alle delibere n. 152 e 153 /20/CONS ha un mero valore di richiamo giurisprudenziale in materia analoga, dal momento che i programmi oggetto di tali sanzioni sono riconducibili alla medesima tipologia di quelli oggetto del procedimento *de quo*. Quanto poi alla circostanza riferita che le suddette delibere sono state sospese dal Tar del Lazio è necessario precisare che il Giudice amministrativo, in accoglimento dell'istanza cautelare presentata, ha disposto con le ordinanze n. 3680/2020 e n. 3678/2020 la sospensione dell'efficacia della delibere richiamate *in parte qua* ed ha fissato 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”*.

La prospettazione proposta dalla Società e cioè che i contenuti oggetto della contestazione ledano 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 svolto nel corso dell'audizione alla *“libertà di informazione”* che comunque, in relazione al bene privilegiato della salute, soprattutto nella fase che stiamo vivendo 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 Lombardia, 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. I competenti uffici dell’Autorità, dunque, non hanno inteso 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” è totalmente ed 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, 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 Corecom Lombardia 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 della radiotelevisione, 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 (si pensi ad un soggetto affetto, appunto, da un tumore al pancreas) 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.

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 popolare 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 dell'insulina e del diabete). 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 in audizione 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 decantano le proprietà terapeutiche dello stile di vita Life 120 e, dall'altro, si espongono a critica feroce 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 ed 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. In tal senso appare privo di fondamento il richiamo alla sentenza del Consiglio di Stato, sez. VI, 10/04/2020,

n. 2371), di cui viene, peraltro, riportato uno stralcio in sede di audizione *“l’Autorità non ha ritenuto di voler neppure considerare, nel corso dell’istruttoria che ha condotto all’adozione del provvedimento sanzionatorio, la copiosa produzione scientifica che deponeva per la reale sussistenza di proprietà positive nel prodotto, [...] né la idoneità degli stessi ad indurre in errore il consumatore in ordine alle proprietà del prodotto,...”*, trattandosi di una pronuncia relativa al ricorso proposto nei confronti di un provvedimento dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato, relativo alla ingannevolezza di un messaggio pubblicitario di un prodotto farmaceutico.

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, 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 del *“Cerca salute”*, dice: *“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!”*

Per quanto concerne, infine, le argomentazioni difensive relative alla ripresa dello speciale *“A cena con Panzironi”*, è appena il caso di considerare che il mancato avviso del fatto che si trattasse di una puntata preregistrata è apparso quantomeno inopportuno, se non in contrasto con i comportamenti raccomandati dalle Autorità sanitarie in un momento di particolare allarme sanitario come quello legato al contenimento del contagio da coronavirus.

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) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 *“le comunicazioni commerciali audiovisive non*

incoraggiano comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

CONSIDERATO che ai sensi dell'art. 37, comma 1 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 *“la pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili e distinguibili dal contenuto editoriale. Senza pregiudicare l'uso di nuove tecniche pubblicitarie, la pubblicità televisiva e le televendite devono essere tenute nettamente distinte dal resto del programma con mezzi ottici ovvero acustici o spaziali”*;

RITENUTA la sussistenza della violazione contestata in ragione della rilevata inosservanza da parte della società 16 Media S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale *“E' Live Brescia”* delle disposizioni contenute negli artt. 36 bis e 37 comma 1, 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 sono il reiterarsi di medesime infrazioni che, considerate come fattispecie del tutto analoghe ripetutasi 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 a due volte e mezzo il minimo edittale della sanzione pari ad euro 2.582,50 (duemilacinquecentottantadue/50) 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.

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

Dai dati in possesso di questa Autorità (fonte: Infocamere) non risulta pubblicato o reperibile alcun dato relativo al bilancio d'esercizio della Società 16 Media S.r.l.;

RITENUTO, al contempo, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni contenute nella violazione delle disposizioni contenute nell'art. 36-bis, comma 1, *lett. c)*, e nell'art. 37, comma 1 del decreto legislativo n. 177/05 nella misura corrispondente a due volte e mezzo il minimo edittale, pari ad euro 2.582,50 (duemilacinquecentottantadue/50), aumentata al triplo secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni, e quindi pari ad euro 7.747,50 (settemila-settecentoquarantasette/50), 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;

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

ORDINA

alla associazione 16 Media S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "*E' Live Brescia*", con sede legale in Brescia (BS), via Malta n. 8/s, (CF. 04045290980) di pagare la sanzione amministrativa di euro 7.747,50 (settemila-settecentoquarantasette/50), 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 associazione 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, la somma di euro 7.747,50 (settemilasettecentoquarantasette/50), 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. 490/20/CONS*" 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

referimento “*Delibera n. 490/20/CONS*”.

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, 23 settembre 2020

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Nicola Sansalone