

**PS5852 - DITREVIT-INTEGRATORE PER LATTANTI**

*Provvedimento n. 24938*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 maggio 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LA PARTE**

1. Humana Italia S.p.A. (in seguito, anche solo “Humana”) con sede legale in Milano, Viale Liguria 22/a in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. L'azienda è attiva nello studio, sviluppo e produzione di alimenti per l'infanzia ed è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di DMK Deutsches Milchkontor GmbH, uno dei maggiori gruppi internazionali del mercato del latte e dei suoi derivati. Humana ha registrato nell'anno 2012, un utile di esercizio pari a 55.647 € relativo ad un fatturato di circa 60.000.000 €.

**II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione di pagine internet sul sito aziendale [www.humana.it](http://www.humana.it) volte a promuovere cinque integratori alimentari, particolarmente adatti alla prima infanzia, vantandone gli effetti salutistici rispetto a malattie come il *deficit* di accrescimento osseo e scheletrico ovvero rispetto alla cura di disturbi vari come la chetosi.

3. Ancora più nello specifico, ai prodotti “Ditrevit Forte” e “Ditrevit Forte K50”, Humana attribuiva vantì quali: “*Vitamina K: regola la coagulazione ematica. Una sua carenza alla nascita e nei mesi successivi può creare problemi emorragici... Vitamina D: previene il rachitismo, regola la funzione immunitaria e la funzione muscolare.*”.

4. La pagina dedicata all'integratore “Colecalcium” recava, invece, le seguenti indicazioni salutistiche “*Vitamina D e calcio sono fondamentali per l'accrescimento osseo e scheletrico ma fanno parte anche di quel circolo ormonale indispensabile per il mantenimento del corretto equilibrio calcio/fosfati, necessario alla protezione dell'omeostasi fisiologica.*”.

5. Il “Difensil Junior”, ancora, era portato all’attenzione del pubblico con la promessa che i nutrienti e le vitamine ivi contenute “[...] *riducono la produzione di radicali liberi che si formano nel nostro organismo e sono alla base dello stress ossidativo, acuto (come durante una malattia tipo influenza) o cronico (stile di vita, inquinamento, etc)*”, anche in ragione del contenuto di “*ROC (Red Orange Complex) vitamina C e zinco che esercitano sinergicamente la loro azione reattiva a favore dell’immunità e antiinfiammatoria*”.
6. Il prodotto “ChetoNex” per lattanti e bambini era, infine, consigliato nei casi di “[...] *chetosi e vomito acetonemico*”, grazie alla sua azione di riduzione dell’*attività spastica dello stomaco*”.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L’iter del procedimento*

##### **Attività preistruttoria**

7. Prima dell’avvio del procedimento, in data 3 settembre 2013, l’Autorità formulava una richiesta di informazioni con la quale si chiedeva a Humana di fornire chiarimenti circa la validazione dei claim spesi per Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50 nelle pagine internet, avuto specifico riguardo alla procedura di autorizzazione prevista dal Regolamento CE 1924/2006.
8. Humana forniva riscontro alla richiesta in data 4 dicembre 2013, rappresentando che la spendita dei claim era suffragata da:
- studi sulla importanza della supplementazione di Vitamina D, anche al fine di prevenire il rachitismo;
  - pubblicazioni scientifiche relative al *deficit* di vitamina K quale causa degli episodi emorragici nel neonato.
9. Il professionista, inoltre, rappresentava che gli ulteriori e diversi claim presenti nella comunicazione dei due integratori fossero conformi al Regolamento in precedenza evocato.

##### **Attività istruttoria**

10. Sulla base delle informazioni acquisite in fase preistruttoria, in data 23 dicembre 2013 è stato comunicato alla Parte l’avvio del procedimento istruttorio n. PS5852 per possibile violazione degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, lettere *b*) e *c*), nonché 23, lettera *s*), del Codice del Consumo.
- In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l’esistenza di una condotta ingannevole in relazione a ciascun integratore consistente nell’attribuire ai prodotti talune proprietà potenzialmente tali da falsare in misura apprezzabile il comportamento del consumatore medio in relazione alle caratteristiche dei prodotti offerti, ai risultati che si possono attendere dalla loro assunzione.
- E’ stato altresì contestato ad Humana che l’enfasi della comunicazione in merito alle diverse proprietà ascritte a ciascun integratore avrebbe potuto orientare scorrettamente all’acquisto non solo il consumatore medio ma anche – e soprattutto – le neo mamme più facilmente vulnerabili in ragione dei naturali sentimenti di protezione e cura massima verso i più piccoli.
11. Humana ha fornito riscontro alle informazioni richieste in seno alla comunicazione di avvio in data 27 gennaio 2014. Nella medesima nota, il professionista ha formulato le proprie argomentazioni difensive.
12. In data 3 marzo 2014 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento. Il professionista non ha depositato memorie finali.

2) *Le evidenze acquisite*

13. I cinque prodotti in esame sono tutti integratori alimentari e sono commercializzati attraverso il cd. “canale specializzato”, cioè farmacie e sanitarie; Per alcuni di essi la distribuzione è avvenuta anche, in misura ridotta, attraverso la GDO.

Si riportano i dati delle vendite in volume/valore degli tutti gli integratori messi in commercio da Humana, per canale distributivo, negli anni 2012 e 2013 (Tab.1) e i dati di vendita dei prodotti oggetto del procedimento (Tab. 2):

**Tab. 1 Valore e quantità integratori venduti anni 2012-2013<sup>1</sup>**

	Valore 2012 €	Valore 2013 €	Quantità 2012	Quantità 2013
<b>GDO</b>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
<b>CANALE SPECIALIZZATO</b>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
<b>Totale</b>	[5-10 milioni]	[5-10 milioni]	[1-5 milioni]	[1-5 milioni]

**Tab. 2 Valori e quantità prodotti oggetto del procedimento venduti anni 2012-2013**

	Canale GDO				Canale specializzato			
	Valore 2013	Valore 2012	Quantità 2013	Quantità 2012	Valore 2013	Valore 2012	Quantità 2013	Quantità 2012
Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	[5-10 milioni]	[5-10 milioni]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
Colecalcium	-----	-----	-----	-----	[inferiore a 1 milione]	[inferiore a 1 milione]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
Chetonex	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	[inferiore a 1 milione]	[inferiore a 1 milione]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
Difensil	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	[inferiore a 1 milione]	[inferiore a 1 milione]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>
<b>Totale</b>	[inferiore a 1 milione]	[inferiore a 1 milione]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>	[5-10 milioni]	[5-10 milioni]	<i>Omissis</i>	<i>Omissis</i>

<sup>1</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

14. Oltre al sito internet aziendale non vengono utilizzati per gli attuali integratori altre forme di promozione al pubblico né sono in programmazione campagne promozionali con contenuto analogo a quello del presente procedimento. Il professionista ha, inoltre, fornito *brochure* e *dépliant* distribuiti unicamente alla classe medica.

#### **Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50**

15. I prodotti *de quibus* sono integratori per lattanti e bambini di vitamine D e K e di DHA (acido docosaesaenoico). Nel sito, si legge che la Vitamina K aiuta a “[...] *regolare la coagulazione ematica. Una sua carenza alla nascita e nei mesi successivi può creare problemi emorragici...*

**Vitamina D:** *previene il rachitismo, regola la funzione immunitaria e la funzione muscolare*”. Non esistono, su tali caratteristiche, né pareri EFSA né regolamenti di autorizzazione della Commissione che possano giustificare la spendita di tali indicazioni.

Il dato appare particolarmente rilevante atteso che il rachitismo è una malattia rara<sup>2</sup> caratterizzata da un’alterata mineralizzazione della matrice organica della cartilagine e dell’osso in fase di accrescimento, per cui le ossa risultano molli e cedevoli e si incurvano per il peso del corpo. Il professionista ha ritenuto di poter basare l’efficacia preventiva rispetto alla richiamata patologia sulla base di alcuni studi scientifici, depositati in sede di risposta alla richiesta di informazioni in fase preistruttoria. Parimenti su studi scientifici non sottoposti al vaglio della Commissione e all’EFSA, si fonda l’impiego dei vantì sulla Vitamina K.

16. È emerso, infine, che le confezioni - oggetto di notifica al Ministero della Salute - non riportano i menzionati vantì sul rachitismo e la coagulazione ematica<sup>3</sup>.

#### **Difensil junior**

17. Il prodotto in questione è un integratore di Vitamina C, Vitamina E, Zinco e Betacarotene e, ad avviso del professionista, non risulta destinato ai soli bambini.

Con riferimento alle vantate proprietà “*antiinfiammatoria*” e “*a favore dell’immunità*” in ragione del principio ROC<sup>4</sup> apportato, non sono disponibili allo stato pareri EFSA, né l’uso di tali indicazioni è stato autorizzato con il Regolamento UE n. 432/2012. Il professionista ha fornito, in ogni caso, nel corso dell’istruttoria gli *abstract* di alcuni studi condotti sul ROC, tra cui anche studi sugli effetti antinfiammatori. Tali indicazioni, però, non sono presenti sulla confezione<sup>5</sup>.

Nel testo diffuso a mezzo internet, Humana ha ritenuto, altresì, di poter attribuire alle vitamine e allo zinco contenuti nell’integratore l’ulteriore proprietà di combattere: “[...] *la produzione di radicali liberi che si formano nel nostro organismo e sono alla base dello stress ossidativo, acuto (come durante una malattia tipo influenza) o cronico (stile di vita, inquinamento, etc)*”. Le uniche indicazioni che rientrano nell’elenco comunitario di cui al Regolamento (UE) n.432/2012 per

---

<sup>2</sup> Fonte Ministero della Salute. Il rachitismo è indicato nell’elenco delle patologie rare ed è definito come una particolare forma di osteomalacia: “L’osteomalacia è una patologia sistemica ossea caratterizzata da una difettosa mineralizzazione, che determina un accumulo di matrice (osteoidi) non mineralizzata nello scheletro (98,99). L’osso così formato è più debole e molle del normale e subisce deformazioni con il carico. Il termine osteomalacia si riferisce alla malattia dell’adulto, che si sviluppa nell’osso dopo la saldatura delle cartilagini epifisarie. Il termine rachitismo è usato invece per lo scheletro ancora in crescita, quando il difetto di mineralizzazione riguarda sia l’osso sia la cartilagine epifisaria”.

<sup>3</sup> Cfr. doc. nn. 8 e 9 della risposta alla richiesta di informazioni di Humana del 27 gennaio 2014.

<sup>4</sup> Il Red Orange Complex è un complesso di nutrienti a base di estratto di arancia rossa.

<sup>5</sup> Cfr. doc. n. 13 della risposta alla richiesta di informazioni di Humana del 27 gennaio 2014.

l'apporto di Vitamina C, Vitamina E e Zinco, però, sono relative alla "protezione delle cellule dallo stress ossidativo e al "normale funzionamento del sistema immunitario".

### **Colecalcium**

**18.** *Colecalcium* è un integratore di Calcio e Vitamina D per bambini. Le affermazioni in contestazione si riferiscono allo sviluppo ed alla salute dei bambini. Per i *claim* di cui all'art. 14 del Reg. (CE) n. 1924/2006 - appunto quelli relativi ai bambini - non esiste ancora un elenco comunitario. Tuttavia l'EFSA ha già emanato alcuni pareri in materia, sui quali la Commissione UE elaborerà uno specifico elenco.

Quanto ai dati attualmente disponibili, il 2 ottobre 2008 l'EFSA si è pronunciata, con due distinti pareri<sup>6</sup>, sulla fondatezza scientifica di indicazioni sulla salute relative a "calcio e crescita ossea" e "vitamina D e crescita ossea", ai sensi dell'art.14 Reg (CE) 1924/2006.

In entrambi i casi gli esperti dell'Autorità per la Sicurezza Alimentare hanno confermato l'esistenza di un rapporto di causa-effetto tra l'assunzione di Calcio o Vitamina D, e la crescita e lo sviluppo delle ossa nei bambini e negli adolescenti, ritenendo che le evidenze scientifiche a disposizione supportino l'impiego delle seguenti affermazioni: "la vitamina D è necessaria per la crescita e lo sviluppo normali delle ossa nei bambini" e "il calcio è necessario per la crescita e lo sviluppo normali delle ossa nei bambini".

Il *claim* utilizzato da Humana per l'integratore *Colecalcium* è, invece, "vitamina D e calcio sono fondamentali per l'accrescimento osseo e scheletrico ma fanno parte anche di quel circolo ormonale indispensabile per il mantenimento del corretto equilibrio calcio/fosfati, necessario alla protezione dell'omeostasi fisiologica".

Tali ultimi vanti non risultano, però, presenti nella confezione del prodotto<sup>7</sup>.

### **Chetonex**

**19.** Il prodotto - a base di glucosio e sodio - viene suggerito dal professionista per un valido sostegno al bambino in presenza di chetosi (comunemente nota come "acetone") e vomito acetico, in quanto ridurrebbe l'"attività spastica dello stomaco". Non esistono, allo stato, pareri EFSA specifici sulle caratteristiche dei nutrienti e le sostanze apportate né sono ricompresi *claim* autorizzati ex art. 14 del Regolamento CE n.1924/2006. In confezione, tali proprietà non sono vantate ma viene suggerito l'uso dell'integratore solo in caso di "[...] aumentato fabbisogno dei nutrienti contenuti"<sup>8</sup>.

**20.** Il professionista ha fornito, nel corso dell'istruttoria una scheda tecnica sulla modalità d'azione dell'integratore *Chetonex*, unitamente agli studi ivi richiamati.

### **Ulteriori evidenze acquisite**

**21.** Sulla necessità di integrare la dieta dei lattanti e dei bambini con Vitamine D e K e, in generale, di altri minerali e nutrienti, è stato acquisito agli atti il recente studio dell'EFSA, *Scientific Opinion on nutrient requirements and dietary intakes of infants and young children in the European*

<sup>6</sup> Cfr. sito internet [www.efsa.eu](http://www.efsa.eu), The Efsa Journal (2008) 826 e 827, 2-2.

<sup>7</sup> Cfr. doc. n. 10 della risposta alla richiesta di informazioni di Humana del 27 gennaio 2014.

<sup>8</sup> Cfr. doc. n. 7 della risposta alla richiesta di informazioni di Humana del 27 gennaio 2014.

*Union*<sup>9</sup>. Lo studio – condotto dagli esperti scientifici sui prodotti dietetici, l'alimentazione e le allergie (NDA) dell'EFSA – ha affrontato il problema dell'evoluzione delle esigenze alimentari nel corso dei primi tre anni di vita e di stabilire i livelli di sostanze nutritive adeguati per la maggior parte dei lattanti e bambini, nella prima infanzia, sani e di peso normale. Sullo specifico punto, il gruppo di esperti scientifici ha riscontrato che i lattanti e i bambini nella prima infanzia hanno un elevato apporto di energia, proteine, sale e potassio, ma un basso apporto di fibre alimentari. L'apporto di proteine, sale, potassio e fibre alimentari non è a livelli tali da destare preoccupazione, ma l'apporto generalmente elevato di energia può contribuire a un indesiderato aumento del peso corporeo. Il *board* ha concluso, inoltre, che i livelli di assunzione di una serie di micronutrienti, tra cui calcio, magnesio, vitamina K e vitamina C, erano verosimilmente sufficienti a soddisfare i requisiti nutrizionali. Tuttavia, il consumo di acidi grassi omega-3, ferro, vitamina D e iodio (in alcuni Paesi europei) è basso fra i lattanti e i bambini nella prima infanzia. Il gruppo di esperti scientifici sottolinea la necessità di prestare particolare attenzione ad assicurare un apporto adeguato di acidi grassi omega-3, ferro, vitamina D e iodio ai lattanti e ai bambini che manifestano o sono a rischio di manifestare livelli inadeguati di queste sostanze nutritive. Gli alimenti arricchiti, inclusi gli alimenti per i bambini nella prima infanzia, rappresentano un modo per incrementare tali apporti; esistono, tuttavia, alternative efficienti, quali il latte vaccino arricchito, i cereali e gli alimenti a base di cereali arricchiti, gli integratori o la precoce introduzione di carne e pesce nell'alimentazione integrativa e il consumo regolare e continuato di tali alimenti.

### 3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

22. In via preliminare il professionista, successivamente alla comunicazione di avvio del procedimento, ha provveduto – a far data dal 16 gennaio 2014 - a modificare la presentazione dei propri integratori nella apposita sezione del sito internet aziendale, eliminando le diciture oggetto di contestazione<sup>10</sup>. Le indicazioni risultavano presenti sulle pagine del professionista secondo il seguente calendario (Tab. n.3):

*Tabella n. 3 date di pubblicazione delle pagine internet per prodotto*

<b>Integratore</b>	<b>Data inserimento pagine internet</b>
Chetonex	Novembre 2011
Difensil Junior	Ottobre 2011
Colecalcium Sciroppo	Ottobre 2011
Colecalcium Bustine	Febbraio 2011
Ditrevit Forte	Dicembre 2012
Ditrevit Forte K50	Dicembre 2012

<sup>9</sup> EFSA Journal 2013;11(10):3408 [103 pp.].

<sup>10</sup> Humana ha fornito prova di tali modifiche depositando la stampa delle pagine del sito internet dedicate agli integratori Colecalcium, Difensil Junior, ChetoNex, Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50, nella versione attuale ed emendata dalle affermazioni contestate.

**23.** Quanto alla promozione degli integratori *Ditrevit Forte* e *Ditrevit Forte K50*, Humana ritiene che non possa essere ad essa imputato un comportamento contrario alla diligenza professionale ai sensi dell'art. 20 del Codice del Consumo. La difesa prende le mosse dalla circostanza che nel gennaio 2011 l'AGCM aveva inviato ad Humana una richiesta di informazioni sulle affermazioni salutistiche utilizzate per la presentazione dell'integratore *Ditrevit*, sostituito successivamente nel 2012 da *Ditrevit Forte* e *Ditrevit Forte K50*.

In considerazione del fatto che le indicazioni salutistiche per *Ditrevit* non erano diverse da quelle che, fino alla comunicazione di avvio del presente procedimento, sono state utilizzate per *Ditrevit Forte* e per *Ditrevit Forte K50*, l'azienda avrebbe confidato che i *claim* su prevenzione del rachitismo e profilassi della malattia emorragica, avessero superato il vaglio dell'Autorità Garante e potessero continuare ad essere utilizzati per prodotti - *Ditrevit Forte* e *Ditrevit Forte K50* - che differiscono da *Ditrevit* solo nella concentrazione, aumentata, degli ingredienti a cui sono attribuiti i *claim* in contestazione.

**24.** Anche per la presentazione di *Difensil Junior* e *Colecalcium*, ad avviso del professionista non vi sarebbero profili di illiceità della condotta, in quanto i vantì utilizzati sarebbero solo parzialmente difformi da quelli autorizzati. Humana ritiene, in particolare, che ai sensi del Codice del Consumo la correttezza di un *claim* dovrebbe essere valutata sotto un profilo sostanziale, e non in base alla sua identità o diversità formale rispetto ai *claim* di elenchi comunitari predisposti in ossequio al Reg. (CE) n.1924/2006.

I *claim* "ufficiali" sarebbero del tutto decontestualizzati, mentre il loro uso non dovrebbe prescindere da un contesto più ampio, sia esso un'etichetta o un messaggio pubblicitario. Humana ritiene che la presentazione di ogni nutriente avente proprietà salutistiche accertate, effettuata attraverso un testo discorsivo ed eventuali richiami a situazioni familiari ai consumatori, sia preferibile e maggiormente comprensibile rispetto ad una mera definizione, purché il tutto avvenga nel rispetto della verità sostanziale. Benché i *claim* formalmente non siano identici al testo proposto dall'EFSA, nei casi di *Difensil Junior* e *Colecalcium* le proprietà attribuite non sarebbero diverse da quelle accertate dalla menzionata Autorità e codificate nel Regolamento (UE) 432/2012, ma sarebbe diverso solo il linguaggio utilizzato.

**25.** Quanto a *Chetonex*, infine, Humana ritiene di aver correttamente operato atteso che promuove il prodotto con la mera funzione d'uso (l'utilità in caso di vomito e chetosi) senza fare riferimento a proprietà salutistiche del prodotto.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**26.** Poiché le indicazioni nutrizionali e salutistiche oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo internet, in data 21 marzo 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

**27.** Con parere pervenuto in data 14 aprile 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto sussistenti le violazioni al Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- le pagine web oggetto della presente pratica potrebbero indurre in errore i consumatori circa le informazioni ingannevoli sulle caratteristiche dei prodotti, sui risultati che si possono attendere dalla loro assunzione e sulla capacità degli stessi a curare patologie, anche gravi;

- i *claim* veicolano il messaggio in base al quale il prodotto reclamizzato ha la capacità di difendere l'organismo da varie malattie e disfunzioni, accomunando i suoi effetti a quelli normalmente ascrivibili ad un farmaco e non ad un mero integratore alimentare, effetti che in base alla documentazione versata in atti non risultano caratterizzare i prodotti oggetto di promozione;
- avuto specifico riguardo, inoltre, alle indicazioni salutistiche e di riduzione di malattie riferite alla crescita e allo sviluppo dei bambini, il Regolamento CE 1924/2006 prescrive (cfr. art. 14) che tali indicazioni possano essere impiegate per la promozione dei prodotti solo dopo la specifica autorizzazione concessa secondo la procedura di cui agli artt. da 15 a 18 del Regolamento medesimo. Alla luce del quadro normativo delineato, non sarebbero comprovate le informazioni veicolate ai consumatori circa alcune proprietà degli integratori del professionista quali la prevenzione dei rachitismo e dei fenomeni emorragici, dell'accrescimento dell'apparato osseo, della riduzione dello stress ossidativo nonché delle ascritte funzioni antinfiammatorie, immunitarie e di contrasto;
- le comunicazioni apparse sul sito internet della società Humana in merito alle diverse proprietà ascritte agli integratori *de quibus*, appaiono idonee ad orientare non correttamente all'acquisto non solo il consumatore medio ma anche, e soprattutto, le neo mamme che potrebbero essere più facilmente vulnerabili in ragione dei naturali sentimenti di protezione e cura massima verso i più piccoli.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**28.** La questione all'esame ha ad oggetto la promozione da parte di Humana – a mezzo sito internet – di cinque integratori, ai quali sono state attribuite proprietà salutistiche in ragione dell'apporto di vitamine e minerali. I prodotti sono prevalentemente destinati a bambini e lattanti, sebbene alcuni di essi possano essere assunti anche dagli adulti.

Le condotte oggetto di valutazione integrano quattro pratiche commerciali distinte, attesa la diversa destinazione d'uso dei prodotti oggetto del procedimento (ad eccezione di Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50 che soddisfano lo stesso bisogno); le differenti scelte di consumo sulle quali possono potenzialmente incidere le comunicazioni commerciali in esame; sia, infine, in ragione dei diversi vantaggi attribuiti ai prodotti che possono incidere autonomamente sul comportamento economico del consumatore.

Nel merito, la valutazione della correttezza della comunicazione pubblicitaria ai sensi del Codice del Consumo postula la verifica della sussistenza di una giustificabile correlazione e proporzionalità tra quanto espresso o lasciato intendere nei messaggi e la natura e le caratteristiche di efficacia dei prodotti.

**29.** A tal fine assume rilievo il Regolamento n. 1924/2006/CE del Parlamento e del Consiglio Europeo che ha lo scopo di evitare che le indicazioni nutrizionali e salutistiche presenti nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari risultino fuorvianti per il consumatore medio inducendolo a scelte alimentari ingiustificate sul piano scientifico (considerando 16). Inoltre il Regolamento ribadisce fra i principi generali quello che l'impiego di indicazioni salutistiche non deve comunque essere falso, ambiguo e fuorviante o incoraggiare il consumo eccessivo di un elemento, ovvero suscitare o sfruttare timori nel consumatore (articolo 3).

**30.** Rileva, inoltre, per la valutazione in questa sede operata che nella menzionata normativa si predispone un'articolata procedura di autorizzazione di tali indicazioni da parte della Commissione Europea la quale si avvale della collaborazione dell'EFSA al fine di assicurare una valutazione scientifica del più alto livello possibile e armonizzata tra gli stati membri (*considerando 23 e articolo 4 del Regolamento (CE) n. 1924/06*). Sulla base dei pareri EFSA, la Commissione Europea con il Regolamento n. 432/12 del 16 maggio 2012 ha autorizzato l'elenco delle 222 indicazioni consentite sui prodotti alimentari, diverse da quelle facenti riferimento alla riduzione dei rischi di malattia e allo sviluppo e alla salute dei bambini. Quanto a quest'ultime, in assenza di specifiche autorizzazioni avanzate dai professionisti, esse non possono essere spese ovvero, nelle more della procedura di autorizzazione, la valutazione sull'attendibilità o meno del vanto speso in etichetta e in pubblicità deve essere effettuata sulla base dei pareri dell'EFSA che in materia di *claim* sulla salute – ove sottoposti – deve rendere un parere obbligatorio e “*pertinente*” al quale è espressamente attribuito valore di “*valutazione scientifica del più alto livello possibile*” (*considerando 23 e articolo 4 del Regolamento n. 1924/2006/CE*). Pertanto è al parere scientifico di questa – ove esistente – che deve farsi riferimento, in attesa di una decisione della Commissione sui vanti spendibili per la riduzione di rischi di malattia e/o per gli alimenti dedicati ai bambini.

**31.** Si procederà, dunque, ad una valutazione sulla decettività della comunicazione dei singoli prodotti precedentemente diffusa da Humana. Come emerso nelle risultanze istruttorie, infatti, il professionista ha modificato le pagine internet, rimuovendo tutti i claim in contestazione e non autorizzati.

**a) *Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50***

**3.** La pagina internet sui prodotti *Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50* presenta al pubblico l'idoneità degli integratori alimentari a prevenire il rachitismo e i problemi emorragici che, in assenza di integrazione delle vitamine D e K, potrebbero insorgere.

Tali indicazioni, non presenti sulle confezioni, fanno evidentemente riferimento alla possibilità di ridurre i rischi di una patologia, il rachitismo appunto, e a disfunzioni (l'insorgenza di problemi emorragici), che non sono, ad oggi, suffragate da alcuna specifica autorizzazione (*ex articolo 14 del Regolamento n. 1924/2006*). Autorizzazione che, come sottolineato in precedenza, nel caso di claim destinati alla riduzione di malattie e crescita dei bimbi deve essere sempre richiesta e risulta obbligatoria.

**33.** In ragione del mancato vaglio dell'EFSA, le indicazioni in esame devono ritenersi non rispondenti al vero e, per tale motivo, il loro impiego attribuisce ai prodotti una caratteristica ed un risultato che non potrebbero vantare. Assume particolare rilievo, inoltre, la circostanza per cui la caratteristica non provata dal vaglio dell'Autorità Europea insiste proprio sulla possibilità di prevenire una malattia. Il comportamento tenuto da Humana, dunque, si pone in esplicito contrasto con una fattispecie di pratica commerciale che lo stesso legislatore ha ritenuto di per sé scorretta (*ex art. 23, lettera s*), ossia un'attività di promozione che attribuisca infondatamente ad un prodotto la proprietà di curare e/o prevenire patologie e disfunzioni.

**34.** Il testo diffuso da Humana appare, però, fuorviante sotto un ulteriore profilo. Rileva, infatti, che l'utilizzo di espressioni quali “*Vitamina K... una sua carenza alla nascita e nei mesi successivi può creare problemi emorragici...previene il rachitismo... regola la funzione immunitaria e la*

*funzione muscolare*” è idoneo ad indurre nei destinatari il convincimento dell’utilità generalizzata dell’assunzione degli integratori, financo evocando possibili pericoli e rischi per il bambino.

**35.** Sul punto, si osserva in primo luogo che il professionista evoca la possibile insorgenza di una patologia classificata – come emerso nel corso dell’istruttoria – dallo stesso Ministero della Salute tra le patologie rare.

È fatto ormai notorio, inoltre, la circostanza per cui è consigliabile utilizzare integrazioni vitaminiche e/o minerali solo quando vi è un reale rischio di sviluppare carenze, come in caso di malassorbimento, inadeguata introduzione, difetti congeniti di metabolismo. Tale assunto è stato, di recente, confermato dalla stessa EFSA nel richiamato documento “*Scientific Opinion on nutrient requirements and dietary intakes of infants and young children in the European Union*<sup>11</sup>” proprio con riferimento, *inter alia*, alle vitamine e ai nutrienti che compongono Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50.

Nel citato parere, in particolare, l’Autorità ha accertato che “*Dietary intakes of linoleic acid (LA), calcium, phosphorus, magnesium, copper, selenium, chromium, molybdenum, manganese, fluoride, vitamin A, vitamin E, vitamin K, thiamin, riboflavin, niacin, pantothenic acid, pyridoxine, biotin, folate, cobalamin, vitamin C and choline in infants and young children living in Europe do not give rise to concern over the risk of inadequate intakes*” (enfasi aggiunte). Quanto alla vitamina D, invece, nello stesso studio si evidenzia la necessità di prestare particolare attenzione ad assicurare un apporto adeguato di acidi grassi omega-3, ferro, vitamina D e iodio ai lattanti e ai bambini nella prima infanzia *che manifestano o sono a rischio di manifestare livelli inadeguati di queste sostanze nutritive*.

**36.** Non è, dunque, in discussione, con riferimento a questo profilo, l’effettivo contributo positivo dell’apporto di vitamine D e K nell’alimentazione del bambino e del lattante, quanto piuttosto la modalità di promozione di tali integratori che non delimitano il bisogno dell’assunzione solo nel caso di livelli inadeguati, in tal modo condizionando il destinatario della comunicazione sulla effettiva necessità di far assumere ai più piccoli un’integrazione di tali nutrienti.

**37.** L’impiego dei riportati *claim* appare dunque idoneo ad incidere sulla scelta dei genitori di acquistare il prodotto anche suggerendo possibili rischi per la salute del bambino, avuto riguardo alle effettive caratteristiche del prodotto in relazione alla prevenzione del rachitismo, agli indimostrati risultati che si possono conseguire con l’assunzione nonché sulla effettiva necessità di supplementare la dieta dei bambini e dei lattanti con vitamine D e K.

**38.** Sul punto il professionista ha rappresentato di aver maturato un affidamento sull’utilizzo dei *claim* oggetto di contestazione per Ditrevit Forte e Ditrevit K50, atteso che nel 2011 l’Autorità aveva inviato ad Humana una richiesta di informazione sugli stessi senza procedere ad ulteriori contestazioni.

**39.** L’argomentazione non è, però, condivisibile. In primo luogo, le pagine internet oggetto di valutazione nel presente provvedimento sono diverse da quelle diffuse nel 2011 e sono state pubblicate – come dichiarato dalla stessa Humana – nel dicembre 2012. Inoltre, la richiesta di informazioni inoltrata nel 2011 aveva ad oggetto un integratore diverso (Ditrevit), sebbene riconducibile alla medesima linea nonché i chiarimenti richiesti attenevano alla diffusione di

---

<sup>11</sup> Cfr. sito *internet* [www.efsa.eu](http://www.efsa.eu) rif. EFSA Journal 2013;11(10):3408.

supporti pubblicitari in parte differenti dalle pagine internet oggetto dell'odierna disamina. Alcuni affidamenti potevano dunque sorgere su pagine pubblicitarie mai sottoposte prima all'Autorità.

**40.** Sul punto rileva, invece, che proprio al fine di disporre di tutti gli elementi utili per la valutazione delle pagine internet, prima di procedere all'avvio del procedimento, gli Uffici hanno provveduto ad inoltrare nel settembre 2013 al professionista una nuova richiesta di informazioni in fase preistruttoria nonché hanno acquisito d'ufficio nuova documentazione relativa alle contestazioni avanzate nell'atto di avvio. La richiesta di informazioni del settembre 2013 aveva ad oggetto proprio la diffusione dei claim in contestazione per i nuovi prodotti.

**41.** Rileva, altresì, la circostanza per cui nel periodo considerato sono intervenute modifiche normative di rilievo, quali l'adozione del Regolamento UE 432/2012 del 12 maggio 2012, recante l'elenco delle indicazioni salutistiche spendibili in etichetta e in pubblicità. Non si comprende, dunque, come il professionista avesse potuto nutrire un affidamento per la spendita di un claim che non era ricompreso nell'elenco allegato al citato Regolamento, né era stato sottoposto per una specifica richiesta di autorizzazione.

**42.** Si osserva, infine, che la mancata prosecuzione dell'interlocuzione con gli Uffici in presenza di una mera richiesta di informazioni è priva di rilievo esimente a fronte del mancato rispetto della disciplina comunitaria in materia di claim salutistici e, comunque, inidonea a far sorgere in capo al professionista alcun affidamento sull'effettiva correttezza della condotta tenuta.

**43.** In conclusione e in conformità al parere dell'AGCOM, la condotta è idonea a fuorviare il consumatore medio da scelte commerciali consapevoli e, per tali motivi, risulta in contrasto con gli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera b), e 23, lettera s), del Codice del Consumo. Nella valutazione della condotta rileva il target di riferimento - costituito soprattutto da neo-mamme e neo papà che, in ragione della naturale attenzione verso i più piccoli, sono maggiormente portati a prestare credito alle proposte che possono costituire una prevenzione per eventuali patologie e/o un coadiuvante per l'insorgenza di disfunzioni e problematiche varie legate alla crescita dei più piccoli.

#### ***b) Difensil Junior***

**44.** Parimenti non corrette appaiono le pagine internet relative agli integratori Difensil e Colecalcium. Anche per tali prodotti occorre ribadire il principio che tutti i claim spesi nella comunicazione commerciale devono essere autorizzati *ex art.* 14 del Regolamento 1924/2006 in quanto destinati alla nutrizione di lattanti e bambini.

Più nello specifico, quanto a Difensil è emerso nel corso dell'istruttoria che il vanto di efficacia rispetto all'azione antiinfiammatoria del ROC, non presente sulle confezioni, risulta priva di fondamento, attesa la mancata autorizzazione prevista dalla procedura del Regolamento Claims. È dunque indimostrato il vanto riportato nella comunicazione commerciale che deve, conseguentemente, ritenersi decettiva poiché il professionista accredita al pubblico il prodotto per mezzo di una proprietà che non è verificata e vagliata dall'EFSA e che, attesa la sua indimostrabilità, appare scorretta.

**45.** Per gli ulteriori claim impiegati in pubblicità per *Difensil* si osserva che essi si discostano in maniera eccessiva rispetto a quelli autorizzati dalla Commissione per gli alimenti che apportano vitamine C, B, Calcio e Zinco. In particolare per *Difensil* non può ritenersi – diversamente da quanto sostenuto da Humana - che l'affermazione “ [...] *la produzione di radicali liberi che si*

*formano nel nostro organismo e sono alla base dello stress ossidativo, acuto (come durante una malattia tipo influenza) o cronico (stile di vita, inquinamento, etc)*” abbia lo stesso valore semantico del *claim* molto meno enfatico autorizzato *“protezione delle cellule dallo stress ossidativo e al “normale funzionamento del sistema immunitario”*. L’affermazione impiegata, infatti, è più ampia a causa del richiamo di stress ossidativi di differente gradazione (acuto e cronico) nonché dell’evocazione dei radicali e di termini ultronei quali influenza, malattia e inquinamento. Tramite la eccessiva riformulazione del *wording*, dunque, il professionista non ha contestualizzato il *claim* – come sostenuto– ma ha attribuito al prodotto funzioni che lo stesso non può spendere.

**46.** Anche per tale prodotto, si osserva inoltre che la formulazione eccessivamente estensiva delle caratteristiche attribuite in funzione del contenuto di vitamine e minerali rispetto ai *claim* autorizzati è idonea a veicolare al consumatore destinatario della comunicazione l’erroneo convincimento di un generale vantaggio ottenibile dall’assunzione, senza limitare il suggerimento ai casi di carenza dei nutrienti. In tal senso rileva che la possibile efficacia in termini di limitazione dei radicali liberi è vantata sia in situazioni acute (malattie) che croniche (stili di vita e inquinamento), così da generalizzare l’utilità nell’assunzione.

**47.** Difetta, pertanto, nelle scelte operate da Humana, la cautela necessaria nel prospettare l’idoneità degli integratori rispetto ai risultati e alle caratteristiche generali degli stessi, considerando soprattutto il target di riferimento - costituito prevalentemente da neo-mamme e neo papà - che sono portati più facilmente a credere alle promesse espresse nella comunicazione commerciale, in quanto riferite ai più piccoli.

In conclusione, la condotta è idonea a fuorviare il consumatore medio da scelte commerciali consapevoli sulle caratteristiche dei due integratori offerti, in contrasto con gli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

### ***c) Colecalcium***

**48.** Anche le affermazioni impiegate per Colecalcium sul sito internet, diversamente da quanto invece si trova sulle confezioni, sembrano andare ben al di là dell’indicazione autorizzata, attribuendo ad esempio al calcio un ruolo fondamentale e non *normale* per *l’accrescimento osseo e scheletrico*. L’indicazione, unitamente alle affermazioni di corredo non autorizzate, come la circostanza per cui le sostanze [...] *fanno parte anche di quel circolo ormonale indispensabile per il mantenimento del corretto equilibrio calcio/fosfati, necessario alla protezione dell’omeostasi fisiologica*” sembrano travalicare il significato che il legislatore comunitario aveva dato al *claim* autorizzato, ossia la funzione di *“normale crescita ossea”*.

**49.** Alcuni vanti dunque non risultano sorretti da autorizzazione ex art. 14 del regolamento mentre altri (accrescimento scheletrico) si discostano notevolmente dal vanto autorizzato. Anche in quest’ultimo caso, pare opportuno osservare che, pur risultando ammessa una limitata flessibilità del *wording* delle indicazioni autorizzate dalla Commissione, il professionista che intende apportare minime modifiche deve necessariamente limitarsi a sostituire lemmi e parole che siano percepite dal consumatore come sostanzialmente identiche<sup>12</sup>. È evidente che la sostituzione della

---

<sup>12</sup> Tale assunto è peraltro confermato dalle Linee guida del Ministero della Salute proprio sulla flessibilità delle indicazioni salutistiche e nutrizionali. Nel documento si legge, in particolare, come gli operatori del settore debbano attenersi, nel caso di *claim* autorizzato, concetto di *“normale”* potendo al massimo impiegare sinonimi quali *“buono stato”* e *“in salute”*

parola *normale* con *fondamentale* ha l'effetto di attribuire al prodotto una funzione essenziale che non viene riconosciuta come tale però dall'EFSA.

**50.** Anche sul punto, si rappresenta l'idoneità delle affermazioni a generalizzare l'impiego dell'integratore che, come emerso anche per Ditrevit, dovrebbe essere suggerito solo nei casi di effettiva carenza di tali nutrienti e necessità del bambino.

**51.** Così come confezionati i claim, pertanto, si discostano significativamente da quanto autorizzato dalla Commissione sulla base dei pareri dell'EFSA e appaiono dunque non corretti, *ex artt.* 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

#### **d) Chetonex**

**52.** Dalle risultanze istruttorie emerge anche per Chetonex l'attribuzione di vantii non autorizzati dalla Commissione e vagliati dall'EFSA, ancora una volta non riportati sulle confezioni. Vengono, infatti, esaltati effetti di riduzione dell'attività spastica senza la necessaria autorizzazione *ex art.* 14 del Regolamento 1924/2006. Sempre sul punto rileva la circostanza che il prodotto viene consigliato come valido ausilio contro chetosi ed episodi di vomito, così da conferire al prodotto qualità quasi farmacologiche per tali disturbi che, in quanto indimostrate (*rectius* autorizzate), appaiono ingannevoli.

**53.** Al riguardo, priva di pregio appare la difesa del professionista tesa a sottolineare l'attribuzione al prodotto non già di una caratteristica quanto di una funzione d'uso. L'individuazione in seno alla comunicazione commerciale dello specifico problema da risolvere attribuisce indirettamente al prodotto il beneficio di risolverlo tramite la riduzione dell'attività spastica, caratteristica che non è stata validata *ex art.* 14 del Regolamento Claims. Pertanto, in attesa di nuovi e ulteriori riscontri tecnici dell'EFSA, anche i *claim* utilizzati da Humana per promuovere Chetox risultano ingannevoli verso i consumatori.

**54.** In conformità con il parere dell'AGCOM, dunque, anche tale condotta è idonea a fuorviare il consumatore medio dall'assunzione di scelte commerciali consapevoli e, per tali motivi, risulta in contrasto con gli *artt.* 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLE SANZIONI**

**55.** Ai sensi dell'*art.* 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la 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.

**56.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'*art.* 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'*art.* 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.

**57.** In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire che in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, come nel caso di specie, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

**58.** Con riguardo alla gravità della violazione di tutte le condotte, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'importanza e della dimensione economica del professionista, importante impresa attiva nella produzione di alimenti ed integratori per lattanti e bambini, appartenente ad uno dei gruppi *leader* mondiale del settore.

#### ***Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50***

**59.** Con riferimento alla condotta accertata al punto V. sub *a*), si deve tenere altresì conto per la gravità di ulteriori elementi: *i*) la natura ingannevole delle promozioni, incentrate sui vantii salutistici – anche particolarmente enfatici - ascritti ai due integratori; *ii*) con riferimento alla diffusione della pratica, l'utilizzo delle pagine internet in grado di raggiungere un vasto pubblico di utenti. Rileva nella valutazione di gravità, altresì, lo specifico *target* di consumatori interessato dalla condotta, costituito in particolar modo da neo-mamme e neo-papà presumibilmente più sensibili all'insorgenza di possibili patologie nei più piccoli e, dunque, più vulnerabili alla condotta.

**60.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere complessivamente da dicembre 2012 al 16 gennaio 2014.

**61.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Humana nella misura di 50.000 (cinquantamila) euro.

#### ***Difensil e Colecalcium***

**62.** Con riferimento alle condotte accertate al punto V. sub *b*) e *c*) relative ai distinti prodotti Colecalcium e Difensil, si deve tenere conto per la gravità: *i*) della natura ingannevole delle promozioni, incentrate sui vantii salutistici – anche particolarmente enfatici - ascritti ai due integratori; *ii*) con riferimento alla diffusione della pratica dell'utilizzo delle pagine internet in grado di raggiungere un vasto pubblico di utenti. Rileva nella valutazione di gravità, altresì, anche lo specifico *target* di consumatori interessato dalle pratiche, costituito, come detto in precedenza, da neo-mamme e neo-papà presumibilmente più sensibili alla cura dei più piccoli e, dunque, più vulnerabili alla condotta.

**63.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le due pratiche commerciali sono state poste in essere complessivamente da febbraio 2011 al 16 gennaio 2014 per Colecalcium e da ottobre 2011 fino al 16 gennaio 2014 per Difensil.

**64.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Humana nella misura di 25.000 € (venticinquemila euro) per la promozione del Colecalcium e una sanzione pari a 20.000 € (ventimila euro) per la condotta relativa a Difensil.

#### ***Chetonex***

**65.** Con riferimento alla condotta accertata al punto V. sub *d*) per Chetonex, si deve tenere conto per la gravità: *i*) della natura ingannevole delle promozioni, incentrate sui vantii salutistici; nonché *ii*) con riferimento alla diffusione della pratica, dell'utilizzo delle pagine internet, suscettibile di raggiungere un numero ampio di consumatori. .

**66.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le due pratiche commerciali sono state poste in essere complessivamente da novembre 2011 al 16 gennaio 2014.

**67.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Humana nella misura di 15.000 € (quindicimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Humana per la promozione degli integratori Ditrevit Forte e Ditrevit Forte K50 risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli sul sito internet *www.humana.it*, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti promossi dal professionista;

RITENUTO, inoltre, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Humana per la promozione dell'integratore Colecalcium risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli sul sito internet *www.humana.it*, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto promosso dal professionista;

RITENUTO, altresì, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Humana per la promozione dell'integratore Difensil Junior risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli sul sito internet *www.humana.it*, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto promosso dal professionista;

RITENUTO, infine, sempre in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Humana per la promozione dell'integratore Chetonex risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli sul sito internet *www.humana.it*, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto promosso dal professionista;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, paragrafo 3 del presente provvedimento, posta in essere da Humana Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera *b*), e 23, lettera *s*), del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, paragrafo 4 del presente provvedimento, posta in essere da Humana Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

c) che la pratica commerciale descritta al punto II, paragrafo 5 del presente provvedimento, posta in essere da Humana Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

d) che la pratica commerciale descritta al punto II, paragrafo 6 del presente provvedimento, posta in essere da Humana Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

e) di irrogare a Humana Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro) per la pratica di cui al punto a);

f) di irrogare a Humana Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 € (venticinquemila euro) per la pratica di cui al punto b);

g) di irrogare a Humana Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 € (ventimila euro) per la pratica di cui al punto c);

h) di irrogare a Humana Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (quindicimila euro) per la pratica di cui al punto d).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere e), f), g) e h) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 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