

PS6227 - BIOSCALIN INTENSIV

Provvedimento n. 22935

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 novembre 2011;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007;

VISTO il proprio provvedimento del 7 settembre 2011, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Giuliani S.p.A. (di seguito, Giuliani), in qualità di professionista, è un'azienda farmaceutica, con sede legale a Milano (MI), che sviluppa, realizza e distribuisce prodotti per la salute ed il benessere. La società, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2010, ha realizzato un fatturato pari ad oltre 88.000.000 di euro, registrando un utile pari a circa 570.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nella diffusione di messaggi pubblicitari - tramite stampa, TV e *internet* - volti a promuovere l'efficacia del prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* nel contrastare e ridurre la caduta dei capelli.

3. In particolare, alcune segnalazioni pervenute da consumatori, associazioni di consumatori e società concorrenti, nel periodo luglio-novembre 2010, e la documentazione acquisita d'ufficio nel mese di aprile 2011 hanno rilevato che le comunicazioni commerciali del professionista promettono risultati di crescita dei capelli, riduzione della caduta e aumento del diametro del fusto, richiamando con grande evidenza (messaggi stampa e *internet*) e particolare enfasi (*spot TV*) i risultati asseritamente raggiungibili con l'utilizzo del prodotto (*Caduta dei capelli, meno 79,9%, Capelli in crescita + 29% - Diametro del fusto + 57,8%*), senza che, al contempo, venga data chiara ed adeguata evidenza dello specifico contesto nel quale questi risultati sono stati conseguiti.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In data 25 ottobre 2010 e 7 marzo 2011, facendo seguito a specifiche richieste di informazioni¹, il professionista ha depositato documentazione scientifica relativa al prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina*².

5. In data 14 aprile 2011 sono state acquisite agli atti del fascicolo alcune pagine *web* dal sito <http://www.bioscalin.it>³, nonché taluni messaggi stampa relativi al medesimo prodotto diffusi negli anni 2010/2011⁴.

6. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 10 maggio 2011 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS6227 per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del Codice del Consumo⁵.

7. In data 22 giugno 2011 Giuliani ha depositato una propria memoria e i nuovi documenti richiesti nella comunicazione di avvio del procedimento⁶.

8. Il 27 giugno 2011, presso gli uffici dell'Autorità, si è tenuta l'audizione della Parte⁷.

¹ [Rispettivamente in data 19 ottobre 2010 e 10 febbraio 2011.]

² [Cfr. docc. nn. 5 e 15 dell'indice del fascicolo. In particolare, uno studio clinico in aperto su 50 soggetti di ambo i sessi affetti da defluvium telogenico e alopecia androgenetica iniziale con età compresa fra i 20 e i 45 anni, dal titolo "Integratore a base di Cronobiogenina", pubblicato su "L'integratore Nutrizionale", 2010, 13(3), 9-11. Il professionista ha depositato, altresì, copia dei messaggi stampa e Tv dallo stesso diffusi e la relativa programmazione della campagna pubblicitaria, nonché la confezione integrale del prodotto Bioscalin con Cronobiogenina.]

³ [Si tratta di pagine web scaricate dal sito internet www.bioscalin.it/, in data 10 febbraio e 13 aprile 2011.]

⁴ [Cfr. doc. n. 17 dell'indice del fascicolo.]

⁵ [Cfr. doc. n. 18 dell'indice del fascicolo.]

⁶ [Cfr. doc. n. 27 dell'indice del fascicolo.]

⁷ [Cfr. il verbale dell'audizione di cui al doc. n. 28 dell'indice del fascicolo.]

9. In data 29 agosto 2011 Giuliani, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento, ha depositato una proposta di impegni, successivamente integrata in data 8 e 15 settembre 2011, volta a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione⁸.

10. In data 7 settembre 2011 l'Autorità ha deliberato la proroga del termine di conclusione del procedimento, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, fissandola al 6 novembre 2011⁹.

11. In data 12 settembre 2011 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, fissata al 26 settembre 2011.

2) Le evidenze acquisite

Il prodotto Bioscalin con Cronobiogenina

Le comunicazioni pubblicitarie

12. La condotta contestata al professionista concerne talune comunicazioni pubblicitarie diffuse da Giuliani nel periodo settembre 2010 – aprile 2011. Specificamente, con riferimento all'anno 2011, il professionista ha svolto un'importante campagna promozionale (stampa, TV e *internet*), dal costo pari a [700.000-1.500.000]¹⁰ euro, cessata nel mese di aprile del 2011¹¹.

a) spot televisivi

13. Gli *spot* televisivi trasmessi sulle principali emittenti Mediaset (Canale 5, Italia 1, Rete 4), RAL (RAI 1, RAI 2, RAI 3) e La 7, sono andati in onda in diversi orari della giornata ed in differenti versioni da 7 e 15 secondi. Tali *spot* sono sostanzialmente identici nei contenuti e nelle loro modalità di rappresentazione¹². In entrambe le versioni i dati prestazionali vengono declamati con particolare enfasi ed evidenziati sia nel parlato che nella raffigurazione video delle percentuali relative ai risultati ottenuti attraverso l'utilizzo del prodotto (riduzione caduta dei capelli/aumento del diametro del fusto), come di seguito descritti:

versione da 7 secondi - *Speaker*: "Innovazione Bioscalin con Cronobiogenina! Caduta dei capelli, meno 79,9% - Bioscalin, mai così efficace!" Nel corso dello *spot*, in sovrapposizione, in caratteri evidenti, può leggersi: "Integratore alimentare - *Caduta dei capelli, meno 79,9% - Indicatore per la caduta temporanea ed eccessiva *Risultati medi di uno studio clinico: Bioscalin.it";

versione da 15 secondi - *Speaker*: "Innovazione contro la caduta temporanea ed eccessiva. Bioscalin con Cronobiogenina, mai così efficace! Caduta dei capelli, meno 79,9% - Diametro, più 57,8%. Bioscalin, prolunga la vita dei capelli!" Nel corso dello *spot*, in sovrapposizione, in caratteri evidenti, può leggersi: "Dalla ricerca Giuliani – Integratore alimentare - *Caduta dei capelli, meno 79,9% - Diametro, più 57,8% - *Risultati medi di uno studio clinico su 50 soggetti con caduta dei capelli: Bioscalin.it – Bioscalin, più valore ai capelli".

b) messaggi stampa

14. Di seguito si riportano i messaggi stampa diffusi da Giuliani per la campagna pubblicitaria 2010/2011, sulle principali riviste in edicola (Donna Moderna, Gioia, Grazia, Oggi) e sui quotidiani (Corriere della Sera e La Repubblica), nei quali appaiono evidenziati con grandi caratteri i dati numerici prestazionali del nuovo prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* (Riduzione della caduta – [meno] 79,9 % - Capelli in crescita + 29% - Diametro del fusto + 57,8%).

IMMAGINE N. 1 - La Repubblica, D – 23 ottobre 2010

⁸ [Cfr. docc. nn. 31, 33 e 35 dell'indice del fascicolo.]

⁹ [Il relativo provvedimento è stato trasmesso alla Parte in data 19 settembre 2011 Cfr. doc. n. 36 dell'indice del fascicolo.]

¹⁰ [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni]

¹¹ [Nel corso della fase preistruttoria, il professionista ha fornito alcuni dati relativi alla pianificazione della campagna pubblicitaria televisiva del secondo semestre 2010, precisando il numero di spot (circa 300) nelle loro differenti versioni temporali - da 7" e 15" - ed i relativi costi (alcune decine di migliaia di euro per ciascuno spot).]

¹² [Essi si dividono in due parti: la prima è narrativa, e vede l'enunciazione dei risultati ottenibili con l'utilizzo dell'integratore Bioscalin. La parte finale degli spot è invece dedicata alla presentazione del marchio, della confezione del prodotto Bioscalin con Cronobiogenina, nonché di alcuni prodotti della Linea anticaduta Bioscalin.]

INNOVAZIONE CRONOBIOGENINA®

***RIDUZIONE DELLA CADUTA
-79,9%**

**CAPELLI IN CRESCITA
+29%**

**DIAMETRO DEL FUSTO
+57,8%**

Bioscalin® prolunga la vita dei capelli

Come rendere i capelli più forti e resistenti alla caduta? Agendo su un sistema di fibre e in particolare su "Torrenga Biologico" del capello che regola la durata e lo stato dei capelli. A questo risultato si giunge in forza biologica Giuliana, con il nuovo Bioscalin® con CronoBiogenina®, un complesso di sostanze naturali brevettato, che assicura l'effetto della "regina" alattica di Saccarina e Biotina. La CronoBiogenina® contribuisce alla corretta funzionalità dell'organo biologico del capello, favorendo la crescita e il prolungamento della vita dei capelli.

L'azione dei componenti innovativi di Bioscalin® con CronoBiogenina®:

- **PROLUNGA LA VITA** dei capelli e ne **CONTRASTA LA CADUTA** - azione della CronoBiogenina®
- **NUTRE e rinforza il fusto** - azione di Saccarina e Biotina
- **PROTEGGE il bulbo** - azione degli antiossidanti contro i Radicali Liberi

Bioscalin® con CronoBiogenina® Complesso è un integratore alimentare che agisce all'interno. È adatto a uomini e donne di ogni età.

IN FARMACIA

Bioscalin: Più valore ai capelli, più valore a te

GIULIANI

15. In particolare, l'asterisco posto accanto alla dicitura *riduzione della caduta* riporta ad alcune proprietà del prodotto indicate a fondo pagina (*PROLUNGA LA VITA dei capelli e ne contrasta la caduta* [...]; *NUTRE e rinforza il fusto* [...]; *PROTEGGE il bulbo* [...]) senza alcun specifico riferimento al contesto in cui il prodotto risulterebbe efficace nei termini indicati.

16. Altre versioni del messaggio (ad esempio, quella apparsa su "La Repubblica" il 14 marzo 2011) differiscono dalla precedente per la presenza di un riquadro a fondo pagina, richiamato da un asterisco posto accanto ad ognuna delle percentuali indicate come risultati ottenuti, nel quale, in caratteri più piccoli, viene rappresentato il contesto in cui il prodotto esplicherebbe la sua efficacia. (Vedi successiva immagine n. 2).

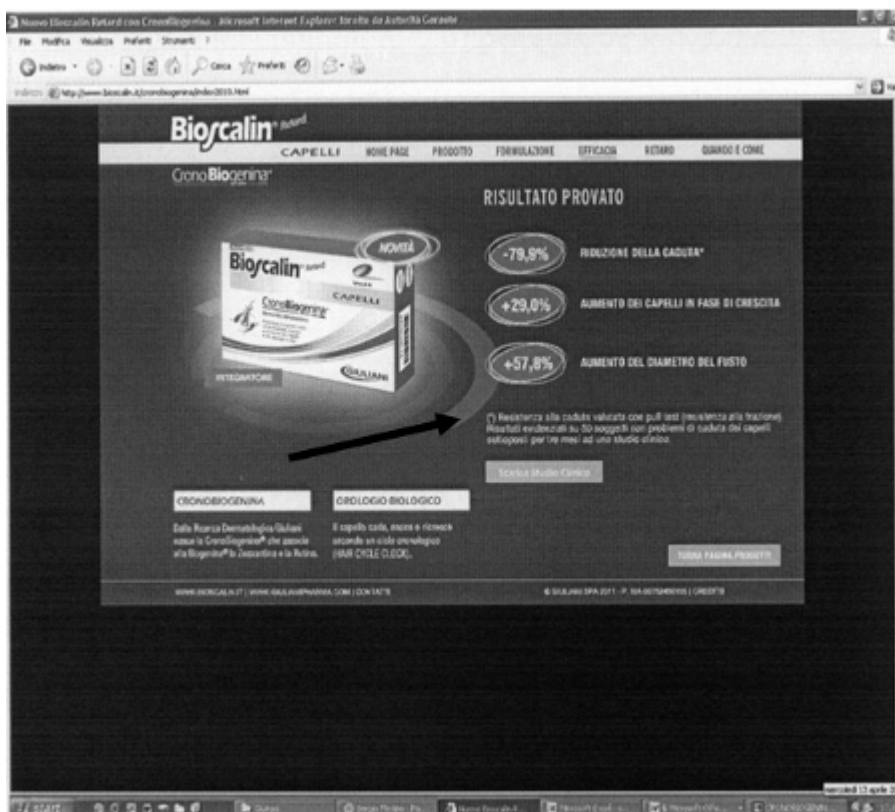
IMMAGINE N. 2

***La Ricerca Giuliani ha verificato l'efficacia di Bioscalin® con CronoBiogenina® con uno studio clinico in aperto - sotto controllo dermatologico - per 3 mesi su 50 soggetti, uomini e donne, affetti da defluvium telogenico [caduta temporanea ed eccessiva] e Alopecia Androgenetica iniziale [caduta progressiva]. I risultati sono stati ottenuti con pull test [resistenza alla trazione], misurazione dei bulbi in fase anagen e del diametro del fusto [risultati medi].**

c) Messaggi internet

17. Alcune pagine *web* scaricate direttamente dal sito www.bioscalin.it riportano gli stessi tre dati prestazionali sulla riduzione della caduta, sull'aumento del diametro del fusto e sui capelli in fase di crescita, già enunciati nella pubblicità stampa e negli *spot* TV, seguite dalla scritta richiamata dall'asterisco: *(*)Resistenza alla caduta valutata con pull test (resistenza alla trazione). Risultati evidenziati su 50 soggetti con problemi di caduta dei capelli sottoposti per tre mesi ad uno studio clinico.* (cfr. successiva immagine n. 3).

IMMAGINE N. 3



18. In una diversa sezione, raggiungibile mediante un *link* ipertestuale presente nella medesima pagina *web*, è disponibile lo studio clinico pubblicato sulla rivista "L'integratore nutrizionale" dal titolo "Integratore a base di Cronobiogenina® - Nel defluvio telogenico e nell'alopecia androgenetica" le cui conclusioni affermano che "(...) l'integratore testato (Bioscalin con Cronobiogenina) rappresenta un valido aiuto nelle forme di alopecia androgenetica e defluvio telogenico".

Composizione, natura e caratteristiche del prodotto

19. Bioscalin con Cronobiogenina è un integratore alimentare naturale anticaduta per capelli, a base di Cronobiogenina¹³. Il prodotto rappresenta un'evoluzione del precedente Bioscalin con Biogenina¹⁴, alla cui composizione sono stati aggiunti due nuovi componenti, Zeaxantina e Rutina.

Lo studio clinico alla base delle comunicazioni pubblicitarie (sintesi)

20. I dati numerici prestazionali che appaiono nei messaggi pubblicitari derivano da uno studio clinico pilota¹⁵ condotto in aperto su 50 soggetti, 26 donne e 24 uomini, in età tra i 20 e i 45 anni, partendo dall'assunto, scientificamente accettato, secondo cui nella maggior parte delle patologie tricologiche (alopecia androgenetica)¹⁶ e in situazioni quasi fisiologiche di perdita temporanea e eccessiva di capelli (defluvio telogenico)¹⁷, le componenti del

¹³ [La Cronobiogenina un complesso innovativo di N-(3-aminopropil)-tetrametilendiammina triclorigrato, Zeaxantina e Rutina e di altri micronutrienti ed antiossidanti specifici. Tali componenti si sono dimostrati negli studi in-vitro capaci di incrementare l'attività rispetto alla formula precedente (l'azione fisiologica derivante dall'aggiunta dei due nuovi componenti sul cosiddetto "hair cycle clock" ha suggerito il termine Crono-biogenina a sottolineare l'azione sull'orologio biologico del capello).]

¹⁴ [Bioscalin con biogenina è un integratore alimentare in precedenza commercializzato da Giuliani per i medesimi scopi di contrasto alla caduta dei capelli. La relativa campagna pubblicitaria 2008-2009 è stata oggetto del provvedimento n. 20284, (in Boll. n. 36/09) con il quale l'Autorità ne ha deliberato l'ingannevolezza.]

¹⁵ [Tale studio, acquisito agli atti del fascicolo con verbale del 14 aprile 2011 (Cfr. doc. n. 17), è stato pubblicato sulla rivista L'integratore Nutrizionale 2010, 13(3), 9-11 ed è intitolato: "Integratore a base di Cronobiogenina" [Fabio Rinaldi, Giannina Giuliani - Studio Rinaldi, Milano - Giuliani S.p.A, Milano]. Al fine di comprovare sul piano razionale e scientifico lo studio condotto, Giuliani ha altresì depositato un ulteriore documento (cfr. allegato 5 al doc. n. 27 dell'indice del fascicolo) che illustra il rapporto tra alimentazione e salute dei capelli e chiarisce, dal punto di vista scientifico, il ruolo svolto da ciascun principio attivo nel prodotto Bioscalin con Cronobiogenina.]

¹⁶ [L'alopecia androgenetica è un processo irreversibile che colpisce sia uomini che donne pur con alcune varianti, consistente nella caduta progressiva di capelli con intensità variabile da persona a persona. La causa di questo tipo di alopecia è comunemente riconosciuta in un enzima (5-alpha reductase) che converte il testosterone in DHT (deidrotestosterone) inibendo la crescita dei capelli. Più esattamente gli ormoni maschili (presenti anche nella donna anche se in minore quantità) si azionano sulle radici dei capelli (follicoli pilosebacei) inibendone la crescita nel tempo.]

¹⁷ [Il Defluvio Telogenico è una delle forme comuni di alopecia diffusa nella fascia di età puberale e adulta, in entrambi i sessi, se pur con una prevalenza nel sesso femminile. L'etiologia del Defluvio Telogenico è normalmente attribuibile a fattori di carenze specifiche,

bulbo pilifero possono subire un processo di caduta indotto dall'alterazione dei meccanismi di controllo delle cellule (fenomeno noto come apoptosi cellulare)¹⁸.

21. Il trattamento sperimentale prevedeva l'assunzione di una compressa al giorno di "*Bioscalin con cronobiogenina*" ed ha avuto durata di tre mesi¹⁹. I risultati avrebbero dimostrato un miglioramento di tutti i parametri valutati²⁰, portando a concludere che "(...) *l'integratore testato (Bioscalin con Cronobiogenina) rappresenta un valido aiuto nelle forme di alopecia androgenetica e defluvium telogenico*".

22. A questo proposito, nel corso dell'audizione, il professionista ha precisato che "*le differenze tra effluvium telogenico e alopecia androgenetica iniziale sono di tipo genetico e che il meccanismo biologico alla base, in entrambi i casi, è il medesimo e concerne la sofferenza del bulbo del capello*²¹. *L'effluvium telogenico, cioè la caduta temporanea ed eccessiva dei capelli, è comunque una condizione reversibile al contrario dell'alopecia androgenetica iniziale rispetto alla quale l'efficacia del prodotto consiste nel rallentare il processo*"²².

3) Le argomentazioni difensive della Parte

23. Il professionista, con memorie depositate in data 7 marzo e 22 giugno 2011²³, nonché nel corso dell'audizione tenutasi il 27 giugno 2011, ha ritenuto l'insussistenza di una pratica commerciale scorretta.

24. Giuliani, infatti, a seguito della delibera dell'Autorità relativa al prodotto *Bioscalin con biogenina*²⁴, ha modificato la propria comunicazione pubblicitaria relativa al prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina*, apportando modifiche ai messaggi pubblicitari diffusi nella nuova campagna ritenendo di rispettare i precetti indicati nella delibera citata.

25. La *cronobiogenina*, che rappresenta un'evoluzione della precedente ricerca, è idonea a intervenire con effetti positivi sulla caduta temporanea o eccessiva (nota come *alopecia comune* o *defluvium*) e la caduta progressiva (nota come *alopecia androgenetica iniziale*) dei capelli. La ricerca, in proposito, espone dati corretti sul piano scientifico.

26. In particolare, negli *spot televisivi*, vengono elencati i risultati della ricerca: in basso allo schermo, con caratteri evidenti viene riportato il *legal* riferito allo studio clinico il quale permane in tempi proporzionali alla durata degli *spot* (7" e 15"). Inoltre, lo *spot* da 15" precisa che il prodotto è mirato a contrastare un fenomeno ben preciso, la "*caduta temporanea ed eccessiva*" dei capelli, locuzione inserita nel parlato che apre il comunicato. Il termine "*defluvium telogenico*" non è più stato impiegato. È stato, poi, indicato in modo più evidente che il prodotto è un integratore alimentare ed il *super* relativo allo studio clinico è stato notevolmente ingrandito e portato in primo piano rispetto alla comunicazione pubblicitaria precedente. Infine, è stato aggiunto un rimando al sito internet sul quale sono disponibili tutti i dettagli sullo studio.

27. Anche i *messaggi stampa* precedenti sono stati modificati, in particolare il *legal* contenente le informazioni sugli studi clinici condotti, il metodo utilizzato, la numerosità del campione, l'efficacia specifica del prodotto, la sua natura (integratore alimentare). Tali informazioni sono rese più visibili, mediante l'inclusione in un *box* e l'impiego di un carattere di dimensione più grande e con evidenziatura in grassetto relativamente alle specifiche situazioni sulle quali il prodotto è in grado di produrre effetti positivi. Inoltre, il termine *defluvium telogenico* è stato mantenuto ed

diete alimentari non controllate, assunzione di farmaci cito-tossici (antibiotici, antivirali, antidepressivi, chemioterapici, ecc), a situazioni genericamente riferite a stress psicofisico. Il prof. Andrea Marliani [docente presso la "Scuola Internazionale di medicina Estetica" di Roma, coordinatore e fondatore del "Gruppo di Studio della Fisiologia e della Patologia del Capello e del Pelo" nell'ambito della Scuola Internazionale di medicina Estetica; presidente fondatore della Società Italiana di Tricologia (S.I.Tri.)], trattando del Defluvium Telogenico, ha affermato: "In una chioma "normale" i capelli sono in fase di crescita (anagen) nell'82-90% dei casi, mentre nel restante 10-18% stanno attraversando la fase di riposo dell'attività follicolare definita telogen. Dopo due-tre mesi dall'inizio della fase telogen il capello cade per essere sostituito dopo qualche settimana da un nuovo capello. Se la percentuale dei capelli in telogen cresce si ha, perciò, una caduta decisamente più elevata della norma. Di solito l'effluvio è causato da fenomeni stressogeni (super-lavoro, eccessive responsabilità, malattie debilitanti, ansia, depressione), da disfunzioni tiroidee o da regimi alimentari in cui alcune sostanze sono assunte in quantità scorrette." (Intervista pubblicata sul blog "Tricologia" in data 8/2/2007). Il Defluvium Telogenico, anche in ragione delle sue cause scatenanti, può colpire chiunque in certe fasi dell'anno o in periodi di particolare stress o stanchezza.]

¹⁸ [Lo scopo dello studio è stato quello di verificare gli effetti della cronobiogenina sul processo di "senescenza precoce" del bulbo e di apoptosi cellulare che innesca la caduta dei capelli. Tale processo è stato anche oggetto di studi preliminari in vitro presso l'Università degli Studi di Milano su cellule della papilla dermica, i quali hanno evidenziato una forte azione inibente dovuta alla cronobiogenina nei confronti dell'enzima caspasi 3 che ha un ruolo determinante nell'apoptosi cellulare.]

¹⁹ [9 I soggetti sono stati regolarmente visitati per tre volte alla fine di ciascun mese di trattamento. Ad ogni visita sono stati fatti degli esami clinico - dermatologici per determinare la diagnosi e il grado della calvizie utilizzando, quali parametri di riferimento standard internazionalmente assunti sia per l'alopecia che per il defluvium : i) la percentuale di bulbi in fase di crescita del capello (anagen) mediante dermatoscopia; ii) il diametro del fusto dei capelli; iii) il pull test per la valutazione dell'entità del distacco dei capelli dalla testa.]

²⁰ [Lo studio riporta come particolarmente significativo l'aumento del fusto del diametro dei capelli dopo la somministrazione del Bioscalin nel 62% dei soggetti trattati, sintomo evidente per il ricercatore del miglioramento dello stato del bulbo. Parimenti evidente sarebbe la riduzione del test di caduta (pull test) che si è ridotto sensibilmente nel 86% dei soggetti valutati nello studio. Il miglioramento complessivo è valutabile nel 86% dei soggetti.]

²¹ [In altri termini, come affermato anche nella memoria del professionista pervenuta in data 22 giugno 2001 (cfr. doc. n. 27 dell'indice del fascicolo), l'alterazione dei parametri clinici ed obiettivi scelti (pull test, diametro fusto, ecc.) è comune sia per l'alopecia che per il defluvium. Dal punto di vista biologico, i meccanismi fisiopatologici sono infatti simili, tanto che in alcuni casi non consentono diagnosi differenziale, in particolare nell'alopecia androgenetica in fase iniziale.]

²² [Cfr. il verbale dell'audizione di cui al doc. n. 28 dell'indice del fascicolo.]

²³ [Cfr. docc. nn. 15 e 27 dell'indice del fascicolo.]

²⁴ [Cfr. provv. n. 20284 cit.]

accompagnato dalla specificazione del suo significato in termini più comprensibili, propri del linguaggio comune (*caduta temporanea ed eccessiva*). I dati prestazionali sono seguiti dall'apposizione di un asterisco che rinvia a diciture dai caratteri chiari e di agevole percezione anche rispetto al *claim* principale.

28. Infine, il *link* ipertestuale presente sul sito del professionista *www.bioscalin.it* collega direttamente allo studio clinico pubblicato sulla rivista "*l'Integratore nutrizionale*" che fornisce una chiara ed esauriente rappresentazione delle caratteristiche essenziali, della validità scientifica e del campo d'azione del prodotto reclamizzato.

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAL PROFESSIONISTA

29. In data 29 agosto 2011 il professionista ha presentato una proposta di impegni, successivamente integrata in data 8 e 15 settembre 2011, volta a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione²⁵, attraverso la modifica dei messaggi per la campagna autunnale 2011 in modo da chiarire il contesto limitato e specifico all'interno del quale il prodotto "*Bioscalin con Cronobiogenina*" risulta efficace.

a) gli spot televisivi

30. In tutte le versioni da 5", 10" e 15" dei nuovi comunicati pubblicitari televisivi, le enunciazioni delle percentuali di riduzione della caduta dei capelli e di aumento del diametro del fusto sono sempre accompagnate dalla precisazione, attraverso la voce fuori campo o con scritte in sovrimpressione (*super*), del contesto in cui le stesse hanno validità e, cioè, nei casi di *caduta temporanea dovuta a stress o cambi di stagione*.

b) i messaggi stampa

31. Il messaggio diffuso a mezzo stampa è stato modificato riportando in grande evidenza il contesto all'interno del quale il prodotto opera la sua efficacia (*INNOVAZIONE CONTRO LA CADUTA TEMPORANEA*), aggiungendo a fianco della percentuale di *riduzione della caduta* la locuzione *temporanea* e mettendo in risalto le principali caratteristiche dello studio clinico effettuato (*in aperto – sotto controllo dermatologico – per 3 mesi su 50 soggetti, uomini e donne, affetti da defluvium telogenico – caduta temporanea dovuta a diverse possibili cause, come stress psico-fisico, alimentazione squilibrata cambi di stagione, convalescenza*).

c) i messaggi internet

32. Infine, nel messaggio diffuso via *internet* il professionista ha evidenziato l'efficacia di *Bioscalin* (opera) *su soggetti con caduta temporanea*, inserito una nuova legenda dello studio clinico e precisato, anche in questo caso, che *i risultati si riferiscono ad uno studio clinico in aperto [...] condotto per 3 mesi su 50 soggetti con defluvium telogenico (perdita temporanea ed eccessiva dei capelli)*. [...].

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

33. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa per via televisiva, a mezzo stampa e attraverso *internet*, in data 27 settembre 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

34. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

35. La pratica commerciale adottata dal professionista, oggetto di valutazione del presente provvedimento, riguarda la campagna promozionale relativa al prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina*. I messaggi sono rivolti ad una particolare categoria di consumatori, costituita da persone affette dal problema della calvizie - persone che versano in una condizione di mancanza, totale o parziale, dei capelli - oppure che registrano, in una determinata fase della loro vita, fenomeni più o meno frequenti di caduta dei capelli.

36. Nel caso di specie, per le motivazioni che di seguito si esporranno, le comunicazioni promozionali del professionista appaiono ingannevoli ed idonee ad indurre nei destinatari la convinzione, contraria al vero, che il prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* sia efficace per risolvere il problema della calvizie. I messaggi diffusi tramite *spot* televisivi, messaggi stampa ed *internet*, per le loro modalità di presentazione, lasciano infatti intendere ai destinatari che assumendo il prodotto reclamizzato sia possibile ottenere una riduzione della caduta dei capelli del 79,9%, nonché un aumento dei capelli in crescita e del diametro del fusto rispettivamente del 29% e del 57,8%.

37. Dagli accertamenti istruttori – così come dalle stesse informazioni rese dal professionista – è emerso che il prodotto è in grado di esplicare i suoi effetti solo relativamente ad una specifica situazione patologica della calvizie che, fra l'altro, per consenso scientifico, si caratterizza per essere una delle forme più lievi di alopecia (il *Defluvium Telogenico*) in quanto riferibile ad uno stato patologico temporaneo e reversibile.

²⁵ [Cfr. docc. nn. 31, 33 e 35 dell'indice del fascicolo.]

38. Con riferimento agli *spot* televisivi, presentati in differenti versioni di diversa durata, essi propongono ai destinatari, attraverso l'enunciazione particolarmente enfatica ed estremamente assertiva dei dati prestazionali citati, la notevole efficacia del prodotto.

39. In proposito, mentre nessuna contestualizzazione è presente nello *spot* di 7, quella presente nello *spot* da 15" appare insufficiente e assolutamente inadeguata alla esatta comprensione del contesto all'interno del quale le percentuali di efficacia del prodotto sono state determinate: infatti, l'enunciazione "*Innovazione contro la caduta temporanea ed eccessiva (...)*", proposta dallo *speaker* all'inizio dello *spot* dalla durata di 15" risulta assolutamente sproporzionata e poco incisiva rispetto all'enfasi grafica e audiovisiva riservata alle percentuali di riduzione della caduta dei capelli e di aumento del diametro del fusto indicate nel corso dello *spot*, proposte senza alcun contestuale e chiaro riferimento al particolare stato patologico (caduta temporanea dei capelli) cui le stesse si riferiscono. Anche il *super* che appare in sovrapposizione nella parte terminale del messaggio pubblicitario - "*Risultati medi di uno studio clinico su 50 soggetti con caduta dei capelli*" - non specifica che trattasi di caduta *temporanea* e, quindi, ingenera nei destinatari del messaggio la convinzione di un'efficacia del prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* contro la calvizie.

40. L'omissione e/o inadeguatezza dell'informativa descritta riguarda, un elemento fondamentale di tutta l'operazione promozionale, cioè che i risultati declamati si riferiscono soltanto ad una particolare e limitata forma di alopecia. I consumatori non percepiscono in modo chiaro ed esaustivo le precise condizioni in base alle quali l'assunzione del citato prodotto determina i benefici di cui ai dati prestazionali enunciati, e vengono quindi indotti in errore circa una caratteristica principale del prodotto, la sua efficacia contro la calvizie.

41. L'ingannevolezza dell'informazione fornita al pubblico è riscontrabile anche nei *messaggi pubblicitari* diffusi a mezzo *stampa e internet*.

42. In relazione ai messaggi stampa, al momento dell'avvio del procedimento istruttorio sono state rilevate differenti versioni dei comunicati pubblicitari la prima delle quali (vedi precedente immagine n. 1) è priva di qualsiasi riferimento al contesto (*Defluvium Telogenico*) in cui il prodotto è risultato efficace. In particolare, a fondo pagina ed in caratteri estremamente ridotti, un richiamo allo studio clinico condotto su 50 soggetti con problemi di caduta dei capelli è assolutamente inadeguato, anche in questo caso, a rendere un'informazione chiara e veritiera.

43. Nella successiva versione del messaggio stampa, benché vi sia una maggiore specificazione del significato del termine *Defluvium Telogenico* nel riquadro a fondo pagina, tuttavia, la medesima non appare di evidenza grafica adeguata rispetto alle dimensioni ed al risalto attribuito ai dati numerici prestazionali. Inoltre, tale informazione non chiarisce, con riferimento ai soggetti affetti da *Alopecia Androgenetica iniziale*, che *Bioscalin con Cronobiogenina* può solamente rallentare il processo di caduta progressiva dei capelli non detenendo, come invece lasciato intendere, proprietà risolutive nei confronti di questa specifica patologia²⁶ o, *a fortiori*, nei riguardi di tutti coloro che abbiano problemi di caduta dei capelli.

44. Anche in questo caso, pertanto, come già rilevato per i messaggi televisivi, risulta un'ambiguità dei contenuti dell'informazione veicolata che non rende comprensibile ai consumatori la limitata e parziale efficacia del prodotto.

45. Analoghe considerazioni valgono per il messaggio diffuso a mezzo *internet* (vedi precedente immagine n. 3).

46. Si consideri, peraltro, che per tutti i messaggi contestati, le modalità di diffusione utilizzate (televisione, stampa e *internet*) consentivano alla Parte di chiarire ai destinatari la reale e limitata efficacia del prodotto.

Tutti i messaggi pubblicitari nelle loro differenti modalità di diffusione sono stati oggetto di impegni da parte del professionista, così come descritti al precedente punto IV, consistenti in una loro sostanziale modifica, a partire dalla campagna autunnale 2011, volta a definire il contesto limitato e specifico di efficacia del prodotto "*Bioscalin con Cronobiogenina*" (caduta temporanea dei capelli dovuta a *stress* e cambi di stagione).

47. Gli impegni proposti non possono essere accolti in quanto relativi ad una condotta "manifestamente scorretta e grave" caratterizzata da un elevato grado di offensività in quanto i messaggi pubblicitari oggetto del presente provvedimento sono rivolti a persone che, a causa dello stato patologico in cui si trovano, appaiono particolarmente vulnerabili, ragione per cui gli impegni sono oggetto di una valutazione rigorosa per riscontrare la veridicità, trasparenza e correttezza delle relative comunicazioni promozionali. Inoltre, detti impegni non appaiono in grado di ripristinare l'eventuale pregiudizio arrecato ai consumatori che sono stati indotti in errore dall'ingannevolezza delle informative ad essi destinate.

48. Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione.

49. Quanto alla diligenza professionale, si osserva che nel caso di specie non si riscontra, da parte del professionista, il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell'attività svolta.

50. Dal punto di vista scientifico, infatti, il diradamento dei capelli è un fenomeno collegabile a una molteplicità di cause²⁷. Di fronte a un fenomeno di tale complessità, si ritiene che l'operatore che intenda pubblicizzare i propri

²⁶ [Si ribadisce quanto affermato dallo stesso Giuliani nel corso dell'audizione tenutasi presso gli uffici dell'Autorità e, cioè, che "(...) L'effluvium telogenico, cioè la caduta temporanea ed eccessiva dei capelli, è comunque una condizione reversibile al contrario dell'alopecia androgenetica iniziale rispetto alla quale l'efficacia del prodotto consiste nel rallentare il processo". Cfr. il verbale dell'audizione di cui al doc. n. 28 dell'indice del fascicolo.]

²⁷ [Cfr. provv n. 7378 del 7 luglio 1999, PI2434 - LABO EUROPA-CRESCINA (in Boll. n. 27/99), dove può leggersi: "[...] accanto alla comune alopecia androgenetica, provocata in soggetti geneticamente predisposti dalla sintesi enzimatica di di-idro-testosterone, la letteratura scientifica di settore cita l'alopecia cicatriziale e l'alopecia areata, manifestazioni propriamente patologiche, il Defluvium

prodotti vantandone le specifiche proprietà benefiche e/o mettendo in evidenza specifici risultati riguardo ad un aumento della crescita e ad una riduzione della caduta dei capelli, sia tenuto ad esattamente circoscrivere le *situazioni* fisiologiche nelle quali il prodotto risulta efficace “[...] *in ordine alle cause del diradamento, al genere [...] e alla gravità relativa del diradamento in atto (a meno, naturalmente, di non provare la necessaria identità del meccanismo biologico per ogni possibile situazione)*”²⁸.

51. Pertanto, la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto idonea ad ingenerare nei consumatori falsi affidamenti circa l'efficacia del prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* contro la calvizie, attesa la centralità dei risultati rappresentati nei principali *claim* di tutta la campagna pubblicitaria²⁹ non adeguatamente contestualizzati in relazione alla specifica disfunzione cui gli stessi si riferiscono, violando il disposto di cui agli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del Codice del Consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

52. Ai sensi dell'articolo 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 500.000 euro, avuto riguardo alla gravità e durata della violazione.

53. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

54. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto dell'importanza e della dimensione economica del professionista, trattandosi di società di rilevanti dimensioni molto nota presso il pubblico, con un fatturato, nell'esercizio 2010, pari ad oltre 88.000.000 di euro.

55. La condotta deve, inoltre, considerarsi grave in ragione del fatto che essa appare scorretta sotto una pluralità di profili, relativi sia ad affermazioni che ad omissioni particolarmente ingannevoli proprio con riferimento ai vantii prestazionali e alle promesse di efficacia, in un settore dove è richiesto un particolare livello di cautela, essendo il prodotto diretto a consumatori che appaiono vulnerabili proprio per la situazione patologica che il prodotto è destinato a fronteggiare.

56. La gravità della pratica va poi apprezzata in ragione della reiterata e vasta diffusione dei messaggi pubblicitari censurati. La campagna pubblicitaria, infatti, come emerso dalle risultanze istruttorie, è stata veicolata attraverso differenti canali che hanno ricompreso tutte le principali emittenti televisive – con *spot* andati in onda più volte nel corso della giornata – le principali testate giornalistiche a diffusione periodica e quotidiana, nonché a mezzo *internet*, comportando un elevato investimento per la sola campagna pubblicitaria 2011. L'imponenza di tale campagna pubblicitaria rende evidente la sua elevata capacità di penetrazione e l'ampiezza dei destinatari che essa ha raggiunto.

57. Per quanto concerne, infine, la durata della violazione, si rileva che deve considerarsi una durata di circa 8 mesi (da settembre 2010 ad aprile 2011).

58. Considerati tali elementi si ritiene di comminare alla società Giuliani S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 80.000 € (ottantamila euro).

59. In considerazione del fatto che Giuliani risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette³⁰, di cui al Codice del Consumo, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 120.000 € (centoventimila euro).

60. Infine, tenendo conto dell'atteggiamento particolarmente collaborativo del professionista che, nel caso di specie, ha già provveduto, in corso di procedimento, ad apportare rilevanti modifiche a tutti i messaggi pubblicitari, nelle sue differenti modalità di diffusione, chiarendo il contesto limitato e specifico all'interno del quale il prodotto *Bioscalin con Cronobiogenina* risulta efficace (caduta temporanea dei capelli dovuta a *stress* e cambi di stagione), nonché richiamando detto contesto ogni qual volta si enunciano/riportano le percentuali di crescita/riduzione della caduta dei capelli, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 100.000 € (centomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dal professionista;

Telogenetico, di frequente connesso a situazioni o prolungati episodi ansiogeni, il così detto Effluvium Anagen, che si manifesta in occasione dei cicli chemioterapici, e altre ancora. Tali manifestazioni sono caratterizzate, tra l'altro, da una differente incidenza del diradamento [...]”.

²⁸ [Cfr. provv. n. 7378, cit..]

²⁹ [Caduta dei capelli – [meno] 79,9 %! Diametro del fusto, + [più] 57,8%! Capelli in crescita, + [più] 29% .]

³⁰ [Cfr provv. n. 20284 del 10 settembre 2009, PS891 - BIOSCALIN CRESCITA CAPELLI, in Boll. n. 36/09.]

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Giuliani S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 22 del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Giuliani S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b), deve essere pagata 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'articolo 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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato al soggetto interessato e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà