

PS857 - COTTONJOY ACCAPPATOI IN MICROFIBRA

Provvedimento n. 18782

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 agosto 2008;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007 pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

La General International Laisons- GIL S.r.l. (di seguito, GIL), in qualità di segnalante ai sensi dell'articolo 18 comma 1 lettera *a*) del Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Decreto), è una società che ha per oggetto la produzione e il commercio di articoli di abbigliamento, accessori e biancheria per la casa.

La Maricler S.r.l. (di seguito, Maricler), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18 comma 1 lettera *b*) del Decreto, è una società che produce e commercializza, all'ingrosso ed al dettaglio, prodotti per l'arredamento della casa nonché prodotti accessori e complementari.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

Il presente provvedimento concerne la condotta posta in essere dalla società Maricler, consistente nella diffusione di un messaggio pubblicitario volto a promuovere la vendita di un accappatoio denominato "Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy", e segnalata da un concorrente con comunicazione pervenuta in data 4 gennaio 2008.

Nella richiesta d'intervento il segnalante lamenta che il messaggio pubblicitario in questione sarebbe ingannevole, in quanto mostrerebbe alcune caratteristiche e proprietà del prodotto in esame che, tuttavia, non sono riscontrabili nella realtà.

In particolare, il segnalante afferma che il suddetto messaggio pubblicitario, nonché la scritta riportata sulla confezione del prodotto stesso, lascerebbero intendere che il prodotto in questione sia stato interamente realizzato con un tessuto di microfibra.

In realtà, aprendo la confezione del prodotto, il consumatore potrebbe verificare, leggendo l'etichetta interna applicata all'accappatoio (che riporta esclusivamente la dicitura "100% Polyester"), che lo stesso è stato realizzato in poliestere, avendo, di conseguenza, una ridotta capacità di assorbimento rispetto ad accappatoi interamente realizzati in microfibra. In particolare, il segnalante afferma che l'accappatoio *Cotton Joy* non è realizzato in microfibra ma, invece, in un tessuto di composizione mista di microfibra e fibre tradizionali – più precisamente un tessuto composto di circa il 50% di microfibra e di circa il 50% di normali fibre sintetiche. Infatti, i risultati ottenuti (allegati alla segnalazione) dalle analisi di laboratorio commissionate dalla GIL in data 19.11.2007 al "CENTRO TESSILE COTONIERO E ABBIGLIAMENTO S.p.A." di Busto Arsizio, ente di ricerche e di servizi per il settore tessile/abbigliamento, al fine di accertare le caratteristiche dimensionali delle fibre costituenti il manufatto, hanno evidenziato che l'accappatoio "Power Microfiber Bathrobe By Cotton Joy" è composto in trama di una microfibra, mentre in ordito di una fibra di poliestere non classificabile come microfibra (requisito richiesto: titolo fibre $\leq 1,0$ dtex).

Il segnalante, infine, lamenta che i suddetti messaggi, nonché la confezione esterna del prodotto, provocano un grave danno economico a se stesso, in qualità di concorrente, oltre ad indurre in errore i consumatori, ed a pregiudicare il comportamento economico, che pensando di acquistare un accappatoio in microfibra si trovano, invece, un prodotto di diversa composizione rispetto a quanto pubblicizzato (ovvero un tessuto realizzato per almeno la metà di fibra sintetica tradizionale), nonché di qualità inferiore. Il comportamento della Maricler S.r.l., dunque, sarebbe idoneo a confondere il consumatore relativamente alle caratteristiche dell'accappatoio che solo apparentemente potrebbe presentare le medesime caratteristiche di assorbimento, leggerezza e poco ingombro dell'accappatoio prodotto dal segnalante, sfruttando, altresì, il successo commerciale conquistato dalla GIL, anche attraverso anni di ingenti campagne promozionali.

Infine, il concorrente mediante la suddetta segnalazione presenta, altresì, contestuale richiesta di sospensione provvisoria del messaggio oggetto del presente procedimento.

III. LA DESCRIZIONE DEL MESSAGGIO

Il messaggio pubblicitario, oggetto del comportamento posto in essere dal predetto professionista e volto a promuovere l'accappatoio in questione, è stato diffuso attraverso diverse testate giornalistiche nazionali ("La Gazzetta dello Sport", "Libero", "Il Messaggero", "Chi", "Diva e Donna") nei mesi di novembre e dicembre 2007.

Il suddetto messaggio pubblicitario si compone di un'immagine di una modella che indossa l'accappatoio reclamizzato e dalla scritta "L'accappatoio in microfibra è disponibile presso..." seguita dall'indicazione di alcuni punti vendita "Cotton Joy Store". Il messaggio riporta anche il sito internet (www.cottonjoy.com) e il numero di telefono al quale rivolgersi per chiedere informazioni, nonché il marchio d'impresa costituito da una rappresentazione di una sagoma umana, vestita di una tunica, al disotto della quale è posta la dicitura "Power - Microfibre Bathrobe by Cotton Joy", trascritta in carattere stampatello, di dimensioni più piccole rispetto alla dicitura "Power".

Inoltre, il suddetto marchio viene riprodotto, con caratteri di evidente percezione, anche sulla sacca che involge l'accappatoio, realizzata nello stesso materiale di quest'ultimo.

Estraendo l'accappatoio dall'involucro e leggendo il contenuto dell'etichetta interna apposta sul medesimo, il consumatore può apprendere che l'articolo è composto per il "100% Poliestere".

IV. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

In data 31 marzo 2008, è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio alla società Maricler ed alla società segnalante G.I.L. S.r.l. ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice, nonché ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento in quanto la pratica commerciale segnalata potrebbe integrare un'ipotesi di violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, essendo potenzialmente idonea ad indurre in errore il consumatore medio, anche attraverso eventuali omissioni informative rilevanti con riguardo alle caratteristiche principali e alla composizione del prodotto, inducendolo ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, al fine di acquisire specifici elementi di valutazione in merito ai messaggi segnalati, è stato richiesto alla società Maricler di fornire, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4 del Codice del Consumo e ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento:

- originale dell'accappatoio denominato "Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy";
- elenco dettagliato delle caratteristiche tecniche del prodotto in questione, con particolare riferimento alla composizione dello stesso e alle capacità di assorbimento;
- scheda tecnica del prodotto e documentazione costituita da studi e/o sperimentazioni condotte relativamente all'accappatoio pubblicizzato, nonché al materiale di cui è composto, dalla quale emergano le proprietà, le possibilità di utilizzo e l'efficacia del prodotto stesso;
- al fine di disporre di elementi utili ad una più puntuale valutazione del messaggio pubblicitario suddetto, informazioni in merito alla programmazione delle campagne pubblicitarie, comprensiva di copia di ciascuna tipologia di messaggio e delle indicazioni circa la testata o l'emittente interessata, le date e orari di apparizione, il luogo, la durata, la numerosità delle affissioni.

Con memoria pervenuta in data 14 aprile 2008, la società Maricler ha dichiarato che la segnalazione promossa dalla G.I.L. risulta priva di qualunque fondamento o giuridico o fattuale, in particolare:

- la società fonda la sua denuncia interamente sul presupposto che l'accappatoio "Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy" non sia in microfibra "bensì realizzato per almeno la metà da tessuto di fibra sintetica tradizionale", ma, tuttavia, non vi è alcuna definizione legislativa o regolamentare di "microfibra", né esiste alcuna normativa che disciplini le caratteristiche tecniche di tale prodotto;
- tutte le definizioni di microfibra che si rinvengono sono piuttosto vaghe, sorte dalla prassi e, come tali, spesso non combacianti;
- in particolare, sia l'Enciclopedia "Treccani", sia l'Enciclopedia De Agostini "Sapere" definiscono la microfibra come un tessuto composto da "bave sottili", senza nulla specificare in ordine alla dimensione che le bave devono avere o alla materia prima che deve comporre il prodotto (cotone, lino, poliestere, poliammide, poliuretano ecc.). Nessuna indicazione viene, quindi, fornita sulle caratteristiche della microfibra, se non che si tratti di fibra (di qualsiasi materia prima) estremamente sottile;
- l'incertezza sulla definizione e sulle caratteristiche tecniche della microfibra è evidente anche con riferimento alla prassi che si è imposta sul mercato. In particolare, secondo uno studio della Hoover (leader mondiale della produzione di panni in microfibra) per microfibra si intende una particolare fibra molto sottile con diametro compreso tra i 3 e i 12 micron (millesimi di millimetro) che consente di sviluppare tessuti con un'altissima densità di fibra. Diversamente, secondo uno studio sull'igiene negli ambulatori

dentistici, la qualifica di microfibra viene attribuita a fibre il cui diametro sia inferiore a 0,700 DETEX (denari tessili);

- la denuncia della società segnalante risulta inconsistente in quanto nega la natura in microfibra dell'accappatoio prodotto dall'esponente facendo riferimento ad un dato (1 Detex) assolutamente arbitrario, che non costituisce parametro ufficiale per l'attribuzione della qualifica di "micro" fibra;

- le analisi e i dati che emergono dalla perizia condotta sul prodotto, commissionata dalla G.I.L. S.r.l., confermano che l'accappatoio "Power" può, legittimamente, definirsi in microfibra, in quanto conformemente alla definizione che diffusamente si dà di microfibra anche l'accappatoio *Power* presenta fibre estremamente sottili. In particolare dalla perizia, depositata agli atti dal segnalante, emerge che: (i) le microfibre dell'accappatoio "Power" (11,7 micron) hanno caratteristiche perfettamente in linea con gli standard adottati dagli operatori del settore (3-12 micron); (ii) la capacità di assorbimento dell'accappatoio "Power" è addirittura superiore (essendo pari al 429%) alla capacità di assorbimento dell'accappatoio in microfibra prodotto dalla GIL medesima (pari al 400%), (cosa che, a detta del segnalante, non potrebbe accadere se l'accappatoio prodotto dalla Maricler non fosse in microfibra);

- la natura in microfibra dell'accappatoio "*Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy*" è confermata dalle analisi di laboratorio, effettuate in data 24 maggio 2006, dal "Laboratorio di Analisi Prove e Ricerche Tessili" di Prato, in quanto le sue fibre hanno un numero di Denari pari a 0,5 (valore pari a circa la metà del limite massimo indicato da controparte);

- infine, la società Maricler afferma che l'indicazione che un tessuto sia in microfibra non fornisce alcuna informazione relativamente alla composizione e, in generale, alla materia prima impiegata per realizzare quel tessuto, ma solo sulla tecnica di produzione dello stesso. Tecnica, questa, che consiste nel frazionamento - attraverso differenti processi produttivi - di una qualunque fibra naturale (cotone, viscosa ecc.) o sintetica (propilene, poliestere, poliammide ecc.), e che consente di realizzare (micro) fibre anche mille volte più sottili di un capello, che vengono poi unite con la tecnica del Tessuto Non Tessuto (TNT) o mediante filatura. La tecnica di lavorazione della microfibra è, infatti, utilizzata nei più disparati settori (medico, industriale di produzione di panni per la pulizia ed abbigliamento, rivestimenti per mobili per la casa) ed applicata ad una pluralità di materie prime (poliestere, poliestere e poliammide, o poliammide e poliuretano, e addirittura al vetro) le quali, a seguito di detta lavorazione, accentuano proprietà quali una maggiore flessibilità e resistenza, una migliore lavabilità e permeabilità;

- in conclusione, appare evidente che nessun inganno è configurabile in capo al consumatore che, come dimostrato anche dalla perizia prodotta dalla stessa GIL, ritrova nell'accappatoio *Power* le caratteristiche attese da un accappatoio in microfibra, ossia, leggerezza, praticità, grande capacità di assorbimento e di asciugatura.

In data 8 maggio 2008, è stato comunicato alle parti del procedimento il provvedimento di rigetto dell'istanza di sospensione provvisoria della pratica commerciale in questione che l'Autorità ha adottato nella adunanza del 24 aprile 2008. In particolare l'Autorità ha ritenuto che non emergessero elementi idonei ad avvalorare gli estremi della particolare urgenza di cui all'articolo 27, comma 3, del Decreto Legislativo n. 206/05 e all'articolo 9 del Regolamento, e che la complessità della fattispecie rendesse possibile effettuare un'indagine volta a valutare l'ingannevolezza dei messaggi stessi sui profili segnalati soltanto in sede di merito.

Con memoria finale del 23 giugno 2008, la società segnalante General International Laisons-G.I.L. ha ribadito che le obiezioni sollevate da Maricler S.r.l., particolarmente nella memoria del 10 aprile 2008 in merito alla definizione di microfibra, sono destituite di ogni fondamento e rilevanza, in particolare:

- gli accappatoi contraddistinti con il marchio "Cotton Joy", prodotti e commercializzati dalla società Maricler S.r.l., non sono stati realizzati in microfibra, ma in un tessuto di composizione mista di microfibra e fibre tradizionali, come risultato dalle analisi effettuate dal Centro Tessile Cotoniero Abbigliamento di Busto Arsizio. I risultati di tali analisi non sono stati da Maricler S.r.l. confutati, se non genericamente e senza fornire prove contrarie nella propria memoria del 10 aprile 2008;

- la circostanza che una fibra non sia stata fatta oggetto di una definizione legislativa o regolamentare non è di alcuna rilevanza, in quanto le sostanze, le fibre e i materiali sono dotati di proprie caratteristiche oggettive conosciute e riconosciute dagli operatori del settore, dai tecnici e da tutta la letteratura rilevante intendendosi per letteratura rilevante tutte quelle fonti che per loro natura, impostazione e pubblico di riferimento offrono informazioni di carattere tecnico o scientifico o comunque rivolta ad un lettore qualificato o interessato a tali aspetti tecnici o scientifici;

- nella propria memoria difensiva Maricler S.r.l., utilizza indifferentemente e pone a conforto delle proprie tesi due diverse unità di misura per definire la microfibra: il diametro della fibra, espresso in micron (che rappresenta la millesima parte di un millimetro) ed il titolo della fibra che viene espressa in decitex (il cui acronimo è il dtex), vale a dire la c.d. densità e quindi il rapporto peso/lunghezza delle fibre;

- i risultati delle analisi svolte dal Centro Tessile Cotoniero Abbigliamento S.p.A., in cui viene affermato che "*non vi è dubbio alcuno che siano microfibre tutte le fibre il cui titolo (la cui densità) sia inferiore ad 1 dtex*

(e/o il cui diametro sia inferiore ai 10 micron)", risultano condivisi nel settore tessile da tutte le fonti di provenienza più diversa consultate da G.I.L. e citate nelle osservazioni, in allegato alla propria memoria, svolte dal Dott. Emilio Bonfiglioli (tecnico esperto iscritto all'ordine dei chimici della provincia di Modena e all'albo dei consulenti tecnici del tribunale di Modena)¹;

– le analisi svolte dal Centro Tessile Cotoniero Abbigliamento S.p.A. hanno rilevato che il tessuto degli accappatoi di Maricler utilizza in ordito un filo non in microfibra in quanto con un titolo pari a 1.48 dtex (densità) (e quindi del 50% superiore al valore massimo della microfibra). Inoltre, le analisi hanno attestato che gli accappatoi Maricler utilizzano un tessuto composto per almeno la metà da tessuto di fibra sintetica tradizionale non classificabile quale microfibra, ne deriva che le indicazioni e le diciture presenti sulla confezione e nella campagna pubblicitaria di Maricler risultano mendaci, ed inducono il consumatore ad acquistare l'accappatoio *Cotton Joy* attribuendo allo stesso una composizione che lo stesso non possiede;

– inoltre, la circostanza che l'accappatoio "*Cotton Joy*" sia pubblicizzato come prodotto in microfibra può indurre in errore l'acquirente, in quanto la microfibra possiede, rispetto alle fibre convenzionali di maggiore diametro/titolo, proprietà uniche che modificano sostanzialmente la natura e le prestazioni dell'accappatoio acquistato;

– le analisi svolte dal Centro Tessile Cotoniero hanno rilevato, altresì, che gli accappatoi prodotti da Maricler S.r.l., diversamente da quanto riportato nell'etichetta apposta al loro interno, non sono realizzati da sole fibre di poliestere, ma per l'85% da poliestere e per il 15% da poliammide e, pertanto, le analisi svolte in data 24 maggio 2006 dal Laboratorio Sinal di Prato, prodotte da Maricler S.r.l., risultano errate. Anche l'etichettatura di composizione dei prodotti di Maricler, dunque, oltre che le confezioni ed i messaggi pubblicitari contengono quindi indicazioni inesatte e ciò risulta in contrasto, oltre che con le norme sulla pubblicità ingannevole e sulle pratiche commerciali scorrette, con la Legge n. 194/1999, che ha recepito la direttiva 96/74/CE relativa alle denominazioni del settore tessile;

– infine, l'affermazione della Maricler, contenuta nella memoria 10 aprile 2008, secondo cui la microfibra non sarebbe "una materia", bensì una "tecnica di lavorazione" è, del tutto, errata e deviante. La microfibra, infatti, è il risultato di un procedimento di lavorazione, cioè una fibra che non esiste in natura e che viene prodotta partendo da altre fibre. La microfibra può risultare composta da materiali diversi, tuttavia, qualunque ne siano i componenti (poliestere, poliammide, o altro componente), per essere tale deve essere dotata delle caratteristiche di dimensione e densità evidenziate da ultimo nella presente memoria di G.I.L. e quindi avere un titolo inferiore ad 1 dtex.

Con memoria finale del 24 giugno 2008, la società Maricler S.r.l. ha ribadito che:

– non esiste una definizione normativa o regolamentare delle dimensioni della microfibra. Le più diffuse definizioni di "microfibra" si incentrano, infatti, sulla caratteristica principale di tale "tessuto", ossia la sua composizione di fibre estremamente sottili. Quanto detto vale sia in Italia che all'estero: da una semplice ricerca su internet, emerge che la microfibra è definita "*Extremely fine, tightly woven fiber...*", ossia una fibra estremamente fine e leggera. L'assenza di ogni classificazione ufficiale delle dimensioni della microfibra è, inoltre, attestata dalle due ulteriori analisi, prodotte dal "Laboratorio di analisi prove e ricerche tessili", nonché dall'Istituto "Buzzi", ove viene chiarito che "*non esiste una norma tecnica che indichi i criteri per cui una fibra possa essere definita microfibra*";

– l'accappatoio *Cotton Joy* è in microfibra, come accertato dalle analisi effettuate dal Laboratorio di analisi prove e ricerche tessili di Prato in data 24 maggio 2006 e 28 aprile 2008, e dal Laboratorio Analisi "Buzzi" di Prato in data 15 aprile 2008. In data 10 giugno 2008, inoltre, la società Maricler S.r.l. ha provveduto a far analizzare dal citato Laboratorio "Buzzi" n. 6 tipi diversi di accappatoi in microfibra, tra i più noti presenti sul mercato e tutti venduti come accappatoi in microfibra. Dalle suddette analisi è emerso che tali capi, pur essendo tutti venduti (e quindi pubblicizzati) come accappatoi in microfibra, non solo si differenziano tra loro in termini di dtex, ma, altresì, risultano tutti composti di fibre più spesse di quelle del *Cotton Joy*. In assenza di una definizione tecnica ufficiale di microfibra, dunque, manca un parametro certo ed univoco in base al quale determinare o meno l'esistenza della natura di microfibra.

In data 13 giugno 2008 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

¹ [In particolare si cita: 1. il Centro di ricerca tessile – Stazione Sperimentale della Seta di Milano (ente di ricerca e di servizi per il settore tessile/abbigliamento) che nella dichiarazione del 18.06.2008 conferma che "Le microfibre sono in genere fibre chimiche con un titolo inferiore ad un dtex, generalmente nell'intervallo 0,3 – 1 dtex"; 2. il Quaderno di tecnologia "Le fibre tessili", prodotto dall'ACIMIT, ente morale dell'associazione Costruttori Italiani di Macchinario per l'industria tessile; 3. la voce "microfibra" riportata dalla nota Enciclopedia on-line Wikipedia, nella sua versione tedesca (con traduzione in lingua italiana).]

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, in data 16 giugno 2008, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 10 luglio 2008, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo sulla base delle seguenti considerazioni:

- nel messaggio pubblicitario in esame, l'operatore pubblicitario omette di specificare che il prodotto reclamizzato sia solo in parte realizzato in microfibra;
- con riferimento al profilo della completezza e della veridicità delle informazioni da fornire in merito alle caratteristiche tecniche del prodotto reclamizzato, va rilevato che l'omessa indicazione o, comunque, l'indicazione parziale e incompleta che non consente una precisa ed immediata percezione delle effettive caratteristiche del prodotto suddetto appare suscettibile di ingannare il consumatore: l'utilizzo parziale della tecnica in microfibra rappresenta una precisazione di cui non viene dato conto nel messaggio che si traduce in una omissione informativa rilevante in quanto ricade su una caratteristica essenziale del prodotto, ossia la capacità di assorbimento dell'accappatoio, che assurge ad elemento determinante nel processo decisionale del consumatore ai fini del conseguente acquisto;
- il messaggio sopra descritto, in quanto non riporta in modo completo le informazioni relative all'utilizzo della tecnica in microfibra, è in grado di orientare indebitamente le scelte dei consumatori stessi;
- pertanto, il messaggio pubblicitario diffuso dalla società Maricler S.r.l., su varie testate giornalistiche, volto a promuovere un accappatoio denominato "*Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy*", risulta idoneo ad indurre in errore le persone alle quali è rivolto o da esso raggiunte sulle reali caratteristiche del prodotto pubblicizzato e, a causa della sua ingannevolezza, pare suscettibile di pregiudicare il comportamento economico ai sensi dell'articolo 21 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146 dei destinatari, con pericolo di danno anche per i concorrenti, inducendoli all'acquisto del suddetto prodotto in luogo di altri in base a qualità inesistenti.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

La pratica commerciale oggetto di valutazione è rappresentata dalla diffusione di un messaggio pubblicitario, su varie testate giornalistiche nonché sulla confezione esterna del prodotto stesso, volto a promuovere l'accappatoio denominato "*Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy*" e prodotto e commercializzato dalla società Maricler S.r.l.

Il suddetto messaggio pubblicitario lascia intendere ai consumatori che il prodotto in questione sia stato interamente realizzato in microfibra. Tuttavia, come risulta evidente dalle risultanze istruttorie ed, in particolare modo, dalla stessa etichetta interna, l'accappatoio "*Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy*" è composto, in prevalenza, da poliestere. Il consumatore, dunque, solo dopo aver acquistato l'accappatoio e aver aperto la confezione, può verificare l'esatta composizione dello stesso leggendo l'etichetta interna, che riporta la dicitura "*100% Polyester*".

Occorre al riguardo precisare che l'indicazione "*microfibra*" riportata nel messaggio pubblicitario, nonché nel marchio stampato sulla confezione, non fornisce al consumatore alcuna informazione relativamente alla composizione e, in generale, alla materia prima impiegata per realizzare il tessuto, ciò, peraltro, è affermato anche dalla stessa Maricler nelle proprie memorie.

La microfibra, infatti, è un materiale di moderna concezione - caratterizzata da una trama e da un ordito - che si distingue dal tessuto vero e proprio per non essere realizzata tramite la tessitura di filati o dalla lavorazione a maglia. In particolare, le fibre vengono saldate o "compattate" tra loro tramite un processo altamente tecnologico o di termosaldatura, o mediante l'impiego di legami chimici o di procedimenti meccanici. Detti processi consistono nel frazionamento di una qualunque fibra naturale (cotone, viscosa ecc.) o sintetica (propilene, poliestere, poliammide ecc.), consentendo di realizzare (micro) fibre che vengono poi unite. A seconda, dunque, della materia prima utilizzata e del trattamento impiegato nel processo produttivo, i tessuti non-tessuti di microfibra possono presentare tra loro caratteristiche molto diverse, in termini di capacità assorbimento dei liquidi, permeabilità dell'aria, morbidezza, velocità ad asciugarsi, leggerezza, ingombro, etc. Proprio per queste qualità specifiche, la microfibra viene utilizzata per la realizzazione di innumerevoli prodotti, utilizzati in diversi settori, quali quello medico, dell'igiene personale e della casa, dell'abbigliamento, nel settore automobilistico.

Proprio in ragione delle diverse possibili caratteristiche, composizioni e destinazioni d'uso che un prodotto in microfibra può avere, affinché il consumatore possa essere sufficientemente ed adeguatamente informato relativamente alle proprietà di un prodotto, ed in particolare relativamente alla composizione del tessuto, appare necessario che vengano indicate, in modo chiaro ed evidente, le fibre di cui la "microfibra"

è composta. In altri termini, la generica indicazione di "tessuto in microfibra" riportata dalla Maricler non si ritiene essere sufficiente a far comprendere ad un consumatore medio quale materiale sia stato utilizzato per fabbricare l'accappatoio. Si ribadisce, peraltro, che la società sia nel messaggio pubblicitario diffuso a mezzo stampa sia sulla confezione, indica solo "tessuto in microfibra", mancando, dunque, qualsiasi precisazione e specificazione relativamente alla composizione del tessuto stesso.

Occorre al riguardo, peraltro, tenere presente che la microfibra non compare nell'elenco dettagliato di fibre contenuto nell'allegato I al Decreto Legislativo n. 1994 del 1999, di attuazione della Direttiva 96/74/CE relativa alle denominazioni del settore tessile, che indica i requisiti e le modalità applicabili ai prodotti tessili per essere ammessi sul mercato interno prima di qualsiasi trasformazione oppure durante il ciclo industriale e durante le diverse operazioni inerenti alla loro distribuzione. Al contrario, in detto elenco sono presenti fibre sintetiche quali il poliestere, il poliammide ed il vetro tessile.

Inoltre, gli articoli 2 e 3 del citato Decreto Legislativo prevedono che sui documenti commerciali "all'atto dell'offerta in vendita ai consumatori, e particolarmente nei cataloghi, nei prospetti, sugli imballaggi, sulle etichette e sui contrassegni, le denominazioni, i qualificativi e i dati relativi alla composizione delle fibre tessili previsti dagli articoli 3, 4, 5 e 6 e all'allegato I, devono essere indicati con gli stessi caratteri tipografici facilmente leggibili e chiaramente visibili. Le indicazioni e le informazioni non previste dal presente decreto devono essere nettamente separate...". Infine, con particolare riguardo ai marchi di fabbrica, l'articolo 4 precisa che "il marchio di fabbrica che comporti, a titolo principale o a titolo aggiuntivo o di radice, l'impiego di una denominazione prevista all'allegato I o tale da prestarsi a confusione con essa, il marchio o la ragione sociale deve essere immediatamente accompagnato, in caratteri facilmente leggibili e chiaramente visibili, dalle denominazioni, dai qualificativi e dai dati relativi alla composizione in fibre tessili previsti agli articoli 3, 4, 5 e 6 dell'allegato I".

Si ritiene che, proprio in assenza di una specifica definizione legislativa o regolamentare della definizione di "microfibra", né delle caratteristiche tecniche di tale prodotto, ed altresì in assenza di una prassi univoca e consolidata, il termine microfibra, utilizzato senza essere associato ad una delle denominazioni delle fibre indicate nell'allegato I del succitato decreto, non si possa ritenere esaustivo e sufficiente.

Ciò posto, in conformità al parere espresso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, si rileva che la composizione dell'accappatoio denominato "Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy" è stata veicolata al pubblico con modalità inidonee a garantirne la piena cognizione.

Pertanto, anche in rapporto all'enfasi data nel messaggio e nel marchio alla composizione del prodotto, essendo proprio ciò che maggiormente caratterizza l'accappatoio stesso (in quanto ne comporta il poco ingombro e la buona capacità di assorbimento), sarebbero risultate essenziali delle precisazioni sulle fibre utilizzate, al fine di permettere ai consumatori di valutare l'effettiva composizione e convenienza del bene.

È ormai consolidato l'orientamento dell'Autorità secondo il quale il messaggio pubblicitario deve dare delle avvertenze che in qualche modo limitino le aspettative suscitate con il *claim* principale, un rilievo ed un posizionamento nel contesto complessivo della comunicazione, tali da rendere ragionevolmente certo che il pubblico le percepisca e le valuti.

Pertanto, alla luce delle considerazioni svolte, ed in conformità al parere espresso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, la pratica commerciale in esame, costituita dal messaggio pubblicitario relativo all'accappatoio denominato "Power Microfibre Bathrobe by Cotton Joy" risulta scorretta ai sensi dell'articolo 20, 21 e 22 del Codice in quanto idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui esso è rivolto. In particolare, la pratica commerciale oggetto di valutazione risulta ingannevole ai sensi dell'articolo 21 del Codice, in quanto, nella sua presentazione complessiva, è idonea ad indurre in errore il consumatore medio in ordine alle caratteristiche e alla reale composizione del prodotto pubblicizzato, ad assumere decisioni di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Tale pratica risulta ingannevole, altresì, ai sensi dell'articolo 22 del Codice nella misura in cui omette informazioni rilevanti, in quanto ricadono su una caratteristica essenziale del prodotto ossia la composizione, di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole di natura commerciale.

Si ricorda che ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Decreto Legislativo n. 206/05, una pratica commerciale è scorretta "se è contraria alla diligenza professionale ed è falsa od idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge od al quale è diretta".

Nel caso di specie, l'idoneità a falsare il comportamento economico dei consumatori della pratica oggetto di valutazione deriva dalla riscontrata natura ingannevole, ed in particolare omissiva, della stessa ai sensi degli articoli 21 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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.

Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame che il messaggio pubblicitario ha avuto diffusione nazionale mediante la stampa, su diversi quotidiani e riviste a tiratura nazionale ("La Gazzetta dello Sport", "Libero", "Il Messaggero", "Chi", "Diva e Donna"), e la confezione del prodotto.

Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, la pratica commerciale risulta diffusa per un periodo di due mesi, ossia nei mesi di novembre e dicembre 2007.

Pertanto, in ragione della gravità e durata della violazione, si ritiene di irrogare alla società Maricler S.r.l., la sanzione pecuniaria nella misura di 75.000 € (settantacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Decreto Legislativo n. 206/05, in quanto risulta idonea, nella sua presentazione complessiva, ad indurre in errore il consumatore medio in ordine alle effettive caratteristiche del prodotto pubblicizzato nonché omissiva in quanto non fornisce informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per assumere una decisione consapevole di natura commerciale;

RITENUTO infine, ai sensi dell'articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, che l'Autorità è chiamata ad assegnare al professionista un termine per procedere all'adeguamento delle confezioni di prodotto che riportano messaggi ritenuti ingannevoli;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Maricler S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione.

b) che a Maricler S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 75.000 € (settantacinquemila euro);

ASSEGNA

alla Maricler S.r.l. un termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 10, del Codice del Consumo, per il necessario adeguamento delle confezioni di vendita dei prodotti, attraverso l'aggiunta dell'indicazione "100% Polyester" sull'etichetta posta sulla sacca che avvolge le confezioni dei prodotti.

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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 ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, 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, comma 2, 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
