

DELIBERA N. 153/20 /CONS

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ
MEDIACOM S.R.L. (SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO
NAZIONALE SU DIGITALE TERRESTRE “LIFE 120 CHANNEL”) AI SENSI
DELL’ARTICOLO 51, COMMA 9, PRIMO PERIODO, DEL DECRETO
LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2005, N.177 PER LA VIOLAZIONE DELLE
DISPOSIZIONI DI CUI AGLI ARTICOLI 3 E 36 BIS, COMMA 1, LETT. C), N.
3, DEL DECRETO LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2005, N.177**

(CONTESTAZIONE N. 11/20/DCA - PROC. 2757/MRM)

L’AUTORITÀ

NELLA riunione del Consiglio del 7 aprile 2020;

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

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico della radiotelevisione*” e, in particolare, l’art. 51 (di seguito, Testo unico o TU);

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

VISTO il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 10, recante “*Attuazione dell’art. 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

VISTA la delibera n. 211/08/CSP, del 24 settembre 2008, recante “*Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva*”;

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

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, recante “*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni e Consultazione pubblica sul documento recante Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 581/15/CONS;

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

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

VISTO l’articolo 7 del decreto-legge 21 settembre 2019, n. 104, recante “*Misure urgenti per assicurare la continuità delle funzioni dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”, come modificato, da ultimo, dall’articolo 117 del decreto-legge 17 marzo 2020, n. 18, ai sensi del quale “*Il Presidente e i componenti del Consiglio dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui all’articolo 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249, in carica alla data del 19 settembre 2019, continuano a esercitare le proprie funzioni, limitatamente agli atti di ordinaria amministrazione e a quelli indifferibili e urgenti, fino all’insediamento del nuovo Consiglio e comunque fino a non oltre i 60 giorni successivi alla data di cessazione dello stato di emergenza sul territorio nazionale relativo al rischio sanitario connesso all’insorgenza di patologie derivanti da agenti virali trasmissibili, dichiarato con la delibera del Consiglio dei ministri del 31 gennaio 2020, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 26 del 1° febbraio 2020*”;

VISTO il Decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 31 gennaio 2020 con il quale è stato dichiarato per sei mesi lo stato di emergenza nazionale in conseguenza del rischio sanitario connesso all’insorgenza di patologie derivanti da agenti virali trasmissibili;

VISTO il decreto-legge 17 marzo 2020, n. 18, recante “*Misure di potenziamento del sistema sanitario nazionale e di sostegno economico per famiglie, lavoratori e imprese connesse all’emergenza epidemiologica da Covid-19*”, pubblicato nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana n. 70 del 17 marzo 2020”;

VISTA la delibera n. 129/20/CONS del 18 marzo 2020, recante “*Atto di richiamo sul rispetto dei principi vigenti a tutela della correttezza dell’informazione con riferimento al tema “coronavirus Covid-19”*”;

VISTO l’articolo 3 del D.lgs. n.177 del 2005 il quale sancisce che “*sono principi fondamentali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, l’obiettività, la completezza, la lealtà e l’imparzialità dell’informazione, la tutela dei diritti d’autore e di proprietà intellettuale, l’apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose e la salvaguardia delle diversità etniche e del patrimonio culturale, artistico e ambientale, a livello nazionale e locale, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, della promozione e tutela del benessere, della salute e dell’armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore, garantiti dalla*

Costituzione, dal diritto dell'Unione europea dalle norme internazionali vigenti nell'ordinamento italiano e dalle leggi statali e regionali”

VISTO l'articolo 36 bis, comma 1, lett. c), n. 3, del decreto legislativo n. 177 del 2005 il quale stabilisce che *“le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori di servizi di media soggetti alla giurisdizione italiana non devono incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza”*;

VISTA la delibera n. 72/19/CSP del 21 marzo 2019, notificata il 27 marzo 2019, recante *“Ordinanza-ingiunzione nei confronti della Società GM Comunicazione S.r.l. (servizio di media audiovisivo in ambito nazionale “Life 120 Channel”) per la violazione delle disposizioni contenute negli artt. 3, 36-bis, comma 1, lett. c), n. 3, nell’art. 40, comma 1, nell’art. 34, commi 6 e 7, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, nonché nel par. 1, punto 1.2., lett. b), del codice di autoregolamentazione Media e minori”*;

VISTO l'atto di contestazione, CONT.11/20/DCA - N°PROC. 2757/MRM, *“Contestazione nei confronti della società Mediacom s.r.l. (servizio di media audiovisivo in ambito nazionale su digitale terrestre “Life 120 Channel”) ai sensi dell’articolo 51, comma 9, primo periodo, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177 per la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 3 e 36 bis, comma 1, lett. c), n. 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177”*

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

La Direzione Contenuti Audiovisivi di questa Autorità, nell'ambito del monitoraggio d'ufficio finalizzato all'esercizio delle funzioni istituzionali con specifico riguardo all'ottemperanza ai propri provvedimenti e sulla base anche di segnalazioni pervenute presso gli Uffici, ha esaminato l'intera giornata di programmazione del 17 marzo 2020 e alcune fasce orarie del 18 marzo 2020 del servizio di media audiovisivo “Life 120 Channel” in onda sul canale 61 del digitale terrestre, al fine di verificare che tale programmazione fosse conforme alle norme vigenti che presiedono alla tutela della salute e della sicurezza degli ascoltatori, anche e soprattutto in relazione all'emergenza connessa alla diffusione del “coronavirus Covid-19”, tenuto altresì conto che contenuti di analogo tenore esposti dal signor Adriano Panzironi (protagonista delle trasmissioni del 17 e del 18 marzo 2020) hanno già costituito oggetto di un provvedimento sanzionatorio per fattispecie analoga, adottato dall'Autorità con delibera n. 72/19/CSP del 21 marzo 2019, notificata in data 27 marzo 2019, nei confronti della società GM Comunicazione S.r.l., allora autorizzata alla diffusione del servizio di media audiovisivo in ambito nazionale “Life 120 Channel”.

Visionata la registrazione della programmazione diffusa dal servizio di media audiovisivo “Life 120 Channel” sul canale 61 del digitale terrestre in data 17 e 18 marzo 2020, gli Uffici dell’Autorità hanno riscontrato che in tale programmazione sono presenti contenuti del tutto simili a quelli che furono oggetto del menzionato provvedimento sanzionatorio irrogato con la citata delibera n. 72/19/CSP.

Tale programmazione, infatti, si articola in programmi di supposta informazione scientifica, che si sostanziano in una rubrica di approfondimenti divulgativi (Il Cerca Salute) rispetto ad una amplissima gamma di patologie con il commento del signor Adriano Panzironi, il quale, intervistato da un moderatore in studio, argomenta sulle cause di tali patologie, asseritamente riconducibili (in tutto o in parte) alla dieta mediterranea, ricca di carboidrati, ed illustra le caratteristiche e gli effetti benefici del metodo “Life120”, ideato dallo stesso Panzironi e dal fratello Roberto, descritto nel libro “*Vivere 120 anni, le verità che nessuno vuole raccontarti*” e basato, oltre che sull’adozione di un regime alimentare privo di carboidrati, sull’assunzione di integratori specifici promossi in comunicazioni commerciali e televendite che, sistematicamente, interrompono la programmazione.

Nella programmazione visionata si riscontra, inoltre, la presenza di una edizione de “Il Cerca Salute”, identificata come “*Speciale Covid-19*”, della durata di circa 30 minuti, riproposta ogni ora nel corso della programmazione h.24, caratterizzata dalla sovrapposizione fissa sul lato superiore dello schermo del *claim* “*Quello che non ti hanno detto del coronavirus*”, in cui sono riscontrabili affermazioni del seguente tenore: “*lo stile di vita Life 120... alimentazione low carb... attività fisica adeguata... un’integrazione certamente consapevole... può fare molto contro questo virus*”; un *commercial* poi interrompe il programma promuovendo l’assunzione di determinati integratori e ciò, pertanto, configura la fattispecie del *claim* promozionale dei prodotti stessi (relativi al medesimo metodo Life 120); nel programma, inoltre, le indicazioni standard per la prevenzione diffuse dalle autorità sanitarie (lavaggio frequente delle mani, distanza di sicurezza da altri soggetti, lontananza da luoghi affollati) sono presentate come misure connotate da arretratezza, in quanto si afferma che le quarantene erano impiegate nel Medioevo; si ipotizza altresì – basando tale affermazione su statistiche e su ricostruzioni asseritamente scientifiche – che gli effetti negativi del virus Covid-19 siano legati a carenze del sistema immunitario riconducibili a interventi chirurgici superflui (asportazione di tonsille e adenoidi praticate massivamente per protocollo) ovvero ad errata alimentazione, sostenendosi che “*un maggior consumo di carboidrati incentivi la diffusione del virus*”; si rappresenta inoltre una supposta correlazione fra diabete e iperglicemia e ridotta efficienza del sistema immunitario, da cui si fa discendere “*una maggiore diffusione del virus*”; si presentano affermazioni, basate su argomentazioni prive di chiara ed evidente attendibilità scientifica, intese ad accreditare una predisposizione agli effetti negativi del coronavirus Covid-19 legata allo stile alimentare e al consumo di carboidrati; la rubrica, si ribadisce, viene poi di frequente interrotta da una comunicazione commerciale che richiama in forma letterale e pedissequa concetti e formulazioni proferiti nella rubrica in relazione al coronavirus (a titolo esemplificativo:

“integrazione consapevole”; “eliminazione dei radicali liberi”). Nel corso della rubrica dedicata al coronavirus l’atteggiamento di critica nei confronti della medicina “dogmatica”, come viene definita, si spinge fino a sostenere che “l’alimentazione somministrata ai ricoverati in terapia intensiva è criminale, poiché contenente glucosio” e che “non si giungerà mai alla scoperta di un vaccino”, con la conseguenza che “l’unico rimedio per affrontare il virus è il rafforzamento del sistema immunitario attraverso l’integrazione e la somministrazione di vitamine”; durante il medesimo “speciale” dedicato al Covid-19 viene suggerita, infatti, come terapia atta a rinforzare il sistema immunitario, oltre che l’integrazione “mirata”, anche la “somministrazione massiccia di vitamina C e D”, non consigliata dalla medicina ufficiale.

Nel corso dello speciale ed al termine dello stesso, hanno inizio le comunicazioni commerciali (telepromozioni/televendite) dei medesimi integratori, con specifico riguardo alle vitamine C e D della linea Life 120; inoltre, durante la trasmissione compare un banner contenente, tra l’altro, la seguente frase: “L’integrazione può essere una grande opportunità. Gli attacchi che il Signor Panzironi sta ricevendo da parte del Ministero della Salute e da parte di molti giornalisti sono del tutto strumentali ed hanno l’obiettivo di fermare una grande rivoluzione che sta riportando in salute milioni di persone”.

Alle ore 15,45 della programmazione del 17 marzo 2020 del suddetto servizio risulta essere andata in onda la rubrica “Storie di guarigione”, dedicata al diabete, in cui diversi “testimoni” asseriscono di essere guariti dopo aver abbracciato lo stile di vita “Life 120”, differente dalle cure “tradizionali” che prevedono la somministrazione di insulina.

Infine, alle ore 11,45 della programmazione del 18 marzo 2020 è andata in onda la rubrica “A cena con Panzironi- Brescia”, recante la ripresa televisiva, effettuata nella provincia lombarda, particolarmente colpita dall’epidemia, di numerosissimi “seguaci” del metodo Life 120 ripresi convivialmente a cena, in assenza di qualsivoglia precauzione di distanziamento sociale e senza alcuna opportuna e doverosa precisazione circa la riconducibilità della registrazione del programma ad epoca precedente alla entrata in vigore dei divieti connessi all’emergenza sanitaria.

2. Deduzioni della società

In via preliminare si rileva che la società Mediacom S.R.L., prima della notifica della contestazione n. 11/20/DCA N°PROC. 2757/MRM, avvenuta in data 23 marzo 2020, (2020 - 0128310) ha inviato in data 19 marzo 2020 (prot. n. 2020 - 0123118) una nota nella quale il legale rappresentante della predetta Società ha comunicato che la stessa, “appreso da un dettagliato articolo di stampa del 18 marzo 2020 sul quotidiano online de “La Repubblica” di un procedimento che sarebbe stato avviato dall’AGCOM in ordine alla trasmissione che ha visto la partecipazione del sig. Adriano Panzironi sul coronavirus Covid-19 andata in onda il 17 marzo 2020 sul canale LCN 61, Life 120 Channel, a prescindere dal merito delle contestazioni che sarebbero state sollevate, “considerato il particolare e delicatissimo momento storico che tutti noi stiamo vivendo” ha deciso “di propria iniziativa di eliminare completamente dal proprio palinsesto televisivo detta

trasmissione”, “e di trasmettere nel corso della programmazione 3 o 5 spot televisivi, della campagna *Io resto a casa*”.

Successivamente, la società Mediacom S.r.l., con nota prot. n. 0128310 del 23 marzo 2020, ha inviato memorie difensive ed ha richiesto audizione, svoltasi il 30 marzo 2020.

Nelle memorie difensive trasmesse la società ha eccepito, sostanzialmente, che:

- In data 20/03/2020 Mediacom s.r.l., che aveva acquisito la titolarità dell'autorizzazione a trasmettere sul canale LCN 61 del digitale terrestre giusta atto di cessione del 20/03/2019 registrato presso l'Agenzia delle Entrate di Latina al n. 1248 serie 3 e voltura autorizzata dal MISE giusta nota prot. n.0027461 del 01/04/2019, provvedeva immediatamente a comunicare disdetta e risoluzione contrattuale con effetto immediato alla Welcome Time Elevator S.r.l., amministrata dal sig. Adriano Panzironi, disponendo la contestuale interruzione di ogni programma afferente a “*Il Cerca Salute*” o comunque che vedesse la presenza del sig. Panzironi, e comunicare al MISE via PEC il cambio integrale del palinsesto dei programmi, nel rispetto del genere assegnato al canale LCN 61, che prevede, appunto, la totale rimozione di qualsivoglia programma della trasmissione riferibile al sig. Adriano Panzironi ed il cambiamento del marchio del canale da “*Life 120 Channel*” a “*Canale 61*”. Inoltre, Mediacom S.r.l. ha anche chiesto al proprio operatore di rete, Persidera SPA, di cambiare «*l'identificativo del canale 61 in modo che i telespettatori non troveranno più come dicitura sullo schermo “Life 120 Channel” ma “canale 61”. Tali attività*», si specifica nella nota, sarebbero state realizzate «*senza in alcun modo prendere posizione sul merito delle questioni che sono state sollevate, ma perché è assolutamente opportuno e necessario evitare qualunque possibilità di equivoci e fraintendimenti, anche meramente ipotetica ed astratta, in un momento così delicato e complicato per il nostro Paese*».

Durante l'audizione, svoltasi in modalità telematica a causa delle esigenze di contenimento del contagio da Covid-19, il difensore della Società, ha, inoltre, precisato quanto segue:

- “*la Società GM Comunicazione s.r.l., ossia la società cui l'Agcom ha comminato una sanzione in data 27 marzo 2019 con la delibera 72/19/CSP, è soggetto giuridicamente distinto rispetto alla società Mediacom s.r.l., poiché questa è subentrata alla società GM Comunicazione nella titolarità del servizio di media audiovisivo Life120 Channel in virtù di atto di cessione e voltura Ministeriali già documentati*”. Pertanto, è manifesta la circostanza in base alla quale Mediacom S.r.l. “*non ha mai ricevuto alcuna contestazione da parte dell'Autorità né conseguentemente altre sanzioni in precedenza e che solo a seguito di semplici notizie di stampa si è prontamente attivata per rimuovere la programmazione contestata*”;
- viene, inoltre, rilevata la circostanza in base alla quale ricorrerebbe nel caso di specie la competenza esclusiva in capo all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, in quanto il legislatore, dopo le note vicende giurisprudenziali, ha previsto nel Codice

del Consumo di attribuire a suddetta Autorità la competenza esclusiva in materia di pubblicità ingannevole. Pertanto, la competenza delle altre Autorità di settore come l'AGCOM sarebbe residuale e ricorrerebbe soltanto quando la disciplina di settore regoli “*aspetti specifici*” delle pratiche che rendono le due discipline incompatibili, come chiarito dal Consiglio di Stato, - Sentenza - Sez. VI, N.7296/2019. A dimostrazione di quanto sostenuto, si afferma che l'AGCOM ha avviato il procedimento n. PS 11723 in relazione ad una comunicazione commerciale diretta a promuovere un farmaco efficace contro il coronavirus, emettendo il provvedimento n. 28173;

- viene poi precisato che la rubrica legata al tema del coronavirus ha la durata di circa 30 minuti, mentre la parte pubblicitaria consta di circa 3 minuti. Durante la rubrica si approfondiscono temi legati all'integrazione alimentare e all'importanza di assumere vitamine, in particolare C e D;
- viene richiamata, quindi, l'attenzione sul fatto che “*la comunità scientifica prevalente riconosce l'importanza dell'integrazione, della sana alimentazione, come indicato dallo stesso Ministero della salute, e della somministrazione, in particolare, delle vitamine C e D, ai fini del rafforzamento del sistema immunitario*”. A suffragio di dette tesi, vengono citati alcuni articoli di medici e scienziati che la parte si riserva di produrre (vengono citati, tra gli altri, il prof. Enzo Soresi, primario emerito di pneumologia dell'Ospedale Niguarda, e Andrew G. Weber, pneumologo e specialista in terapia intensiva affiliato a due strutture della Northwell Health). Tutte le terapie in corso sono in fase di sperimentazione, prosegue, per cui “*non si può affermare che il sig. Panzironi promuovendo gli integratori di vitamina C e D implicitamente inviti le persone a non assumere farmaci che non esistono*”;
- pur ammettendosi che “*il signor Panzironi trae un vantaggio economico dalla vendita degli integratori della Linea Life 120*”, si afferma che questi “*non ha mai voluto esplicitamente denigrare la “medicina ufficiale*”. In tal senso, “*i riferimenti al “medioevo” non sono critici, ma oggettivi, dal momento che anche a quei tempi si faceva ricorso alla quarantena; né il Sig. Panzironi ha mai affermato che le indicazioni prescritte per la prevenzione del virus dal Ministero della Salute e da medici e infettivologi fossero scorrette. Anzi, lo stesso Ministero della Salute ha invitato ad assumere ben 5 porzioni al giorno di frutta e verdura, testualmente “utili a rafforzare le difese immunitarie e la protezione delle vie respiratorie.” Sempre il Ministero della Salute, nel predetto articolo, invita a stare dai 15/30 minuti al giorno al sole per favorire la sintesi endogena della vitamina D*”;
- per quanto concerne, quindi, il tema delle “*testimonianze*” cui fa riferimento la contestazione in relazione ai benefici che gli interessati affermano di aver ottenuto seguendo lo stile di vita Life 120, in particolare rispetto alla patologia del diabete, si ribadisce che “*sono assolutamente veritiere e che in nessuna trasmissione Panzironi ha invitato i telespettatori a non assumere i farmaci prescritti per le varie patologie*”. A tal proposito viene chiarito che, “*con il solo riferimento al diabete mellito di Tipo 2, seguendo lo stile di vita Life 120 - non assumendo, cioè, carboidrati e zuccheri - è possibile ottenere un abbassamento dei livelli della glicemia tale da non richiedere la*

somministrazione di insulina, ma sempre, sottolinea l'avvocato, sotto il controllo del proprio medico curante”;

- in relazione alla circostanza per cui in capo al Sig. Panzironi è pendente un giudizio presso il Tribunale di Roma per esercizio abusivo della professione, si precisa che è stata stralciata la sua posizione per quanto concerne l'imputazione di truffa, rilevando pertanto come secondo la Procura della Repubblica di Roma il sig. Panzironi non abbia indotto nessuno in errore e non abbia cagionato alcun danno alla salute delle persone. A tal proposito il difensore osserva che i N.A.S., Nuclei Antisofisticazioni e Sanità dell'Arma dei Carabinieri, *“hanno verificato la veridicità di sette testimonianze tra quelle indicate dal sig. Panzironi nelle sue trasmissioni”;*
- il sig. Panzironi, inoltre, è stato denunciato per diffamazione aggravata presso la Procura della Repubblica di Lucca ed il GIP del Tribunale di Lucca a seguito dell'opposizione della persona offesa, nel disporre l'archiviazione sulla base della documentazione in suo possesso, ha affermato testualmente che *“il metodo Life 120 ha come obiettivo il miglioramento della salute dei soggetti che vi si sottopongono”;*
- il difensore precisa altresì che il Consiglio Nazionale dell'ordine dei giornalisti ha avviato nei confronti del sig. Panzironi, giornalista pubblicitario, un procedimento disciplinare su cui, ad oggi, è pendente un ricorso;
- infine, quanto alla richiesta di chiarimenti in ordine ai rapporti societari tra GM Comunicazione s.r.l. e Mediacom s.r.l., lo stesso ha ammesso che sussistono tra le due società dei rapporti di collegamento anche in considerazione del fatto che gli amministratori sono fratelli, rapporti verificabili attraverso le opportune visure camerali.

3. Valutazioni dell'Autorità

In relazione alle argomentazioni sviluppate in sede difensiva, in via preliminare si ritiene di dover correttamente inquadrare la fattispecie in esame relativamente alla natura e alla portata delle trasmissioni oggetto di contestazione.

La prospettazione difensiva appare incentrata sull'assunto che i contenuti oggetto della contestazione integrino la fattispecie di espressione di attività di divulgazione, ad opera di un divulgatore scientifico, di opinioni e contenuti relativi a tematiche scientifiche e mediche, asseritamente condivisi da una parte della comunità scientifica. Tali trasmissioni, in realtà, non possono essere in alcun modo qualificate come programmi scientifici, né tantomeno di *“informazione scientifica”*, né può essere ipotizzabile un richiamo alla *“libertà di informazione”*, che comunque, in una fase di estrema emergenza, come quella legata al coronavirus, deve necessariamente assumere i caratteri della doverosità ed inderogabilità, per le motivazioni di seguito dettagliate.

In primo luogo, il signor Panzironi, protagonista dei programmi in questione, non risulta vantare alcun titolo accademico o comunque di riconosciuta condivisione da parte della comunità scientifica tale da conferire autorevolezza scientifica alle proprie affermazioni.

Egli risulta essere, infatti, un giornalista pubblicitario, su cui pendono, peraltro, un procedimento disciplinare per sospensione dall'albo e quindi, di inibizione all'esercizio di attività giornalistica, ed un giudizio penale per esercizio abusivo della professione medica: nei programmi in questione egli argomenta vantando gli effetti derivanti dall'assunzione di determinati integratori vitaminici, costituenti l'oggetto esclusivo dei continui *claim* commerciali inseriti all'interno delle stesse trasmissioni.

In tale contesto, il signor Panzironi conferisce un'aura di scientificità alle proprie affermazioni richiamando alcune voci della dottrina scientifica, peraltro destrutturandole dal proprio contesto: in tal modo, il richiamo alla condivisa utilità dell'assunzione di integratori e vitaminici, di per sé, risulta perdere valore scientifico perché privato dello specifico contesto di riferimento.

A titolo di ulteriore elemento di valutazione, si richiama l'attenzione sul tenore dei programmi in esame, di palese e netta critica alla medicina ufficiale, il quale denota inequivocabilmente una prospettazione che, ancorché non espressamente conclamata, evoca, se non l'invito, il consiglio a seguire strade alternative rispetto a quelle indicate dalla medicina ufficiale; a tale scopo viene suggestivamente prospettata l'assunzione di integratori e vitamine, oggetto, come già rilevato, delle televendite che interrompono sistematicamente le trasmissioni.

Il contesto suggestivo indicato viene poi corroborato con testimonianze di presunti malati affetti da patologie gravi (quali, ad esempio, il diabete), i quali affermano di essere addirittura guariti seguendo lo stile di vita prospettato dal signor Panzironi. Tali testimonianze sono proposte per rendere ancora più suggestivo l'intero impianto comunicativo facendo leva sulla credulità popolare dello spettatore medio, indotto a seguire lo stile di vita prospettato e ad accantonare le indicazioni e le precauzioni dettate dalla scienza medica.

Quanto, poi, alla pretesa veridicità delle testimonianze raccolte, non può non rilevarsi come tale affermazione sia destituita di fondamento in quanto priva di riscontro oggettivo, allo stato della documentazione in atti. Si tratta, infatti, di semplici racconti di soggetti, in assenza di contraddittorio, dei quali non si conoscono i criteri di selezione ai fini dell'apparizione in televisione e rispetto ai quali non è noto se siano retribuiti o meno: pertanto, le testimonianze appaiono prive di ogni fondamento scientifico, com'è d'altronde reso evidente dal parere del Consiglio superiore della Sanità - Sezione III, espresso nella seduta del 9 ottobre del 2018, nel quale si attesta, tra l'altro che *“il metodo Life 120, diffuso e pubblicizzato attraverso stampa, programmi radiotelevisivi, social network si basa su argomentazioni non supportate da evidenza scientifica; nega evidenze scientifiche già consolidate; diffonde informazioni non corroborate da alcuna evidenza relativamente alla associazione causa-effetto per alcune malattie e relativi fattori di rischio (il consumo di carboidrati complessi come ad esempio gli amidi sono il vero motivo dell'epidemia tumorale) e pertanto invita all'abbandono delle terapie ufficiali per tali patologie; incorre in imprecisioni ed errori gravi, promette effetti su stato di salute e longevità biologicamente non plausibili e non dimostrabili, presuppone un'integrazione*

di nutrienti e sostanze bioattive, a dosi talvolta farmacologiche, non giustificate scientificamente; di fatto contribuisce alla disinformazione nutrizionale promuovendo una maleducazione al comportamento alimentare; inoltre, si rileva che il sig. Adriano Panzironi non è in possesso di alcun titolo abilitante alla prescrizione o alla elaborazione di diete”.

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

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

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

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

Ne consegue che la fattispecie in esame risulta peculiare e particolarmente subdola con riguardo alla influenza esercitata sul comportamento – non meramente economico – dei telespettatori (e, quindi, degli stessi quali potenziali consumatori). Infatti, a differenza dell’ipotesi ricorrente dei messaggi promozionali fuorvianti o ingannevoli, in questo caso

l'intera programmazione risulta confezionata in modo da fungere da contenitore per la promozione – pubblicitaria- di prodotti commerciali (*id est*: gli integratori).

Ed invero, con le trasmissioni in esame, la maggior parte del palinsesto appare strutturato in modo da fungere da terreno preparatorio per il lancio promozionale degli integratori oggetto di comunicazione, in modo da ingenerare nei telespettatori il convincimento che l'offerta commerciale sia meritevole di accoglimento in quanto suffragata dalle prospettazioni del signor Panzironi e dalle testimonianze di vita in precedenza trasmesse. Tale funzionalizzazione risulta accentuata dalla contiguità immediata e diretta della comunicazione commerciale al segmento redazionale dei messaggi, priva di soluzione di continuità e caratterizzata dalla presenza in entrambi i casi del medesimo personaggio, in un caso nel ruolo di intervistatore del signor Panzironi, nell'altro di testimonial dei prodotti e dello stile di vita promossi.

Tale evidenza assume connotati di particolare gravità in un momento di forte emergenza sociale, quale quello derivante dalla diffusione del contagio da Covid-19; infatti, gli autori e il protagonista dei programmi in questione hanno utilizzato ugualmente il modulo comunicativo basato, come sopra dettagliato, sulla suggestionabilità dello spettatore medio per proporre, associandola alle tematiche relative alla epidemia da Covid-19, la promozione dello stile di vita Life 120, prospettando lo stesso, se non come alternativa, quantomeno come imprescindibile complemento alle indicazioni terapeutiche provenienti dalle autorità sanitarie.

In questo caso, poi, il convincimento dell'efficacia dell'integrazione e il conseguente, possibile allentamento delle precauzioni raccomandate dalle autorità sanitarie rischia di compromettere le stesse finalità delle misure di distanziamento sociale, con possibile propagazione del contagio in maniera indiscriminata. Da qui la particolare gravità dei programmi in esame.

Da ciò consegue che appare difettare radicalmente proprio il presupposto di fatto della possibile sussunzione giuridica nell'ambito del principio della libertà d'informazione scientifica, in quanto nel caso di specie non risultano poste a confronto tesi dotate di pari dignità scientifica secondo criteri validati, ma di contrapporre alla scientificità degli approcci della medicina ufficiale opinioni pur tratte da fonti scientifiche, ma in assenza di applicazione dei metodi per effettuare tale confronto.

Va poi tenuta in adeguata considerazione la reale finalità dell'impianto comunicativo dei programmi, resa evidente dallo scopo commerciale cui i programmi sono propedeutici e ausiliari (e idonea a limitare fortemente la asserita riconducibilità di tali programmi alla tutela costituzionale della libertà di espressione del pensiero scientifico, che appare, come già detto, completamente destituita di fondamento).

Quanto alla pretesa incompetenza di questa Autorità, occorre evidenziare come le trasmissioni in questione configurino dei veri e propri programmi (funzionali, come esplicitato in contestazione, alla promozione commerciale degli integratori riferibili al metodo o stile di vita *Life 120*, significativamente corrispondente al marchio del servizio media audiovisivo in questione) recanti contenuti potenzialmente pericolosi per la salute

pubblica, in quanto i relativi suggerimenti sono idonei a porre a repentaglio la tutela della salute degli ascoltatori e ciò in violazione – *ut supra* specificato – sia dell’art. 3 che dell’art. 36-*bis*, comma 4, del Testo unico. Impregiudicata ogni valutazione circa la eventuale competenza dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato relativamente alla correttezza della pratica commerciale con riguardo all’applicazione delle previsioni del Codice del Consumo, che non è in considerazione nel presente procedimento, resta comunque ferma la competenza di questa Autorità in ordine alla verifica della rispondenza dei programmi alle disposizioni prima richiamate e ai principi alle stesse sottese, con specifico riferimento, da un lato, all’obiettività, alla completezza, alla lealtà e all’imparzialità dell’informazione e, dall’altra, al rispetto dei diritti della persona avuto particolare riguardo alla tutela del benessere e della salute, come garantiti dalla Costituzione. La *ratio* del quadro normativo richiamato risiede nella preminente esigenza di prevenire la diffusione di contenuti che possano incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza” e dunque prevenire la possibile esposizione al rischio sanitario dei telespettatori per il tramite di contenuti quale quello contestato.

Infine, quanto alla insussistenza dei presupposti per la contestazione della recidiva, trattandosi di ipotesi sanzionatorie dello stesso tenore, ma commesse da società differenti (GM Comunicazione srl e Mediacom srl), è sufficiente evidenziare come la cessione dell’asset aziendale in questione (ossia la titolarità del canale televisivo) sia avvenuta in occasione della precedente contestazione con il probabile intento di far apparire un nuovo soggetto nella titolarità dell’asset medesimo, ancorché riconducibile allo stesso gruppo societario: infatti, la società Mediacom srl risulta essere di proprietà al 100% di GM Comunicazione srl e, secondo quanto dichiarato in sede di audizione, la titolarità delle cariche gestionali delle due società risulta appannaggio di due fratelli. L’operazione opposta in sede difensiva appare come una mera operazione infragruppo destinata a non produrre alcun effetto sulle scelte editoriali di determinazione del palinsesto del servizio di media audiovisivo in questione: circostanza che riceve conferma dal fatto che la contestazione attuale si riferisce alla medesima tipologia di contenuti oggetto del precedente provvedimento (delibera n. 72/19/CSP) sanzionatorio. Entrambi i casi sono riferibili alla linea *Life 120*, marchio che coincide significativamente con la denominazione del servizio media audiovisivo (e che è stato prontamente modificato ad esito delle notizie di stampa relative in merito alla contestazione dell’Autorità). In altre parole, pare trattarsi di un gruppo che, pur a fronte di operazioni societarie che formalmente intervengono sulla titolarità del servizio media, circostanza che in astratto potrebbe portare ad escludere l’aggravante della recidiva per difetto dell’elemento soggettivo, esprime un agire che denota l’unicità e la continuità nell’esercizio della responsabilità editoriale. Ne consegue la sussistenza oggettiva di una reiterazione dell’illecito già sanzionato con la precedente delibera dell’Autorità, non rilevando agli occhi dei telespettatori – alla cui tutela sono preposte le norme che risultano violate – la successione nella titolarità del servizio medesimo, rimasto pressoché invariato nei contenuti contestati.

Da ultimo, non può certamente valere quale ravvedimento operoso la nota inviata dalla Società dopo la lettura della notizia di stampa che dava conto dell'apertura di un procedimento da parte di questa Autorità, che preannunciava la cessazione della diffusione di ogni contenuto riferibile al signor Panzironi e al marchio *Life 120*, e alla modifica della denominazione del servizio media audiovisivo da *Life 120* a *Canale 61*, trattandosi appunto di comportamento dettato non certo da un ripensamento autonomo, quanto dalla ormai imminente contestazione dell'illecito appresa da notizia di stampa. Comportamento che, peraltro, costituisce indizio della fondatezza della contestazione, in specie relativamente alla sostanziale funzionalizzazione dell'intero palinsesto del servizio, anche quanto alla comunicazione apparentemente non commerciale, alla promozione del marchio (*ergo* dei prodotti) *Life 120*, con quanto ne consegue – come sopra motivato – in termini di pregiudizio del comportamento economico e sanitario dei destinatari di tale comunicazione.

Questa Autorità, pertanto, ad esito di ogni valutazione istruttoria, ed esaminata la documentazione acquisita e le eccezioni sollevate in sede di audizione, ritiene sussistente la violazione delle disposizioni contenute nelle norme sopra richiamate, ritenendo, altresì, che le argomentazioni addotte a giustificazione dalla società siano prive di fondamento.

RITENUTO, per tutto ciò, di confermare quanto rilevato nell'atto contestazione n. 11/20/DCA - Proc. 2757/MRM per la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 3 e 36 *bis*, comma 1, *lett. c*), n. 3, del Testo unico;

VISTO in particolare il comma 9 dell'art. 51 dello stesso Testo unico a norma del quale *“Se la violazione è di particolare gravità o reiterata, l'Autorità può disporre nei confronti dell'emittente o del fornitore di contenuti la sospensione dell'attività per un periodo non superiore a sei mesi, ovvero nei casi più gravi di mancata ottemperanza agli ordini e alle diffide della stessa Autorità, la revoca della concessione o dell'autorizzazione”*;

ACCERTATO che alla data del 17 e del 18 marzo 2020 la Società Mediacom S.r.l., esercente il servizio di media audiovisivo identificato dal marchio “Life 120 channel”, ha trasmesso contenuti, commerciali e non, potenzialmente suscettibili di porre in pericolo la salute degli utenti in quanto induttivi di una sottovalutazione dei rischi potenziali connessi al virus Covid-19 e dell'erroneo convincimento che lo stesso virus possa essere trattato o prevenuto con misure non terapeutiche, ma alimentari o di mera integrazione. Conseguentemente i contenuti oggetto di rilevazione risultano idonei a indurre nei destinatari una riduzione della consapevolezza e dei conseguenti comportamenti di vigilanza e responsabilità, rispetto ai rischi sanitari e quindi tali da risultare pregiudizievoli per la salute dei consumatori/utenti;

CONSIDERATO che con il citato decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 31 gennaio 2020 è stato dichiarato per sei mesi lo stato di emergenza nazionale in

conseguenza del rischio sanitario connesso all'insorgenza di patologie derivanti da agenti virali trasmissibili, e che con successivi provvedimenti il Governo della Repubblica Italiana ha disposto una serie di misure volte a garantire la tutela della salute pubblica e la sicurezza, formulando a questo scopo specifiche indicazioni prescrittive ai cittadini sullo stile di vita da tenere in questo periodo;

CONSIDERATO che, stante la dichiarazione dello stato di emergenza legato alla diffusione del virus Covid-19 e i connessi provvedimenti attuativi, l'Autorità ha richiamato con la delibera n. 129/20/CONS i fornitori di servizi media audiovisivi e radiofonici ad assicurare adeguata e completa copertura informativa sul tema del "coronavirus Covid-19", attuando ogni sforzo per garantire la testimonianza di autorevoli esperti del mondo della scienza e della medicina allo scopo di fornire ai cittadini utenti informazioni verificate e fondate;

RITENUTA, per l'effetto, la particolare gravità della diffusione dei contenuti come sopra descritti nel periodo di emergenza in cui sono doverosamente richieste a tutti i fornitori particolare cautela nella trattazione di tematiche afferenti alla salute;

RITENUTE le straordinarie necessità e urgenza di provvedere a fini cautelari onde ottemperare alla *ratio* di tutela della salute pubblica, sottesa alle deliberazioni del Consiglio dei Ministri e al decreto-legge n. 18/2020, in considerazione della natura e della significatività dell'interesse pubblico perseguito;

RITENUTO, per le ragioni precisate, che il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di eccezionale gravità, in considerazione dello stato di emergenza sanitaria relativo alla diffusione del virus Covid-19;

RITENUTA la descritta condotta tenuta dalla società Mediacom Srl rilevante in relazione alle disposizioni contenute negli articoli 3 e 36 bis, comma 1, *lett.c*), n.3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e, per quanto sopra specificato, connotata dai caratteri della particolare gravità con riferimento a quanto previsto dall'articolo 51, comma 9, del menzionato decreto legislativo n. 177/2005;

RITENUTO, in relazione alle sanzioni previste dal citato articolo 51, comma 9, del decreto legislativo n. 177 del 2005, che per la violazione accertata la sanzione della sospensione dell'attività risponda al principio di proporzionalità avuto riguardo alla sua idoneità a evitare la persistenza e il consolidamento dei risultati della condotta dannosa tenuto conto del protrarsi dello stato di emergenza sanitaria determinato dalla epidemia di Covid-19, alla sua necessità al fine di evitare che la presumibile costante ripetizione della diffusione dei contenuti contestati – già oggetto di altro procedimento sanzionatorio – possa produrre un effetto moltiplicatore del pregiudizio alla salute e al comportamento economico dei destinatari, e alla sua adeguatezza per un periodo congruo in correlazione con le previsioni scientifiche elaborate con riguardo all'andamento dell'epidemia e alla

persistenza delle misure sociali e sanitarie da adottarsi per la limitazione degli effetti del virus;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni contestate con atto n. 11/20/DCA - Proc. 2757/MRM nella misura corrispondente alla sospensione dell'attività per un periodo di sei mesi;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del commissario Antonio Nicita, relatore ai sensi dell'art. 31 del regolamento di organizzazione e funzionamento;

ORDINA

La sospensione per un periodo di sei mesi dell'attività di diffusione dei contenuti da parte del servizio di media audiovisivo, identificato in premessa, operante sul Canale 61 DTT – esercito dalla società Mediacom S.r.l., con sede legale in Terracina (LT) Latina, Via Fontana Vecchia, n. 12 (cod. fisc. e P.I.02989720590), per la violazione delle disposizioni contenute nelle disposizioni di cui agli articoli 3 e 36 bis, comma 1, *lett. c*), n. 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 del 2005.

INGIUNGE

alla citata società di eseguire il predetto ordine entro il giorno successivo alla data di notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi anche in relazione a quanto previsto dall'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Dell'avvenuta sospensione dovrà essere data comunicazione all'Autorità entro il termine di 10 (dieci) giorni dalla data iniziale della stessa, indicando come riferimento "delibera n. 153/20/CONS".

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso, tenuto conto di quanto disposto dall'art. 84, comma 1, secondo periodo, del decreto-legge n. 18 del 17 marzo 2020.

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

Roma, 7 aprile 2020

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonio Nicita

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE *f.f.*
Nicola Sansalone