Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Autorità di Vigilanza dei Consumatori
c/o Ufficio Attività Economiche
Via 28 Luglio, 196 - 47893 Borgo Maggiore B4

SAN MARINO, 13 NOVEMBRE 2026/1726 D.F.R.
RACCOMANDATA ELETTRONICA
AL DOMICILIO DIGITALE PER L'IMPRESA
FASC.1/2026-COE29806

Preg.mo Sig.
SERRA ENTONI
LEGALE RAPPRESENTANTE DI
ER COSMETICS S.R.L.
Via Fondo Ausa, 48
47891 – Dogana (RSM)
ercosmeticssrl@gmail.com

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

L'AUTORITA' DI VIGILANZA DEI CONSUMATORI

Nella sua seduta del 13 novembre 2026;
Visto il Decreto Delegato n.160/2024 (Disposizioni in Materia di Consumo);
Visto il Decreto Delegato n.7/2025 (Disposizioni in Materia di Informazioni, Pratiche Commerciali e altre Comunicazioni Commerciali);
Visto il proprio provvedimento dell'11 settembre 2026, avente prot. n.86956/2026, con il quale, ai sensi dell'art. 6, comma 3, del Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore, ad oggi ripreso altresì dall'art. 6-septies, comma 3, del Decreto Delegato n.206/2024, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;
Visti gli atti del procedimento;

1. LA PARTE

Società ER COSMETICS S.R.L, in qualità di operatore pubblicitario ai sensi dell'art. 2, lett. m), del Decreto Delegato n.160/2024.

2. LE PRATICHE COMMERCIALI

Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dalla società ER COSMETICS S.r.l., consistenti nella promozione e commercializzazione, attraverso il proprio sito internet e la pagina Facebook "Erboristeria Agrigento", del prodotto cosmetico per il viso denominato "ES SLOW ANTI-AGE".

Con segnalazione trasmessa dal Corpo di Polizia Civile in data 14 ottobre 2025 sono state contestate le seguenti condotte:

a) la diffusione di informazioni non veritiere o comunque idonee ad indurre in errore il consumatore con riferimento alle caratteristiche del prodotto e ai risultati che si possono attendere dal suo uso e alle sue qualità. In particolare, il messaggio promozionale prometteva l'eliminazione definitiva delle discromie cutanee del viso dopo una sola settimana di utilizzo;

b) l'aver opposto ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori e specificamente all'assistenza post-vendita, alla gestione dei reclami e all'ottenimento dei rimborsi, nonostante nel *claim* pubblicitario si affermasse che, in caso di insoddisfazione dell'acquirente, la società avrebbe rimborsato l'importo corrisposto con un bonifico istantaneo o comunque non oltre 48 ore dalla richiesta, esercitabile entro 365 giorni dall'acquisto.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

Nello specifico, il messaggio mostra 2 fotografie di un viso in primo piano prima e dopo l'uso del siero a distanza di soli sette giorni, reca la dicitura con caratteri grandi: "*macchie scomparse dell'80%*", "*per bloccare il ritorno continuo delle macchie scure e conquistare una pelle uniforme e luminosa in sette giorn*i". Con riferimento alla garanzia si dichiara: "*zero burocrazia, processo immediato. Non dovrai rispedire nulla e riceverai il bonifico istantaneo per l'intero importo*" (All.1).

3. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

3.1. Iter del procedimento.

In relazione alle condotte sopradescritte, in data 17 febbraio 2026 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento PS n.2/2026 nei confronti dell'operatore per possibile violazione degli artt. 5 e 6 Decreto Delegato n.7/2025.

In data 18 marzo 2026 è pervenuta memoria della società.

In data 22 aprile 2026 l'Autorità ha formulato una richiesta di integrazione istruttoria, avente prot. n.37496/2026, che non è stata riscontrata e che è stata notificata per compiuta giacenza in data 23/05/2026.

Al fine di acquisire gli elementi istruttori richiesti dall'Autorità, il Corpo di Polizia Civile ha effettuato nei giorni 27 e 29 luglio 2026 due accessi ispettivi presso la sede della Società.

In data 6 agosto 2026 l'operatore ha trasmesso la documentazione richiesta in sede ispettiva.

A causa delle nuove esigenze istruttorie, con provvedimento del 11 settembre 2026, avente prot. n.86956/2026, l'Autorità ha disposto la proroga del termine di conclusione del procedimento, fissando il termine di conclusione al 14 novembre 2026, ai sensi dell'art. 6, comma 3, del Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore, ad oggi ripreso altresì dall'art. 6-septies, comma 3, del Decreto Delegato n.206/2024.

In data 9 ottobre 2026 è stata trasmessa la contestazione degli addebiti.

In data 22 ottobre 2026 la parte ha esercitato il diritto di accesso agli atti e in data 9 novembre 2026 ha trasmesso le proprie controdeduzioni.

3.2 Le argomentazioni difensive della Parte

Nella memoria conclusiva la società ha contestato gli addebiti formulati dall'Autorità, chiedendo l'archiviazione del procedimento**.**
Con riferimento alla prima contestazione, la Parte fonda gran parte della propria difesa sull'assunto secondo cui la vicenda oggetto del procedimento costituirebbe un episodio isolato, non rappresentativo delle

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

ordinarie modalità di svolgimento della propria attività commerciale. Le condotte sarebbero, inoltre, imputabili all'iniziativa di alcuni *publisher* esterni, affiliati alla piattaforma utilizzata per la promozione dei prodotti.

Secondo la società le affermazioni presenti nei messaggi avrebbero carattere meramente iperbolico e rientrerebbero nella pratica pubblicitaria comunemente ammessa; esse, dunque, non sarebbero idonee a trarre in inganno i destinatari della comunicazione commerciale.

Con riferimento alla seconda contestazione, la Parte ha osservato che la consumatrice segnalante è stata comunque rimborsata e che le eventuali criticità riscontrate nella gestione della richiesta sarebbero riconducibili alla necessità di effettuare verifiche finalizzate a prevenire richieste fraudolente di rimborso, anche mediante la richiesta della lettera di vettura.

Infine, la società ha rappresentato di avere adottato, nel corso del procedimento, una serie di misure correttive volte a rafforzare il controllo delle attività promozionali, a migliorare le procedure di assistenza post-vendita e a semplificare le modalità di esercizio della garanzia di rimborso, sostenendo che tali interventi consentirebbero di prevenire il ripetersi di situazioni analoghe a quella oggetto del presente procedimento.

4. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

4.1 Sulla pratica di cui all'art. 6, comma 1, punto a), del D.D. n.7/2025.

Gli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria consentono di ritenere accertata la diffusione di informazioni idonee a indurre in errore il consumatore in merito alle caratteristiche e all'efficacia del prodotto cosmetico ES SLOW ANTI-AGE. I messaggi pubblicitari attribuivano, infatti, al prodotto la capacità di eliminare definitivamente le discromie cutanee del viso entro una settimana di utilizzo, accreditando risultati determinati e temporalmente definiti, idonei ad orientare in misura significativa le scelte economiche del consumatore medio.

Gli elementi istruttori acquisiti non consentono, tuttavia, di ritenere dimostrati i risultati vantati nei messaggi promozionali.

L'assenza di adeguato supporto scientifico emerge dalla stessa documentazione tecnica prodotta dalla Società nel corso del procedimento, da cui risulta una significativa discrasia tra le caratteristiche del prodotto effettivamente documentate e quelle rappresentate ai consumatori. In particolare, nella sezione del documento illustrativo dedicata alle prove degli effetti attribuiti al prodotto, l'unico effetto espressamente indicato consiste in una "azione idratante". Non trovano, invece, alcun riscontro scientificamente fondato le affermazioni pubblicitarie che prospettavano l'eliminazione definitiva delle discromie cutanee del viso entro una settimana di utilizzo.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

In senso conforme, depongono gli esiti della verifica trasmessa dal Dipartimento Prevenzione -Verifica Tecnica e Valutazione scientifica. Con nota del 24/12/2025 il Dipartimento ha attestato l'assenza di elementi idonei a supportare le affermazioni concernenti la definitiva eliminazione delle discromie cutanee prospettata nei messaggi pubblicitari.

La difformità tra quanto dichiarato nella documentazione tecnica e quanto promesso ai consumatori conferma, pertanto, il carattere ingannevole dei messaggi contestati e la loro idoneità a generare aspettative non realistiche circa l'efficacia del prodotto ai sensi degli articoli 5 e 6 del Decreto Delegato n. 7/2025.

Non può essere condivisa la prospettazione difensiva secondo cui i messaggi contestati costituirebbero mere espressioni enfatiche o dichiarazioni non destinate a essere prese alla lettera. Sebbene sia fisiologico che la pubblicità valorizzi le qualità del prodotto promosso, la legittima enfasi pubblicitaria incontra un limite nella veridicità delle informazioni diffuse e nella loro capacità di non indurre in errore il consumatore medio. Nel caso di specie, i messaggi pubblicitari non si limitavano a descrivere in termini generici i benefici del prodotto, ma promettevano risultati specifici, misurabili e particolarmente incisivi, prospettando l'eliminazione definitiva delle discromie cutanee del viso entro una settimana di utilizzo.

I *claim* pubblicitari contestati, lungi dal limitarsi a valorizzare le qualità del prodotto, prospettano ai consumatori effetti straordinari e misurabili, idonei a generare aspettative non realistiche circa l'efficacia del prodotto e a indurre il consumatore medio a ritenere di poter conseguire una soluzione definitiva e permanente al problema della pigmentazione cutanea. Le risultanze istruttorie non hanno tuttavia evidenziato l'esistenza di adeguati studi o evidenze scientifiche idonei a supportare tali vanti prestazionali.

La decettività dei messaggi risulta ulteriormente accentuata dalla circostanza che essi si rivolgono a consumatori interessati alla soluzione di una problematica estetica particolarmente avvertita, quale quella delle discromie del viso. La promessa di risultati certi, rapidi e risolutivi è pertanto suscettibile di esercitare una particolare forza attrattiva e di incidere in misura significativa sulle decisioni economiche dei destinatari. Ne consegue che le comunicazioni commerciali in esame non rappresentano una semplice enfatizzazione delle qualità del prodotto, bensì attribuiscono allo stesso caratteristiche ed effetti che non trovano adeguato riscontro nelle evidenze disponibili.
Esse risultano pertanto idonee a falsare il comportamento economico del consumatore medio, inducendolo ad assumere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti adottato e integrano, conseguentemente, una pratica commerciale lesiva dei principi di correttezza e diligenza professionale.
Né può assumere rilievo la circostanza che la vicenda oggetto del procedimento costituirebbe un episodio isolato, visto che la disciplina delle pratiche commerciali scorrette configura un illecito di pericolo, per la cui integrazione è sufficiente l'idoneità della condotta a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, mentre non è richiesta la dimostrazione dell'effettiva lesione di una pluralità dei consumatori. Pertanto, l'asserita occasionalità dell'episodio non vale ad escludere la violazione accertata.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

Parimenti irrilevante è il richiamo all'autonoma attività dei *publisher*. Il professionista che si avvale di soggetti terzi per la promozione dei propri prodotti è infatti tenuto a esercitare un adeguato controllo sulle comunicazioni diffuse nel proprio interesse economico. La stessa Società ha riconosciuto che la rete di *publisher* esterni che operano nel suo interesse economico e dai cui risultati trae diretto beneficio impone uno specifico obbligo di vigilanza e controllo sulle modalità di diffusione della comunicazione commerciale.

L'impresa che si avvale di soggetti terzi per la promozione dei propri prodotti è tenuta ad adottare adeguati sistemi di monitoraggio, controllo e tempestiva rimozione dei contenuti non conformi alla normativa consumeristica.

Il fatto stesso che la società abbia successivamente dichiarato di avere rafforzato i controlli sulle attività promozionali e sulle *landing pages* conferma la consapevolezza della necessità di implementare misure di vigilanza efficaci. Tali iniziative possono essere apprezzate ai fini della determinazione della sanzione e della valutazione del comportamento collaborativo dell'operatore, ma non fanno venir meno l'esistenza della pratica precedentemente realizzata, né ad escluderne la contrarietà alla diligenza professionale.

4.2 Sulla pratica di cui all'art. 6, comma 1, punto b), del D.D. n.7/2025.

Le risultanze istruttorie evidenziano, altresì, che l'operatore ha costruito la propria offerta commerciale attorno a una garanzia di soddisfazione particolarmente rassicurante, rappresentata ai consumatori come semplice, immediata e sostanzialmente priva di rischi.

La promessa di ottenere la restituzione integrale delle somme versate entro 365 giorni dall'acquisto, mediante bonifico istantaneo o comunque entro 48 ore dalla richiesta, risultava idonea a ridurre il rischio percepito dell'acquisto e ad accrescere l'attrattività dell'offerta commerciale.

Le evidenze istruttorie evidenziano, tuttavia, una significativa divergenza tra il livello di tutela prospettato nella fase promozionale e quello concretamente assicurato nella gestione delle richieste formulate dagli acquirenti. Dalla documentazione in atti emerge, infatti, che la consumatrice segnalante ha dovuto reiterare più volte le proprie richieste prima di ottenere il rimborso, che è stato corrisposto con tempistiche significativamente superiori a quelle prospettate nella comunicazione commerciale.

La criticità accertata consiste nella circostanza che le concrete modalità di gestione del rapporto post-vendita non risultavano coerenti con l'immagine di immediatezza, semplicità ed efficienza veicolata nei messaggi promozionali. La garanzia di rimborso è stata utilizzata con il preciso intento di rafforzare l'affidamento dei consumatori sull'offerta commerciale, senza che alle aspettative così generate corrispondesse un sistema di assistenza in grado di assicurare, con analoga immediatezza, l'effettivo esercizio dei diritti promessi.

Contrariamente a quanto rappresentato nei messaggi promozionali, gli elementi acquisiti evidenziano che l'ottenimento del rimborso non avveniva con le modalità semplificate prospettate ai consumatori. In particolare, la procedura richiedeva numerosi solleciti, la restituzione del prodotto, il sostenimento delle spese di spedizione e l'allegazione della lettera di vettura.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

Tali adempimenti appaiono idonei a rendere più gravoso, lento e oneroso l'accesso al rimborso promesso "*entro 48 ore e senza obbligo di restituzione del prodotto*". La successiva eliminazione di tali ostacoli, pur valutabile favorevolmente quale misura correttiva, conferma la consapevolezza della Parte che, nella fase precedente, sussistevano criticità suscettibili di incidere sulla concreta fruibilità della garanzia pubblicizzata.

La condotta accertata risulta, pertanto, idonea ad alterare la percezione del rischio connesso all'acquisto e a indurre il consumatore ad attribuire all'offerta commerciale un grado di affidabilità e di tutela successiva all'acquisto, superiore a quello concretamente assicurato dall'operatore.

4.3 Conclusioni

Alla luce delle considerazioni che precedono, l'Autorità ritiene che le condotte contestate risultino contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, integrando pertanto pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 5 e 6 del Decreto Delegato n.7/2025.

5. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

L'art. 30 del Decreto Delegato n.160/2024 dispone che l'Autorità possa applicare una sanzione amministrativa pecuniaria da euro 300,00 (trecento//00) ad euro 30.000,00 (trentamila//00).

In ordine alla quantificazione della sanzione, deve tenersi conto dei criteri esemplificativi, ma non esaustivi, individuati dall'art. 6 del Decreto Delegato n. 206/2024, come modificato dal Decreto Delegato 29 ottobre 2026 n. 168, applicabile alle sanzioni previste dell'art. 30 del Decreto Delegato n. 160/2024. Specificamente: *la natura, gravità, entità e durata della violazione; le eventuali azioni intraprese dall'operatore economico per attenuare il danno subito dai consumatori o per porvi rimedio; le eventuali violazioni commesse in precedenza dall'operatore economico**;** i benefici finanziari conseguiti o le perdite evitate dall'operatore economico in conseguenza della violazione, se i relativi dati sono disponibili; le sanzioni inflitte all'operatore economico per la medesima violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri; gli eventuali altri fattori aggravanti o attenuanti applicabili alle circostanze del caso*.

Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame che sono stati accertati due distinti profili di scorrettezza concernenti, rispettivamente, le caratteristiche e l'efficacia del prodotto pubblicizzato e le modalità di esercizio della garanzia di rimborso promessa ai consumatori. Deve inoltre considerarsi l'ampia capacità di diffusione della pratica, veicolata attraverso internet e social network, canali caratterizzati da un'elevata pervasività e dalla potenziale idoneità a raggiungere un numero considerevole di consumatori.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal mese di ottobre 2025. Considerato che, nell'ultima memoria, la Parte ha dichiarato di aver adeguato la comunicazione promozionale ai canoni legali di veridicità e correttezza, la pratica si considera cessata alla data del 9 novembre 2026.

Con riferimento ai benefici finanziari conseguiti dall'operatore economico in conseguenza della violazione, non risultano agli atti elementi idonei a consentirne una puntuale quantificazione. Nella determinazione dell'importo della sanzione si è tuttavia tenuto conto delle dimensioni economiche dell'impresa, desumibili dal fatturato disponibile agli atti, al fine di assicurare che la misura risulti proporzionata ed effettivamente deterrente.

L'Autorità ha valutato favorevolmente l'atteggiamento collaborativo manifestato dall'operatore nel corso del procedimento e le misure correttive. Tuttavia, considerato che tali iniziative sono state rappresentate in termini meramente dichiarativi e non risultano adeguatamente supportate da documentazione comprovante la loro effettiva implementazione, esse possono essere considerate soltanto in misura limitata ai fini della riduzione della sanzione.

L'Autorità ha altresì considerato, quali circostanze attenuanti, l'assenza di precedenti accertati, il comportamento collaborativo tenuto dall'operatore nel corso del procedimento e le iniziative correttive successivamente dichiarate nell'ultima memoria.

Si tiene altresì conto del fatto che il presente procedimento si inserisce nel quadro delle prime applicazioni delle disposizioni sanzionatorie in materia di tutela del consumatore. Tale elemento giustifica una quantificazione contenuta della sanzione, ferma restando la necessità di assicurarne l'effettiva funzione deterrente e dissuasiva.

Sulla base della complessiva valutazione di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società ER COSMETICS S.R.L. nella misura di 4.000 (quattromila) euro.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni sopra esposte, che la pratica commerciale risulta scorretta ai sensi degli artt. 5 e 6 del Decreto Delegato n. 7/2025, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante informazioni non rispondenti al vero sulle caratteristiche del prodotto e sui risultati ottenibili attraverso il suo impiego, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dall'operatore, nonché idonea, mediante condotte omissive e ostruzionistiche, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali;

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Autorità di Vigilanza dei Consumatori
c/o Ufficio Attività Economiche
Via 28 Luglio, 196 - 47893 Borgo Maggiore B4

Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto 2 del presente provvedimento, posta in essere dalla società ER COSMETICS costituisce, per le ragioni e nei limiti esposto in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. artt. 5 e 6 del Decreto Delegato n. 7/2025 e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare, per le violazioni accertate, una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000 (quattromila) euro alla società ER COSMETICS S.R.L.;

c) che l'operatore entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, fornisce all'Autorità una dettagliata e documentata relazione delle iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e b) ai sensi i sensi dell'art. 6-sedecies, comma 4, del Decreto Delegato n. 206/2024.

La società ER COSMETICS S.R.L., nella persona del suo Legale Rappresentante SERRA ENTONI, dovrà, pertanto, pagare, entro 6 (sei) mesi dal ricevimento del presente provvedimento, la somma di 4.000,00 (quattromila) euro.

Si ricorda della possibilità di esercitare la facoltà di oblazione volontaria prevista dall'articolo 33 della Legge 28 giugno 1989 n.68 e s.m.i., pagando, entro il termine di 20 giorni dal ricevimento del presente provvedimento, la somma di 2.000,00 (duemila) euro, pari alla metà della sanzione pecuniaria prevista dalla vigente normativa.

Avverso al presente provvedimento è possibile esperire ricorso come indicato dall'art. 30, comma 4, del D.D. n.160/2024.

Il pagamento dovrà essere effettuato presso Istituti di Credito della Repubblica di San Marino, mediante utilizzo del bollettino di pagamento allegato (All.2), o a mezzo bonifico bancario

Intestato a: ECCELLENTISSIMA CAMERA

IBAN: SM81K0322509800000010006039

Descrizione: Ing.1/2026 coe29806 - AREA 210 - CAUSALE 733

debitamente compilato nell'importo a seconda che il pagamento avvenga con oblazione entro il termine di 20 giorni dal ricevimento ovvero per intero entro il termine di 6 mesi.
In difetto di quanto sopra, trascorso il termine di sei mesi previsto dalla legge, si avvierà la procedura di iscrizione a Ruolo per la riscossione dell'importo dovuto, (pari all'importo della sanzione raddoppiata, così come previsto dall'articolo 34 della Legge 28 giugno 1989 n.68) ai sensi del Titolo II della Legge 25 maggio 2004 n.70.

Copia dell'originale conservato presso la Pubblica Amministrazione (Art.85sexies,co.2-4,D156/05 smi)

Autorità di Vigilanza dei Consumatori
c/o Ufficio Attività Economiche
Via 28 Luglio, 196 - 47893 Borgo Maggiore B4

Ai sensi dell'art. 31 del Decreto Delegato n.160/2024, in caso di recidiva delle violazioni della presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa aumentata fino a tre volte tanto nel minimo quanto nel massimo, tenuto conto della gravità dell'infrazione. Nei casi di reiterata violazione è prevista anche la sanzione accessoria della sospensione dell'attività di impresa per un periodo da tre a novanta giorni correnti.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nella sezione dedicata all'Autorità di Vigilanza dei Consumatori sul Portale della Pubblica Amministrazione per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

IL PRESIDENTE
ROBERTA FRASCIONE



Partenza: AOO AOO-02, N. Prot. 00111287 del 13/11/2026