



*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 settembre 2026;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, “Codice del consumo”);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*”, adottato dall’Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, “Regolamento”);

VISTA la comunicazione dell’11 febbraio 2026¹, con cui è stato avviato il procedimento PS13022 nei confronti della società Procter & Gamble S.r.l.;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 27 marzo 2026², con la quale la società Procter & Gamble S.r.l. ha presentato, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 10 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata in data 2 aprile 2026³ e 29 maggio 2026⁴;

VISTA la propria decisione del 26 maggio 2026⁵ con la quale è stato prorogato il termine di conclusione del procedimento al 6 novembre 2026, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista;

1 Cfr. Doc. n. 6

2 Cfr. Doc. n. 13

3 Cfr. Doc. n. 14

4 Cfr. Doc. n. 19

5 Cfr. Doc. n. 18

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Procter & Gamble S.r.l. (C.F./ P.I. 05858891004), in qualità di professionista (di seguito anche “Società”, “Professionista”, “P&G”), ai sensi dell’articolo 18, lettera b), del Codice del consumo, è attiva nella commercializzazione di una vasta gamma di prodotti per la cura della persona, della casa e della salute, inclusi prodotti elettrici ed elettronici.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la condotta del Professionista consistente nella diffusione, nella fase promozionale, di informazioni potenzialmente ingannevoli e omissive circa l’efficacia e la durata dei risultati d’uso dell’epilatore a luce pulsata Braun Skin i-expert, nonché riguardo ai possibili rischi ed effetti collaterali connessi all’utilizzo del dispositivo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L’iter del procedimento

3. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 11 febbraio 2026⁶, è stato comunicato l’avvio del procedimento istruttorio PS13022 a Procter & Gamble S.r.l.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stata formulata una richiesta di informazioni al Professionista, ai sensi dell’articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del consumo e dell’articolo 12, comma 1, del Regolamento.

6 Cfr. Doc. n. 6

5. Il Professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 17 febbraio 2026⁷ a seguito dell'istanza presentata in data 16 febbraio 2026⁸.
6. In data 13 marzo 2026⁹ il Professionista ha depositato la propria memoria difensiva e contestualmente ha fornito risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.
7. In data 27 marzo 2026¹⁰, il Professionista ha presentato una proposta di impegni, integrata in data 2 aprile 2026¹¹ e 29 maggio 2026¹², ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10 del Regolamento. In data 4 maggio 2026¹³ il Professionista aveva presentato istanza di proroga del termine per il deposito della versione integrata degli Impegni, che con comunicazione del 5 maggio 2026¹⁴ era stata accolta, fissando il termine al 29 maggio 2026.
8. In data 9 luglio 2026¹⁵, è stata comunicata alla Parte la chiusura della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento.
9. In data 13 luglio 2026¹⁶, è stato richiesto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 17, comma 2, del Regolamento, che è pervenuto in data 7 agosto 2026¹⁷.

III.2. Le evidenze acquisite e gli impegni del Professionista

10. Il presente procedimento, secondo la prospettazione dell'avvio, verte sulla diffusione di messaggi promozionali potenzialmente ingannevoli/omissivi relativi all'epilatore Skin i-expert. Tali messaggi sono stati diffusi, a partire dal mese di marzo 2024, data di immissione sul mercato italiano del prodotto, tramite vari canali di comunicazione, quali spot televisivi e video online, pagina web dedicata al prodotto <https://it.braun.com/it-it/female-hair-removal/silk-expert-pro-ipl/skin-i-expert-ipl> (di seguito anche il Sito), *social media* (soprattutto tramite *influencer*), materiali nei punti vendita e cartellonistica stradale.
11. I *claim*, oggetto di avvio dell'istruttoria, erano:

7 Cfr. Doc. n. 10

8 Cfr. Doc. n. 8

9 Cfr. Doc. n. 12

10 Cfr. Doc. n. 13

11 Cfr. Doc. n. 14

12 Cfr. Doc. n. 19

13 Cfr. Doc. n. 16

14 Cfr. Doc. n. 17

15 Cfr. Doc. n. 20

16 Cfr. Doc. nn. 23 e 24

17 Cfr. Doc. n. 25

- “Goditi due anni libera da peli e dalla depilazione”; “Goditi la libertà di due anni di pelle liscia”;
- “riduzione del 94% dei peli anche dopo due anni”; “Ottieni due anni di pelle liscia”, evidenziando anche con “Risultati visibili dalla 1° seduta” e garantendo un’“epilazione sempre sicura”.

12. L’efficacia del trattamento era indicata come variabile (“da persona a persona” in base alla tipologia di pelle), e gli effetti erano raggiungibili solo “seguendo il programma consigliato”.

13. Con comunicazione pervenuta in data 27 marzo 2026¹⁸, successivamente integrata in data 2 aprile 2026¹⁹ e 29 maggio 2026²⁰, il Professionista ha presentato la seguente proposta di impegni, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 10 del Regolamento:

Impegno n. 1 - Modifica dei *claim* incentrati sulla libertà dai peli per 2 anni

Il Professionista si impegna a sostituire i *claim*, oggetto dell’avvio dell’istruttoria, quali:

- “Goditi due anni libera dai peli e dalla depilazione!”;
- “2 anni di pelle liscia”;
- “2 anni liberi dalla depilazione?”;
- “Goditi la libertà di due anni di pelle liscia”;
- “Ottieni due anni di pelle liscia” con il seguente “**Nuovo claim**”:
 - “(Goditi un’)epilazione a lunga durata, comodamente da casa*”, a cui verrà abbinato il seguente disclaimer: “*Verifica regimi d’uso, compatibilità con colore di pelle e peli, avvertenze e controindicazioni su [...]” (Cfr. Fig. 1). Tale dicitura opererà un rinvio – tramite *link* o *QR Code* – alla pagina dedicata alla “Depilazione femminile | Braun IT”, pubblicata sul sito web del prodotto, laddove il *link* sia direttamente cliccabile dal consumatore, in modo da consentirgli di essere immediatamente reindirizzato al contenuto della pagina web. Laddove, invece, il *link* non sia cliccabile (ad es. materiali per il punto vendita, spot TV), sarà reso disponibile un *QR Code*.

18 Cfr. Doc. n. 13

19 Cfr. Doc. n. 14

20 Cfr. Doc. n. 19

In merito ai contenuti della nuova campagna promozionale il Professionista, a titolo esemplificativo, ha fornito i *layout*, gli *animatic* o gli *storyboard* dei nuovi materiali che andranno a sostituire quelli precedenti all'avvio istruttorio (Cfr. allegato al provvedimento).



Fig. 1: Esempio del Nuovo Claim

Impegno n. 2 – rinuncia ed eliminazione del claim “Riduzione del 94% dei peli anche dopo 2 anni”

Il Professionista rinuncia e si impegna ad eliminare il claim “Riduzione del 94% dei peli anche dopo 2 anni”.

Impegno n. 3 – rinuncia ed eliminazione del claim “epilazione sempre sicura”

Il Professionista rinuncia e si impegna ad eliminare il claim “epilazione sempre sicura”.

Impegno n. 4 – rinuncia ed eliminazione del claim “risultati visibili dalla 1° seduta”

Il Professionista rinuncia e si impegna ad eliminare il claim “risultati visibili dalla 1° seduta”.

Impegno n. 5 – Inserimento di un riferimento a “avvertenze e controindicazioni” e predisposizione di pagine informative dedicate accessibili tramite link e/o QR code

Il Professionista si impegna a chiarire, nella nuova campagna promozionale e in ogni materiale pubblicitario relativo al prodotto, che Braun Skin i-expert è una tecnologia non adatta a tutti e che occorre esaminare le avvertenze e le controindicazioni relative all’uso del prodotto. Nella comunicazione del Professionista verrà posta enfasi sull’opportunità di verificare la compatibilità del tono della propria pelle e del colore dei propri peli, così come di esaminare le avvertenze e le controindicazioni, inserendo il Nuovo Disclaimer (in presenza del Nuovo Claim) e/o altra modalità grafica di rinvio ad una pagina informativa dedicata. A tale fine, verrà realizzata dal Professionista una *landing page* informativa dedicata ai consumatori italiani, facilmente accessibile tramite *QR code* sempre attivo (Cfr. Fig. 2) o link – a seconda del *touchpoint* di provenienza. Tale pagina conterrà:

- a) informazioni dettagliate sulla tecnologia IPL;
- b) guida nella verifica della compatibilità del proprio tono della pelle e del colore dei peli rispetto a tale tecnologia;
- c) informazioni di carattere generale sull’utilizzo di un dispositivo a luce pulsata e sui possibili regimi di trattamento compatibili con il prodotto, nonché sulle avvertenze e controindicazioni e su altri aspetti rilevanti.

A titolo esclusivamente esemplificativo è stato presentato un possibile *layout* della nuova campagna promozionale con QR code:



Fig. 2: Esempio di QR Code

Impegno n. 6 - Modifica della natura della garanzia “100 giorni di garanzia sul rimborso”

Il Professionista si impegna a prolungare di 6 mesi la validità della sua iniziativa “100 giorni di garanzia sul rimborso”, attualmente valida dal 1° luglio 2023 al 30 giugno 2026, fino al 31 dicembre 2026, con l’obiettivo di fornire ai consumatori una ulteriore e maggiore tutela in caso di acquisto del prodotto, senza vincoli di sorta.

Impegno n. 7 - Lancio campagna educational

Il Professionista si impegna a lanciare una campagna di sensibilizzazione a favore dei consumatori sull’uso della tecnologia IPL e, in particolare, sull’uso del Prodotto (di seguito, “Campagna Educational IPL”), la cui promozione potrà essere effettuata attraverso i canali *social* di P&G.

III.3. Tempistica di attuazione degli Impegni

14. Gli impegni sopra descritti saranno attuati secondo differenti tempistiche necessarie per dare attuazione a ciascuna misura, non superando ciascuna di esse il termine massimo di centoventi giorni dalla notifica del presente provvedimento.

Il Professionista si impegna ad attuare **entro quattro (4) settimane** dalla data di ricezione dalla comunicazione del provvedimento di accettazione degli Impegni le seguenti misure:

- la **revisione e diffusione dei contenuti digitali** della Campagna (spot, video *shoppable*, video distribuiti online, affissioni, contenuti di *influencer*) come descritti nel formulario ripresentato (Impegni nn. I, II, III e IV);
- la **creazione della pagina informativa associata ad un hyperlink o ad un QR code**, volta a fornire ulteriori informazioni e dettagli ai consumatori, incluse le avvertenze e le controindicazioni nell’uso del Prodotto (Impegno n. V);
- la **proroga della garanzia “100 giorni di garanzia sul rimborso” per ulteriori sei mesi** (Impegno n. VI);
- il **lancio della Campagna Educational IPL** (Impegno n. VII).

Con specifico riferimento ai contenuti degli influencer, la tempistica di attuazione dell’impegno coincide con l’invio del *brief* agli *influencer* che P&G

avrà ingaggiato alla data della ricezione del provvedimento di accettazione degli Impegni. Il *brief* contiene le istruzioni necessarie per la produzione di contenuti promozionali sul prodotto. Per la diffusione di contenuti in linea con tale *brief* sono necessari periodi di esecuzione più lunghi, che dipendono sia dai tempi tecnici necessari a tali soggetti per la produzione dei propri contenuti sia, soprattutto, dai termini pattuiti nei singoli contratti in essere tra P&G e ciascun *influencer*. In ogni caso, sulla base della pianificazione attualmente prevista, la diffusione della Campagna tramite gli *influencer* è programmata tra settembre e dicembre 2026.

Entro il medesimo termine di **quattro (4) settimane** dalla data di ricezione dalla comunicazione del provvedimento di accettazione degli Impegni, inoltre, il Professionista si impegna a rimuovere i materiali pubblicitari digitali che riportano i *claim* in contestazione, tra cui:

- **i post e i video** e, in generale, ogni contenuto contenente i *claim* in contestazione presente **sui profili social di P&G, inclusi quelli pubblicati sui marketplace Amazon e MediaWorld;**
- **i post e i video** e, in generale, ogni contenuto contenente i *claim* in contestazione **dai profili social degli *influencer*** che sono stati ingaggiati da P&G per la promozione del Prodotto durante il periodo in contestazione.

Per la pubblicazione del nuovo contenuto del sito web, versione italiana del sito accessibile da ogni parte del mondo in cui il prodotto è commercializzato, il Professionista si impegna a dare esecuzione agli Impegni **entro un (1) mese dalla ricezione del provvedimento** di accoglimento degli Impegni da parte dell'Autorità.

Il Professionista si impegna a rimuovere dai punti vendita i materiali in contestazione **e a distribuire quelli nuovi** realizzati in conformità ai presenti Impegni, entro **120 (centoventi) giorni dalla ricezione del provvedimento** di accoglimento degli Impegni da parte dell'Autorità. I materiali per il punto vendita devono essere fisicamente progettati nella versione definitiva, stampati e distribuiti capillarmente, con tempi tecnici di produzione grafica, stampa e logistica non comprimibili, essendo dislocati presso una molteplicità di rivenditori terzi (GDO, catene di elettronica, negozi specializzati) su tutto il territorio nazionale e, tra l'altro, la sostituzione di tali materiali richiede la collaborazione attiva dei singoli *retailer*. Il Professionista si impegna, altresì, a procedere al ritiro fisico dei materiali contenenti i *claim* in contestazione

presso i singoli punti vendita, operazione che richiede un ulteriore coordinamento logistico con ciascun rivenditore.

15. Una volta completata l'attuazione degli Impegni, il Professionista si impegna a trasmettere all'Autorità una relazione dettagliata attestante l'integrale adempimento degli Impegni assunti.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata veicolata tramite TV e video *online*, sito *web* e *social media*, in data 13 luglio 2026²¹ è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

17. Con delibera n. 208/26/CONS del 29 luglio 2026 pervenuta in data 7 agosto 2026²², la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere, limitando le proprie valutazioni all'attitudine degli specifici mezzi di comunicazione, utilizzati per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

18. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che *“con riferimento al caso di specie, i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dalla Società, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni fornite dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”* ha ritenuto che *“nel caso di specie televisione e Internet siano strumenti di comunicazione idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità.”*

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

19. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista, valutata la loro ammissibilità alla luce delle circostanze del caso di specie, siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestata

²¹ Cfr. Docc. nn. 23 e 24

²² Cfr. Doc. n. 25

nella comunicazione di avvio del 17 febbraio 2026. Su di un piano generale, si osserva che le misure proposte tengono conto di tutti i profili, oggetto dell'istruttoria, e appaiono risolutive, offrendo una maggior chiarezza e completezza delle informazioni circa l'efficacia e la durata dei risultati d'uso del prodotto, nonché riguardo ai possibili rischi ed effetti collaterali connessi all'utilizzo del dispositivo.

20. In particolare, con l'Impegno n. 1, il Professionista si impegna ad eliminare, nei *claim* promozionali di Braun Silk i-expert, il riferimento alla tempistica di 2 anni di efficacia del trattamento ("*2 anni di pelle liscia*" o "*2 anni liberi dalla depilazione*"), utilizzando una formulazione che fa riferimento solo ad un'epilazione a lunga durata. Inoltre, il Nuovo Claim ("*Goditi un'epilazione a lunga durata, comodamente da casa**") è abbinato ad un nuovo *disclaimer* con varie avvertenze e controindicazioni (Nuovo Disclaimer, "**Verifica regimi d'uso, compatibilità con colore di pelle e peli, avvertenze e controindicazioni su [...]*").

21. Questa soluzione costituisce una modifica significativa del paradigma della campagna promozionale di Braun Skin i-expert, in quanto il dispositivo viene promosso come un sistema di epilazione a lunga durata senza alcun riferimento specifico ai tempi di trattamento richiesti e alla durata dei risultati. Tale *claim*, pur mantenendo ancora un'enfasi sull'efficacia dei risultati, appare più veritiero, e soprattutto rinuncia alla promessa di efficacia per 2 anni.

22. Il Nuovo Disclaimer fornisce informazioni al consumatore circa la necessità di verificare i regimi di trattamento, la compatibilità della pelle e del colore dei peli, le avvertenze e le controindicazioni sulle pagine informative *online* che verranno realizzate da P&G. Tale soluzione rimuove il profilo rilevato nei precedenti *claim* incentrati sulla libertà dai peli per due anni.

23. Inoltre, attraverso gli impegni nn. 2, 3 e 4 con la rimozione, nelle campagne promozionali del Prodotto, dei *claim* contestati, quali "*Riduzione del 94% dei peli anche dopo 2 anni*", "*epilazione sempre sicura*" e "*risultati visibili dalla 1° seduta*", vengono eliminati altri elementi informativi, oggetto di istruttoria.

24. Infine, la proposta di Impegni risulta rafforzata attraverso le ulteriori misure proposte. Gli Impegni nn. 5, 6 e 7 costituiscono un "*quid pluris*" della proposta del Professionista che si impegna:

a) a garantire la presenza del riferimento alle "*avvertenze e controindicazioni*" nella nuova campagna promozionale, in ogni materiale pubblicitario relativo al Prodotto, predisponendo pagine informative dedicate accessibili tramite *link* e/o *QR code*;

b) a prolungare di 6 mesi l'iniziativa dei 100 giorni di garanzia per ottenere il rimborso dell'importo versato per l'acquisto del prodotto in caso di restituzione, al fine di tutelare i consumatori in relazione all'acquisto del prodotto;

c) ad effettuare il lancio di una campagna di sensibilizzazione sulla tecnologia a luce pulsata e sull'uso del prodotto ("Campagna Educational IPL"), finalizzata a promuovere una più ampia consapevolezza nei consumatori circa le caratteristiche intrinseche della tecnologia IPL, le relative avvertenze e le possibili controindicazioni, nonché per favorire l'individuazione dei soggetti ai quali tale tecnologia è destinata.

In particolare, gli Impegni nn. 5 e 6 appaiono misure integrative concrete a completamento della proposta.

25. Alla luce delle suesposte considerazioni, e dei termini per la loro attuazione, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Procter & Gamble S.r.l., nei termini sopra indicati, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Procter & Gamble S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti della società Procter & Gamble S.r.l. gli impegni dalla stessa presentati, come descritti nella dichiarazione allegata, che costituisce parte integrante del provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 10, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Procter & Gamble S.r.l., con una relazione dettagliata, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni, alle rispettive scadenze, entro centoventi giorni dalla data di pubblicazione della presente delibera.

Ai sensi dell'articolo 10, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il Professionista non dia attuazione agli impegni assunti;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

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 10.000.000 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Saverio Valentino