



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXIX - n. 43

**Publicato sul sito www.agcm.it
28 ottobre 2019**

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
C12259 - OAKTREE POWER OPPORTUNITIES FUND V (CAYMAN) HOLDINGS/CEBAT COSTRUZIONI ELETTRICHE BASSA ALTA TENSIONE	
<i>Provvedimento n. 27950</i>	<i>5</i>
C12260 - CASSA DEPOSITI E PRESTITI/FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO	
<i>Provvedimento n. 27951</i>	<i>10</i>
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	13
AS1621 - SERVIZI DI ASSEVERAZIONE DEI PIANI ECONOMICI FINANZIARI	13
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	17
IP323 - BLUE PANORAMA-SISTEMA DI PRENOTAZIONE CHECK-IN E ALTRI PROFILI	
<i>Provvedimento n. 27952</i>	<i>17</i>
PS11263 - TIGER SHOP-ORDINI ANNULLATI	
<i>Provvedimento n. 27953</i>	<i>24</i>
PS11291 - HP GROUP/PLAZALO.COM-PROBLEMATICHE VARIE	
<i>Provvedimento n. 27954</i>	<i>35</i>
PS11425 - TECNO TRADE-VENDITE ON LINE	
<i>Provvedimento n. 27955</i>	<i>47</i>

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12259 - OAKTREE POWER OPPORTUNITIES FUND V (CAYMAN) HOLDINGS/CEBAT COSTRUZIONI ELETTRICHE BASSA ALTA TENSIONE *Provvedimento n. 27950*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della Oaktree Power Opportunities Fund V (Cayman) Holdings, L.P., pervenuta in data 17 settembre 2019;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Oaktree Power Opportunities Fund V (Cayman) Holdings, L.P. (di seguito, Oaktree POF V) è un fondo di *private equity* indirettamente gestito dalla società di *asset management* Oaktree Capital Group LLC, a sua volta indirettamente controllata da Oaktree Capital Group Holdings GP LLC, con sede a Los Angeles (USA), le cui azioni sono quotate presso la Borsa di New York (di seguito, collettivamente Gruppo Oaktree).

Il Gruppo Oaktree è attivo nella prestazione di servizi di *asset management* con esperienza in investimenti in diversi settori, tra i quali figurano i crediti, il *private equity*, il *real estate* e i titoli azionari quotati.

Il Gruppo Oaktree, nel corso del 2018, ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di circa [30-40]* miliardi di euro, di cui circa [3-4] miliardi di euro generati in Europa e circa [100-498] milioni di euro in Italia.

2. C.E.B.A.T. Costruzioni Elettriche Bassa Alta Tensione S.r.l. (di seguito C.E.B.A.T.) è una società prevalentemente attiva nei settori dell'impiantistica, interconnessione, manutenzione e sviluppo di linee di distribuzione elettrica, di cabine di conversione primaria e secondaria, nonché di impianti di illuminazione pubblica ed elettrici. La società è inoltre coinvolta in un progetto di manutenzione di reti idriche e fognarie nel Lazio, nonché in un progetto di installazione di impianti fotovoltaici presso di stabilimenti di Trenitalia nelle città di Milano, Roma e Napoli.

Il capitale sociale di C.E.B.A.T. è interamente detenuto in parti uguali da tre persone fisiche.

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

Nel 2018 C.E.B.A.T. ha realizzato, a livello mondiale, un fatturato di [30-100] milioni di euro, di cui [30-100] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata è stata preceduta dalle seguenti fasi:

- a) costituzione, da parte del gruppo acquirente, di una società veicolo denominata Cebat Holding S.p.A. (di seguito HoldCo), il cui capitale sociale è detenuto per il 70% da OCM Luxemburg POF V Sarl (controllata da Oaktree POF V) e per il 30% da OCM Luxemburg EPF IV Sarl (appartenente al Gruppo Oaktree);
- b) costituzione, da parte di C.E.B.A.T., di una società avente medesima denominazione¹ (di seguito Newco) alla quale ha trasferito tutte le proprie attività di impiantistica, interconnessione elettrica, manutenzione elettrica e idrica e sviluppo di linee elettriche.

4. L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Oaktree POF V e di OCM Luxemburg EPF IV, mediante HoldCo, di una quota pari all'80% del capitale sociale della Newco, mentre il restante 20% del capitale sociale continuerà ad essere detenuto da C.E.B.A.T. Secondo quanto comunicato, C.E.B.A.T. non beneficerà dei diritti di veto e il Gruppo Oaktree avrà diritto di nominare la maggioranza dei membri del Consiglio di Amministrazione dell'acquisita. Ne consegue che, al perfezionamento dell'operazione, il Gruppo Oaktree deterrà indirettamente il controllo esclusivo dell'acquisita, attraverso Oaktree POF V.

Restrizioni accessorie

5. Per il periodo in cui deterrà una partecipazione nella Newco e fino a cinque anni dalla data in cui cesserà di detenere, direttamente o indirettamente, una partecipazione nella Newco, C.E.B.A.T. si impegna a fare in modo che – nel territorio italiano – essa stessa, i soci venditori, i relativi congiunti e cognati, nonché i soggetti nei quali C.E.B.A.T. e i soci venditori detengono partecipazioni di controllo e non di controllo:

- non posseggano, operino, gestiscano, controllino, siano affiliati, vengano assunti in o si occupino di, diventino consulenti di, siano impegnati o coinvolti in, abbiano interessi finanziari o di altro tipo in, in qualsiasi modo assistano o cooperino con imprese in concorrenza con la Newco;
- non assumano, offrano di assumere, cerchino di attirare, sollecitino l'assunzione di, richiedano i servizi di dipendenti della Newco.

6. Secondo quanto comunicato, i suddetti obblighi di non concorrenza non trovano applicazione nel settore delle energie rinnovabili, con la sola eccezione delle attività di costruzione e/o manutenzione di fonti di energia rinnovabili svolte a favore di clienti terzi, né nel settore della costruzione e ristrutturazione di edifici.

¹ In particolare, in data 12 giugno 2019 è stata costituita una nuova società denominata C.E.B.A.T. Costruzioni Elettrica Bassa e Alta Tensione S.r.l., controllata dalla C.E.B.A.T. Costruzioni elettrica Bassa e Alta Tensione S.r.l., ma avente diverso numero di Partita IVA e di REA.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro e il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate, è stato superiore a 30 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza sopra descritto costituisce una restrizione direttamente connessa e necessaria alla realizzazione dell'operazione, in quanto strettamente funzionale alla salvaguardia del valore dell'azienda acquisita, inclusi l'avviamento e il *know-how*, a condizione che esso abbia una durata non eccedente il periodo di tre anni e che la portata merceologica e geografica non ecceda l'attuale ambito di operatività della società oggetto di acquisizione².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

9. Sotto il profilo merceologico, in considerazione dei settori di attività in cui opera la società acquisita, sono interessati i seguenti quattro mercati del prodotto.

10. Il mercato dell'installazione di apparecchiature elettromeccaniche, che comprende la progettazione, la realizzazione e la commercializzazione di sistemi elettrici. Secondo la prassi decisionale dell'Autorità e della Commissione europea, all'interno di tale mercato possono essere individuati i distinti settori delle infrastrutture, dell'industria e degli edifici commerciali³. La definizione dell'area geografica di tale mercato può essere lasciata aperta, potendo esso avere dimensioni nazionali o equivalenti allo spazio economico europeo (di seguito SEE). Ciò in quanto la società acquisita, secondo quanto comunicato, è presente a livello europeo con una quota inferiore al 5%, mentre il Gruppo Oaktree non opera in alcun segmento del mercato in esame, né nei mercati a monte o a valle.

11. Il secondo mercato interessato dall'operazione è quello della gestione e manutenzione di apparecchiature elettromeccaniche, la cui area geografica ha dimensione nazionale⁴. In tale mercato la società acquisita detiene una quota inferiore al 5% mentre il Gruppo Oaktree non è presente.

12. Il terzo mercato del prodotto è quello della costruzione, manutenzione e rinnovamento delle reti idriche e fognarie, il quale, nella prassi decisionale dell'Autorità⁵, fa parte del più ampio mercato della progettazione e realizzazione di progetti di ingegneria civile e industriale. In considerazione

² Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

³ Cfr., tra gli altri, il provvedimento dell'Autorità n. 22883 del 12 ottobre 2011, caso C11260 (Boll. 4/2011) e le decisioni della Commissione Europea COMP/M.5793 del 12 maggio 2010; COMP/M.5701 del 26 marzo 2010.

⁴ Cfr., tra gli altri, il provvedimento dell'Autorità n. 22883 del 12 ottobre 2011, già citato e le decisioni della Commissione Europea COMP/M.5793 e COMP/M.5701, già citate.

⁵ Cfr., tra gli altri, i provvedimenti dell'Autorità del 12 marzo 2019, C12220 – Salini Impreglio /Cossi Costruzioni; 12 settembre 2012, C11768 – Società Italiana per Condotte d'Acqua /INSO – Sistemi per le infrastrutture sociali.

del limitato impatto concorrenziale dell'operazione in esame, può essere lasciata aperta l'esatta definizione dell'area geografica rilevante del mercato in questione, potendo questo essere il territorio nazionale o sovranazionale.

Infatti, su tale mercato la società acquisita, secondo quanto comunicato, detiene una quota, a livello nazionale, inferiore all'1%, mentre il Gruppo Oaktree opera solo nel Regno Unito, con una quota inferiore all'1%. Nel mercato sono peraltro presenti qualificati operatori nazionali come la società Monaco S.p.A., il Consorzio Integra Coop., Infratech Soc. Cons., Gruppo Veolia, Gruppo Acciona, ecc..

13. E' altresì interessato il mercato della produzione, integrazione e distribuzione di sistemi fotovoltaici, la cui area geografica rilevante, secondo la prassi decisionale dell'Autorità e della Commissione europea⁶, potrebbe essere mondiale, tenuto conto dell'uniformità degli *standard* tecnici, dell'omogeneità dei prezzi e dell'assenza barriere significative a livello distributivo determinate dall'ubicazione degli impianti di produzione, dai costi di trasporto e da ostacoli normativi. Tuttavia, in considerazione dei diversi regimi di aiuti di Stato adottati, nonché delle diverse disposizioni fiscali che influenzano i rapporti di prezzo tra sistemi alternativi per la fornitura di energia elettrica, la Commissione europea non ha escluso che il mercato in questione possa essere limitato al territorio nazionale⁷. Su tale mercato la società acquisita detiene una quota inferiore all'1% sia a livello mondiale che a livello nazionale, mentre il Gruppo Oaktree non è attivo in Italia, ma opera esclusivamente in Nord America, attraverso società di portafoglio, detenendo, a livello mondiale, una quota inferiore al 5%. Su tale mercato sono presenti numerosi qualificati operatori mondiali, tra i quali figurano First Solar, Sterling & Wilson, Swinerton Renewable Energy, Abengoa Solar, Juwi AG, Enerparc, SunEdison, Belectric, Bharat Heavy Electricals e Mortenson.

14. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a modificare significativamente le dinamiche concorrenziali nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza intercorso tra le parti risulta accessorio alla presente operazione nei soli limiti descritti in precedenza e che l'Autorità si riserva di valutarlo, laddove ne sussistano i presupposti, nella misura in cui si realizzi oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

⁶ Cfr., tra gli altri, i provvedimenti dell'Autorità del 12 ottobre 2011, C11260 – NBI/Ramo di azienda di Busi Impianti, già citato; 9 marzo 2011, C10954 – Avelar Energy/Kerself.

⁷ Cfr. decisione della Commissione europea del 27 marzo 2001, M.2367 – Siemens/E.On/Shell/SSG.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

C12260 - CASSA DEPOSITI E PRESTITI/FONDO ITALIANO D'INVESTIMENTO*Provvedimento n. 27951*

L' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO il Reg. (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione di Cassa Depositi e Prestiti S.p.A., pervenuta in data 19 settembre 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (di seguito, CDP) è una società attiva nel finanziamento, anche tramite il risparmio postale, di enti pubblici territoriali e non e di iniziative dagli stessi promosse; nell'assunzione di partecipazioni in società di rilevante interesse nazionale; nel finanziamento di opere, impianti, reti e dotazioni destinati alla fornitura di servizi pubblici e alle bonifiche; nella gestione delle partecipazioni trasferite dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (di seguito, MEF) a CDP all'atto della trasformazione della stessa in società per azioni¹.

Da un punto di vista contabile e organizzativo, è prevista una distinzione tra la gestione cosiddetta separata (per le attività di interesse economico generale finanziate attraverso fondi garantiti dallo Stato, attività per le quali in via generale, ai sensi dell'art. 5 del Decreto Legge n. 269/2003, spetta al MEF il potere di indirizzo) e una gestione cosiddetta ordinaria (per le attività finanziate attraverso ordinaria raccolta a condizioni di mercato, attività per le quali CDP ha un potere decisionale autonomo rispetto al MEF).

Il fatturato conseguito da CDP in Italia nell'esercizio 2018 è stato complessivamente pari a [10-20]* miliardi di euro.

2. Fondo Italiano d'Investimento SGR S.p.A. (di seguito, FII) è una società italiana di gestione del risparmio attiva nella gestione di alcuni fondi di investimento immobiliare alternativo di tipo chiuso, riservati ad investitori professionali. Allo stato, i fondi gestiti da FII detengono partecipazioni di controllo nelle società Marval S.r.l., Fonderie di Montorso S.p.A., Seco S.p.A. e Healthcare Group S.r.l..

¹ CDP è la società risultante dalla trasformazione in società per azioni di Cassa Depositi e Prestiti amministrazione dello Stato, disposta dall'art. 5 del Decreto Legge n. 269/2003, convertito con modificazioni nella legge n. 326/2003 e successive modificazioni, il quale ne definisce anche le funzioni, i compiti e l'organizzazione.

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

Il capitale sociale di FII è attualmente detenuto da CDP, per una quota pari al 43%, da Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., DEPOBank – Banca Depositaria Italiana S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A. e Unicredit S.p.A., ciascuna per una quota pari al 12,5%, e da ABI – Associazione Bancaria Italiana e Confindustria, ciascuna con una quota pari al 3,5%. In base alle regole di *governance* della società e in assenza di Patti Parasociali, FII non è soggetta al controllo di alcuno dei soci.

Nel 2018, FII e le società dallo stesso controllate hanno realizzato in Italia un fatturato pari a circa [30-100] milioni di euro, calcolato ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90.

II. L'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'acquisizione da parte di CDP di un ulteriore 25% del capitale sociale di FII, attualmente detenuto in parte da Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. e in parte da DEPOBank – Banca Depositaria Italiana S.p.A., che porterà CDP a detenere il 68% del capitale di FII². In virtù dell'acquisizione di tale quota del capitale sociale, nonché delle regole di *governance* previste nello Statuto e nel Patto parasociale sottoscritto tra i soci, ad esito dell'operazione CDP verrà a detenere il controllo esclusivo su FII.

4. La partecipazione di FII continuerà ad essere assegnata alla gestione separata di CDP e sarà soggetta al controllo di CDP in base a quanto disposto dal DM del MEF del 1° giugno 2016, che espressamente esclude l'esercizio di atti di indirizzo specifici da parte del medesimo Ministero³.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro, e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da almeno due di esse è superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE

6. In ragione dell'attività svolta dalla società oggetto di acquisizione, l'operazione comunicata interessa, primariamente, il mercato del *private equity*⁴, ossia l'attività di acquisizione, gestione, valorizzazione e successiva cessione di partecipazioni, e il mercato del *venture capital*⁵, vale a dire l'attività di finanziamento di iniziative imprenditoriali ad alto contenuto innovativo, attuato mediante assunzione - in via temporanea - di partecipazioni di minoranza al capitale di rischio di

² I restanti soci manterranno le rispettive quote di partecipazione in FII.

³ Tale fattispecie si differenzia dalle partecipazioni che rientrano nella gestione separata e in relazione alle quali il MEF esercita poteri specifici ai sensi del DM 18 giugno 2004.

⁴ Cfr., tra gli altri, provv. 23879 del 6 settembre 2012, C11761 – Synergo/Sofipa SGR.

⁵ Cfr., tra gli altri, provv. 8918 del 23 novembre 2000, C4223 – SEAT Pagine Gialle–De Agostini/Wisequity.

imprese da parte di operatori del settore. Nello specifico, il mercato del *venture capital* si distingue da quello del *private equity* in base alla fase del ciclo di vita dell'impresa rispetto alla quale viene effettuato l'investimento finanziario di carattere temporaneo.

7. La dimensione geografica di entrambi i mercati è da considerarsi quantomeno nazionale, vista l'omogeneità delle caratteristiche di domanda e offerta sull'intero territorio italiano.

8. In base ai dati comunicati dalle Parti, a livello nazionale, le stesse deterranno una quota di mercato *post-merger* inferiore al 5% in entrambi i mercati sopra definiti. Considerato il livello non elevato della quota di mercato *post merger* e tenuto conto della presenza di numerosi e qualificati operatori concorrenti nazionali e internazionali, l'operazione in esame non appare idonea a modificare, in modo significativo, l'assetto concorrenziale in tale mercato.

9. Le medesime considerazioni possono svolgersi anche rispetto alle attività svolte dalle società attualmente controllate da FII, vale a dire: (i) produzione di componenti per veicoli (Marval S.p.A.), (ii) produzione di fusioni in ghisa (Fonderie di Montorso S.p.A.), (iii) progettazione di soluzioni e servizi informatici per funzioni di controllo (Seco S.p.A.) e (iv) servizi di comunicazione digitale e consulenza informatica per il settore salute (Healthware Group S.r.l.). Infatti, in base a quanto comunicato dalle Parti, nessuna società controllata dal gruppo CDP svolge alcuna delle attività operate dalle *portfolio companies* di FII.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1621 - SERVIZI DI ASSEVERAZIONE DEI PIANI ECONOMICI FINANZIARI

Roma, 15 ottobre 2019

Senato della Repubblica
Camera dei Deputati
Presidenza del Consiglio dei Ministri

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esercizio del potere di cui all'art. 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, nella sua adunanza dell'8 ottobre 2019, ha deliberato di formulare le seguenti considerazioni in relazione ai soggetti legittimati ad asseverare i Piani Economico-Finanziari (d'ora in avanti "PEF"), ai sensi dell'art. 183, comma 9, del d.lgs. n. 50 del 18 aprile 2016, analogamente a quanto già previsto dall'art. 153, comma 9, d.lgs. n. 163 del 2006.

Nell'ambito della procedura di gara per l'affidamento in concessione di lavori pubblici o di pubblica utilità in "project financing", detta disposizione normativa prevede che: *"Le offerte devono contenere un progetto definitivo, una bozza di convenzione, un piano economico-finanziario asseverato da un istituto di credito o da società di servizi costituite dall'istituto di credito stesso ed iscritte nell'elenco generale degli intermediari finanziari, ai sensi dell'articolo 106 del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, o da una società di revisione ai sensi dell'articolo 1 della legge 23 novembre 1939, n. 1966, nonché la specificazione delle caratteristiche del servizio e della gestione, e dare conto del preliminare coinvolgimento di uno o più istituti finanziatori nel progetto"*. Tra le società di revisione sono quindi espressamente incluse solo le società fiduciarie e di revisione istituite con l'art. 1 della l. n. 1966 del 1939¹ annoverate nell'elenco tenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico (d'ora in avanti "MiSE"), e non anche le società di revisione legale disciplinate dal d.lgs. n. 39 del 2010² iscritte nel Registro dei revisori legali e delle società di revisione tenuto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (d'ora in avanti "MEF").

¹ L'articolo 1 della l. n.1966/1939 dispone che: *"Sono società fiduciarie e di revisione e sono soggette alla presente legge quelle che, comunque denominate, si propongono, sotto forma di impresa, di assumere l'amministrazione di beni per conto di terzi, l'organizzazione e la revisione contabile di aziende e la rappresentanza dei portatori di azioni e di obbligazioni"*.

² In particolare, l'art. 1, lett. m) del d.lgs. n. 39 del 2010 definisce la «revisione legale» come *"la revisione dei bilanci di esercizio o dei bilanci consolidati effettuata in conformità alle disposizioni del codice civile e del presente decreto legislativo o, nel caso in cui sia effettuata in un altro Stato membro dell'Unione europea, alle disposizioni di attuazione della direttiva 2006/43/CE, come modificata dalla direttiva 2014/56/UE, vigenti in tale Stato membro;"*.

L'esclusione di queste ultime società dal novero dei soggetti legittimati ad asseverare i PEF da presentare nell'ambito delle citate procedure di gara appare determinare un'ingiustificata disparità di trattamento in contrasto con il principio di concorrenza.

Innanzitutto, si rappresenta che entrambe le tipologie di società svolgono attività di organizzazione e revisione contabile di aziende. La differenza risiede nel fatto che, mentre le società di revisione legale ex d.lgs. n. 39/2010 sono incaricate della revisione legale dei soggetti tenuti per legge, le società autorizzate ai sensi dell'articolo 1 della legge 23 novembre 1939, n. 1966 possono svolgere solamente l'attività di revisione "non obbligatoria" ossia rivolta a soggetti non obbligati alla revisione legale dei conti, con effetti meramente privatistici.

Pertanto, le società di revisione iscritte nel registro del MEF sarebbero parimenti in grado di svolgere l'attività di asseverazione dei PEF, posto che esercitano in via obbligatoria il delicato compito della revisione legale degli enti di interesse pubblico, ovvero delle banche, delle assicurazioni e delle società quotate e controllate.

Inoltre, nemmeno ragioni riconducibili alla necessità di garantire l'indipendenza dei revisori in grado di asseverare il PEF possono ritenersi idonee a giustificare l'esclusiva a favore delle società incluse nell'elenco detenuto dal MiSE.

Infatti, anche a voler individuare la *ratio* giustificatrice nell'esigenza di assicurare l'indipendenza e l'imparzialità nell'esercizio dell'incarico di revisione legale, che potrebbe essere compromessa dallo svolgimento di altre attività, non può non osservarsi come tale garanzia possa essere adeguatamente assicurata attraverso il rispetto delle norme disciplinanti l'indipendenza e l'obiettività dell'attività professionale svolta dai revisori legali, come articolatamente previste dall'art. 10 del d.lgs. n. 39/2010.

Alla luce di quanto finora argomentato, non appare sussistente alcuna giustificazione della disparità di trattamento, posto che ambedue le tipologie di società di revisione svolgono attività di organizzazione e revisione contabile di aziende ed entrambe le categorie sono tenute a rispettare requisiti di indipendenza e professionalità.

Rileva, al riguardo, richiamare il recente orientamento della giurisprudenza amministrativa intervenuto sul tema.

In particolare, il Consiglio di Stato, con sentenza n. 2351 del 10 aprile 2019, ha confermato la decisione del Giudice di prime cure, che aveva riconosciuto il potere di asseverazione dei PEF anche in capo alle società di revisione di cui all'attuale Registro dei revisori legali e delle società di revisione tenuto dal MEF, sulla base di un'interpretazione costituzionalmente orientata delle disposizioni rilevanti (l'art. 153, comma 9, d.lgs. n. 163 del 2006 ed ora l'art. 183, comma 9, d.lgs. 50 del 2016) per evitare irragionevoli disparità di trattamento³.

³ Il Giudice di primo grado (Tar per il Lazio, sez. Roma, sentenza n. 1908/2018) "ha precisato che:

a) le disposizioni contenute nel codice dei contratti pubblici menzionano unicamente la fonte normativa che ha originariamente disciplinato le società di revisione, il più volte menzionato art. 1, legge 23 novembre 1939, n. 1966, che, però, contiene solo la definizione delle società di revisione (e fiduciarie);

b) all'epoca dell'emanazione della legge 1° agosto 2002, n. 166 c.d. legge Merloni (che inseriva all'interno della legge quadro in materia di lavori pubblici l'art. 37-bis e la figura del "Promotore"), la legge 23 novembre 1939, n. 1966 era l'unica fonte normativa che contenesse una definizione di società di revisione;

c) molte società di revisione originariamente autorizzate ai sensi della l. 1966/1939 sono negli anni transitate nell'Albo speciale tenuto dalla Consob o nel Registro dei revisori legali tenuto dal Ministero della giustizia, entrambi confluiti, da ultimo nel Registro dei revisori legali e delle società di revisione, attualmente tenuto dal Ministero dell'economia e delle finanze;

Inoltre, il Consiglio di Stato ha aggiunto che “*il richiamo, contenuto nell’art. 153, comma 9, d.lgs. n. 163 del 2006 (ed ora l’art. 183, comma 9, d.lgs. 50 del 2016), alle “società di revisione ai sensi dell’articolo 1 della legge 28 novembre 1939, n. 1966” è sì frutto di una scelta consapevole del legislatore [...] nel senso di attribuire detto potere a tutte le società che esercitano l’attività di revisione così come descritta dall’art. 1 della legge n. 1966 del 1939 quale attività di impresa che consiste nell’ “organizzazione e la revisione contabile di aziende”.*

In sostanza, il rinvio normativo è all’ “attività di revisione” e solo, indirettamente a chi l’esercita, con la conseguenza che quale che sia il titolo autorizzativo dell’attività (cui consegue l’iscrizione in un registro o l’annotazione in un elenco), se le società svolgono attività di “organizzazione e revisione contabile di aziende” possono asseverare i P.E.F. – piani economici finanziari (per un precedente nel quale si è ritenuto che le società di revisione, in genere, possono svolgere attività di asseverazione, cfr. Cons. Stato, sez. V, 8 settembre 2010, n. 6490). [...] 2.5. A voler seguire la diversa tesi, infatti, si giungerebbe alla conseguenza inaccettabile di precludere l’attività di asseveramento alle società cui è ora affidata dall’art. 6 d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 l’attività di “revisione legale” (art. 1, lett. m) del medesimo decreto legislativo), vale a dire ai soggetti maggiormente accreditati ad accertare lo stato economico – finanziario dell’operatore economico e la sua capacità di far fronte agli investimenti previsti nel piano presentato all’amministrazione pubblica e che, come ricorda la sentenza impugnata, sono assoggettate a prescrizioni più stringenti e a controlli più intensi”⁴.

Pertanto, per le ragioni sopra esposte, l’attuale formulazione dell’art. 183, comma 9, del d.lgs. n. 50/2016 appare cagionare una disparità di trattamento in grado di determinare una distorsione della concorrenza priva di giustificazioni dettate da esigenze di interesse generale.

In conclusione, in presenza anche dell’orientamento giurisprudenziale che ha adottato un’interpretazione costituzionalmente orientata dell’art. 183, comma 9, del d.lgs. n. 50/2016 nell’ottica di superare la descritta discriminazione, l’Autorità auspica che le osservazioni sopra svolte possano essere tenute in considerazione al fine di novellare l’art. 183, comma 9, del d.lgs. n. 50/2016 nel senso di ampliare in via generale e uniforme il novero dei soggetti autorizzati a svolgere l’asseverazione dei PEF per la partecipazione alle procedure di selezione del *project financing*.

d) la disciplina dettata dalla l. n. 1966 del 1939, data l’epoca della sua adozione, risulta meno attenta ad aspetti di indipendenza e professionalità degli operatori, profili valorizzati, invece, dalle normative successive, chiamate ad attuare i principi di diritto comunitario in materia. [...] (Consiglio di Stato, sentenza n. 2351 del 10 aprile 2019, paragrafo 2.2.2).

⁴ La sentenza del Consiglio di Stato è stata immediatamente richiamata dal Tar Pescara nella sentenza n. 138 del 24 maggio 2019 in cui, sempre a seguito di un ricorso avverso l’aggiudicazione di una gara per l’affidamento di un piano di *project financing*, ha ritenuto infondato il motivo del ricorso incidentale promosso dall’aggiudicatario relativo all’irregolare asseverazione del PEF della concorrente, poiché effettuato da una società di revisione legale ex d.lgs. 39/2010. Il Tar ha infatti ritenuto che “*l’interpretazione fatta propria dal ricorrente incidentale restringe irrazionalmente senza alcuna giustificazione logica l’alveo delle società che per legge sono legittimate ad espletare attività di revisione, in tal modo attribuendo all’iscrizione della società asseverante nell’elenco del M.i.s.e. valenza di requisito soggettivo abilitante. Ciò senza enunciare le ragioni per cui una siffatta attività dovrebbe costituire appannaggio delle sole società di cui alla legge n. 1966/1939 a cui è demandata la sola attività di amministrazione fiduciaria, e di revisione contabile di aziende. Una siffatta interpretazione si tradurrebbe in un inspiegabile privilegio delle società iscritte all’albo del M.i.s.e. a discapito delle società di revisione iscritte nel registro del Ministero dell’Economia e delle Finanze che sono istituite ai sensi del d.lgs. n. 39/2010 e che, ai sensi della Direttiva comunitaria 2006/43, esercitano il delicato compito della revisione legale degli enti di interesse pubblico, ovvero delle banche, delle assicurazioni e delle società quotate e controllate. Con la conseguenza paradossale che, ai sensi della prima parte della norma, agli Istituti di Credito ed alle società di servizi da essi costituite sarebbe riconosciuta la facoltà di asseverare, e non anche alle Società per legge autorizzate ad esercitare la revisione legale obbligatoria sulle medesime. In tal senso si è espresso difatti di recente il Consiglio di Stato sez. V, con la decisione del 10.04.2019 n. 2351 [...]*”.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/1990.

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

IP323 - BLUE PANORAMA-SISTEMA DI PRENOTAZIONE CHECK-IN E ALTRI PROFILI

Provvedimento n. 27952

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO in particolare l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale, in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e, nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'art. 19 del "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la propria delibera n. 27781 dell'8 maggio 2019, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dal 1° ottobre 2016 da Blue Panorama Airlines S.p.A. (di seguito anche "BP" o "Compagnia"), in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo e concernente la pretesa del professionista – direttamente in aeroporto, sotto imbarco e in alternativa al diniego di salita a bordo – al pagamento di un nuovo biglietto per lo stesso volo già acquistato con la Compagnia oppure di una rilevante *fee* a motivo dell'incorretta registrazione in fase di prenotazione del nominativo del passeggero, specificamente per l'ipotesi di omissione dell'eventuale secondo/terzo nome o cognome oppure nel caso di alterazione/mancanza soltanto di alcune lettere.

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 27781 dell'8 maggio 2019 (di chiusura del procedimento PS11076), l'Autorità ha accertato che la società aveva adottato da tempo risalente una peculiare *policy del nominativo*, frutto di autonome scelte commerciali del professionista, non direttamente agganciate ad esigenze di sicurezza del trasporto aereo e nemmeno imposte da specifiche disposizioni IATA (anzi talvolta in dissonanza con queste ultime). Tale *policy*, applicata con estrema intransigenza da BP, era stata diversamente modulata nel tempo: dapprima, veniva negato l'imbarco ai passeggeri che in sede di prenotazione avessero annotato i dati nominativi non in perfetta aderenza al

documento di identità – ossia per omissione del secondo/terzo nome/cognome o per errore/mancanza di alcune lettere – costringendoli ad acquistare un nuovo biglietto per non perdere il volo già prenotato; successivamente (a partire da maggio 2017), per le medesime “irregolarità/omissioni” nell’annotazione del nominativo in prenotazione, la Compagnia imponeva alla clientela – quale unica alternativa al diniego di salita a bordo – un addebito di 50 euro (cd “*reprint fee*”) per ogni passeggero e per ogni tratta presenti nell’originaria prenotazione, a motivo dell’attività di “ristampa” di una nuova carta di imbarco. La verifica, da parte della Compagnia, delle predette *irregolarità* e la pretesa al pagamento di nuovo biglietto o della *fee* per fruire della prestazione già acquistata avvenivano soltanto nell’imminenza del volo (al *check-in* aeroportuale o al *gate* di imbarco), creando gravi difficoltà alla clientela per la fruizione del servizio di trasporto già prenotato e pagato; a tale pagamento, poi, talvolta non seguiva l’effettivo rilascio di una nuova carta di imbarco e assai più spesso, invece, quella *ristampata* continuava a non recare il nominativo corretto o integrale del viaggiatore.

2. È stato appurato, inoltre, che l’alterazione o l’omissione in prenotazione del nominativo non dipendessero esclusivamente da errori di compilazione da parte del cliente, bensì da inefficienze sistematiche – non tempestivamente sanate da BP – del sistema informatico del vettore (*i.e.* l’assenza di spazio sufficiente per annotare tutti i nominativi del passeggero o la registrazione parziale dei dati interamente inseriti), oppure da disfunzioni inerenti alle modalità di trasmissione dei dati dei passeggeri da parte dei diversi siti (comparatori o agenzie *web*) di prenotazione e acquisto del biglietto.

3. Quale ulteriore elemento di aggressività della pratica, è emerso che l’informativa destinata ai consumatori, sui vari supporti di contatto, in merito all’adottata *policy del nominativo*, sebbene variamente modulata nel tempo, fosse stata costantemente lacunosa oppure ambigua e insufficiente – quando non addirittura assente – e in ogni caso intempestiva, tale per cui il passeggero acquisiva effettiva consapevolezza/conoscenza delle rigide e gravi conseguenze solo in aeroporto e al momento della salita a bordo del velivolo.

4. Alla luce di quanto precede, l’Autorità ha sanzionato il professionista e vietato l’ulteriore diffusione della pratica commerciale.

5. Il 31 luglio 2019 è pervenuta la comunicazione di BP sulle iniziative assunte in ottemperanza alla delibera n. 27781 dell’8 maggio 2019. Ivi la Compagnia ha, tra altro, precisato:

- di aver interrotto la precedente *reprint fee policy* per tutti i voli praticati – sia *low cost* che lungo-raggio – “*sin dalla fine del mese di aprile 2019*”, specificando l’intervenuta inapplicabilità dell’addebito di 50 euro “*per la correzione di errori nell’indicazione del nominativo del passeggero in eccesso a tre caratteri*”; l’eventuale errore entro tre caratteri viene “tollerato” e non comporta riemissione di nuova carta di imbarco ma, nella medesima evenienza, al passeggero è data comunque facoltà di effettuare, prima della partenza e a pagamento, la rettifica del nominativo nella corretta versione;

- che qualora gli addetti al *gate* di imbarco verificchino “*l’eventuale non concordanza¹ tra il nominativo del passeggero riportato sulla carta di imbarco con quello risultante da un documento di identità o riconoscimento (...), resta fermo il diritto di BP di negare l’imbarco al passeggero*”.

¹ Sottolineatura nell’originale

Tale assunto viene riportato, in grassetto, anche all'interno dei *Termini e Condizioni* attualmente praticati dalla Compagnia (par. 6.1 e 6.2);

- di aver “*autorizzato, in via eccezionale, nelle more della definizione del giudizio di impugnazione del provvedimento, l'imbarco su voli operati in ambito domestico e infracomunitario dei passeggeri i cui middle names, come riportati sui documenti di identità o riconoscimento, non fossero indicati anche nella carta di imbarco*”. A tale scopo, il vettore avrebbe diramato istruzioni – mediante apposita circolare a “effetto immediato” – a “*tutti i capi scalo, handlers e supervisors*” della Compagnia in aeroporto: ivi sarebbe stato “*chiaramente specificato*” che detta autorizzazione dovesse essere “*comunque subordinata <<alla puntuale verifica dell'identità del passeggero sulla base di documenti di identità o riconoscimento validi>> e che <<ai fini della predetta verifica dovrà essere eseguito il raffronto con ogni ulteriore dato o mezzo identificativo (esempio data o luogo di nascita, fotografia, etc.) che consenta di accertare l'identità del passeggero>>*”.

6. A seguito della chiusura del procedimento PS11076 – in particolare a partire dal mese di giugno 2019 e anche successivamente al 31 luglio 2019^{*2} (data in cui il professionista ha presentato la suddetta relazione di ottemperanza) – sono pervenute oltre cinquanta denunce da parte di consumatori e associazioni consumeristiche³, dalle quali emerge che BP continuerebbe a porre in essere la pratica commerciale oggetto del succitato provvedimento. In particolare, sulla base di quanto riferito – e, in alcuni casi, anche documentato – da tali segnalazioni, emerge che:

- il professionista avrebbe applicato l'originaria *reprint fee policy* anche successivamente al mese di aprile 2019⁴, periodo che la Compagnia aveva già indicato – sia nel corso del procedimento PS11076, sia nella relazione di ottemperanza del 31 luglio u.s. – quale termine di cessazione della *policy* in questione⁵;

- perdurerebbero l'ambiguità e la scarsa chiarezza delle informazioni fornite dalla Compagnia prima del volo in merito all'obbligo di inserimento di tutti i nomi/cognomi posseduti (*middle names*) in prenotazione e, soprattutto, dei possibili, più onerosi addebiti al fine di superare il divieto di imbarco⁶;

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

² Per esempio, denunce n. 55468 del 12.08.29 [omissis]; n. 56802 del 27.08.19 [omissis]; n. 57668 del 03.09.2019 [omissis]; n. 58350 del 05.09.19 [omissis] e n. 62863 del 26.09.19 [omissis]. Nella presente versione alcuni dati sono omessi in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni”.

³ In particolare, con comunicazioni del 2 e del 22 agosto nonché del 26 settembre 2019, Altroconsumo ha trasmesso ulteriori denunce provenienti da vari consumatori.

⁴ Denunce n. 55736 del 16.08.2019 [omissis]; n. 56477 del 23.08.19 e n. 57316 del 30.08 [omissis]. Cfr anche – in segnalazione n. 56396 del 22.08.19 di Altroconsumo (denuncia del 22.07.19 – *pagamento penale secondo nome*) e in distinta segnalazione n. 62567 del 25.09.19 di Altroconsumo (denuncia “*BV2540 BOLOGNA GUGLIELMO MARCONI – KARPATOS – pagamento penale secondo nome*”.

⁵ Durante il procedimento PS 11076, in sede di memoria conclusiva – trasmessa il 28 marzo 2019 – il professionista aveva espressamente dichiarato “*la propria disponibilità a interrompere la policy sulla reprinting fee in via di autotutela entro trenta giorni*” dal deposito della memoria medesima (Doc. 70 – pag. 17 – dell'indice del fascicolo PS11076). Inoltre, come sopra già esposto, nella relazione di ottemperanza – giunta il 31 luglio 2019 – alla Delibera sanzionatoria dell'8 maggio 2019, BP ha confermato che la Compagnia avrebbe “interrotto” la *policy* sulla *reprint fee* “*tanto per i voli low cost commercializzati ed operati con marchio <<Blue-express.com>>, quanto per i voli di linea di lungo raggio, sin dalla fine del mese di aprile 2019*”.

⁶ Denunce n. 48484 dell'11.7.19 [omissis]; n. 55468 del 12.8.19 [omissis]; n. 53871 del 02.08.19 Altroconsumo.

- in sede di prenotazione sul sito aziendale di BP, sarebbe tuttora insufficiente lo spazio disponibile per l'inserimento di tutti i nomi del passeggero il quale, malgrado ciò, resterebbe ugualmente gravato dall'onerosa *policy del nominativo*⁷; inoltre, nella versione inglese del medesimo sito aziendale, la clientela sarebbe invitata espressamente a inserire soltanto “*name and surname data*” (al singolare) senza specificare la necessità di annotare tutti i nomi e i cognomi posseduti dal passeggero⁸;
- persisterebbero le difficoltà tecniche per la trasmissione dei dati del passeggero allorché l'acquisto venga effettuato tramite siti di intermediazione oppure agenzie *web*⁹; alcuni di tali siti non recherebbero spazio sufficiente per l'inserimento integrale, oppure non allerterebbero adeguatamente sulla *policy* del nominativo adottata da BP¹⁰;
- non vi sarebbe possibilità di correggere senza oneri i dati nominativi già inseriti in prenotazione in un momento successivo o all'atto del *web check in* sul sito aziendale della Compagnia¹¹;
- in aeroporto, al *gate* d'imbarco, al passeggero che, dal documento di identità, abbia nomi/cognomi in più rispetto a quelli inseriti in prenotazione, verrebbe richiesto – al fine di mantenere il volo già prenotato e pagato – un esborso aggiuntivo quale “nuovo biglietto”: a volte tale esborso corrisponderebbe al prezzo aggiornato del medesimo titolo di viaggio¹² ma, nella maggioranza dei casi segnalati, si tratterebbe di un addebito assai più alto dell'ordinario corrispettivo tariffario, avente importo fisso pari a 299,99 euro – per ogni persona interessata e per tratta – ed applicato indifferentemente a vari percorsi di viaggio¹³. Di tale addebito fisso non si farebbe menzione in alcun documento/comunicazione ufficiale del vettore;
- il carattere sproporzionato (in relazione al prezzo eventualmente pagato per il biglietto originario¹⁴) ed esorbitante di tale esborso (qualora, ad esempio, l'irregolarità riguardi la mancanza del secondo cognome di un'intera famiglia) avrebbe indotto alcuni consumatori a rinunciare a fruire

⁷ Nel caso specifico, il consumatore rappresenta che i suoi tre nomi di battesimo che non erano contenibili nello spazio dedicato sul sito aziendale (denuncia n. 57316 del 30.8.19 [omissis]). Cfr. anche denuncia n. 62863 del 26.09.19 [omissis]. Altro consumatore lamenta che sul sito aziendale di BP non vi è casella apposita per inserire eventuali *middle names*: denuncia n. 56802 del 27.08.19 [omissis].

⁸ Denuncia n. 58350 del 05.09.19 [omissis].

⁹ p.es, Expedia (denuncia n.57938 del 4.9.19 [omissis]) oppure *E-dreams* (denuncia n. 52283 del 29.7.19– [omissis]).

¹⁰ Denuncia n. 57762 del 03.09.19, [omissis].

¹¹ denuncia n. 57938 del 4.9.19 [omissis].

¹² denuncia n. 53920 del 5.8.19 [omissis]; denuncia n. 57951 del 4.9.19 [omissis]; denuncia n. 45567 del 28.6.19 [omissis]; denuncia n. 40092 del 3.6.19 [omissis].

¹³ I 299,99 euro sono stati richiesti in riferimento a date e per tratte affatto diversi, ad esempio (per citarne solo alcuni), per Milano–Mikonos; Milano–Rodi; Bergamo–Pantelleria, Rodi–Malpensa, Santorini–Roma; Milano –Skiatos; Rodi–Bergamo; Tirana–Roma etc.): denunce: n. 49298 del 16.07.19 [omissis]; n. 48918 del 12.07.19 [omissis]; n. 51614 del 25.07.2019 [omissis]; n. 52283 del 29.7.19 [omissis]; n. 55818 del 19.08.19 [omissis]; n. 57668 del 03.09.19 [omissis]; n. 57682 del 03.09.19 [omissis]; n. 58419 del 05.09.19 [omissis]. Cfr anche denuncia n. 56396 del 22.08.19 di Altroconsumo (segnalazioni del 17, 19, 22, 23 e 25 luglio 2019).

¹⁴ Un consumatore lamenta che, lo scorso 5 luglio, presso l'aeroporto di Bergamo–Orio al Serio, all'atto dell'imbarco su volo della Compagnia per Pantelleria, sia stato “*costretto*” (a causa dell'omessa annotazione, in prenotazione, del secondo e terzo nome presenti nel documento di identità) “*all'acquisto di un nuovo biglietto dell'importo di euro 300,00 (a fronte di un biglietto che avev(a) pagato Euro 162,00 il 30 giugno u.s. attraverso il sito della linea aerea*”: denuncia del 23.07.19 riportata all'interno della segnalazione n. 53871 del 02.08.19 di Altroconsumo. Vedansi anche – sempre all'interno della segnalazione di Altroconsumo, le distinte denunce di analogo contenuto del 23.07.10 (viaggio dell'8 luglio per la tratta Bergamo–Grecia) e del 25.07.19 (viaggio del 18 giugno per la tratta Milano–Skiatos).

del servizio di trasporto¹⁵, mentre quasi tutti i segnalanti, al fine di non perdere il volo – e le prenotazioni turistiche conseguenti allo stesso¹⁶ – sarebbero stati costretti al pagamento¹⁷;

- la nuova carta di imbarco – emessa a seguito dell’esborso aggiuntivo dovuto alla mancanza del/dei *middle name/s* – continuerebbe a recare il nome incompleto o irregolare del passeggero¹⁸;

- in generale, perdurerebbe l’intransigenza del personale addetto nell’applicazione della *policy sul nominativo* in aeroporto¹⁹ ma, in non pochi casi, i consumatori riferiscono di un’applicazione variabile e discrezionale della medesima *policy* a seconda dell’aeroporto di partenza²⁰. Sempre in aeroporto, rilevarebbero anche le informazioni ambigue che gli addetti renderebbero ai passeggeri²¹, a fronte di sostanziale inaccessibilità del *call center* o di altri uffici di riferimento di BP nell’evenienza, per il consumatore, di avere contatti urgenti nell’imminenza del volo (per avere informazioni o sporgere reclamo o magari acquistare il secondo biglietto)²²;

- per come riferito da vari segnalanti, sarebbero ancora molti i passeggeri interessati all’applicazione della *policy* in aeroporto, all’atto dell’imbarco²³;

- di fronte ai reclami dei passeggeri e alle richieste di rimborso connesse all’applicazione della *policy* sul nominativo attualmente applicata, il professionista manterrebbe il silenzio²⁴ oppure renderebbe costantemente risposta negativa, adducendo genericamente *disposizioni di sicurezza del trasporto aereo*²⁵ e/o limitandosi a rinviare al dettato dei propri *Termini e Condizioni*²⁶, oppure a dichiararsi “*in attesa delle decisioni del GA sul provvedimento AGCM*”²⁷.

¹⁵ Denunce n. 58419 del 05.09.19 [omissis] e n. 58530 del 5.09.19 [omissis].

¹⁶ Si tratta, ad esempio, della vicenda segnalata da un consumatore proveniente dall’Australia, in partenza dall’Albania e diretto a Roma in albergo prenotato da tempo: denuncia n. 57668 del 03.09.19 [omissis]. Cfr anche denuncia n. 51614 del 25.7.19 [omissis] e segnalazione n. 62567 del 25.09.19 di Altroconsumo (denuncia *BV2606-BERGAMO ORIO AL SERIO KOS Rifiuto di imbarco volo Bergamo Kos*).

¹⁷ al fine del pagamento del “*nuovo biglietto*”, in alcuni casi non sarebbe stato consentito l’uso della carta di credito venendo invece preteso il corrispettivo in contanti: per tale motivo, alcuni viaggiatori avrebbero perso il volo (denuncia n. 57316 del 30.08.19 [omissis]); altri consumatori – che non avrebbero avuto alcuna ricevuta in esito a tale esborso, neppure in esito a successiva richiesta (denunce n. 58419 del 05.09.19 [omissis] e n. 58530 del 5.9.19 [omissis]) – adombrano il sospetto che in tal modo il vettore impedisca ai malcapitati passeggeri di conservare prova dell’addebito aggiuntivo per lo stesso volo e, quindi, di presentare utilmente reclamo o richiesta di rimborso (denuncia n. 48730 dell’11.07.19 [omissis]).

¹⁸ Tra varie, denunce n. 52283 del 29.07.19 [omissis]; n. 53920 del 5.08.19 [omissis]; n. 55736 del 16.08.19 [omissis]; segnalazione di Altroconsumo n. 56396 del 22.8.19.

¹⁹ Denunce n. 53920 del 5.08.19 [omissis]; n. 55736 del 16.08.19 [omissis]; n. 62863 del 26.09.19 [omissis].

²⁰ Denunce n. 53925 del 5.8.19 [omissis] e n. 62863 del 26.09.19 [omissis]; cfr. anche segnalazione di Altroconsumo n. 53871 del 02.08.19 (denuncia 17.07.19 *Pagamento di un altro biglietto per secondo nome con la virgola*).

²¹ Denuncia n. 55468 del 12.08.19 [omissis].

²² Denunce n. 53925 del 5.08.19 [omissis] e n. 56802 del 27.08.19 [omissis].

²³ I segnalanti quasi sempre riferiscono di non essere stati i soli, all’imbarco, a subire le conseguenze della *policy* del nominativo adottata da BP: segnalazione n. 56396 del 22.08.19 di Altroconsumo (denuncia del 23.07.10 *doppio biglietto aereo*); denunce n. 53920 del 5.08.19 [omissis] e n. 56802 del 27.08.19 [omissis].

²⁴ Denunce n. 63927 del 01.10.19 [omissis] e n. 51614 del 25.07.19 [omissis].

²⁵ Denuncia n. 59140 del 09.09.19 [omissis].

²⁶ Denunce n. 41837 del 10.06.19 [omissis], n. 48484 dell’11.07.19 [omissis], n. 52283 del 29.07.19 [omissis], n. 58937 del 09.09.19 [omissis].

²⁷ Denunce n. 47562 dell’08.07.19 [omissis] e n. 59140 del 09.09.19 [omissis].

7. Inoltre, all'esito di alcune recenti rilevazioni d'ufficio²⁸, emergerebbero ulteriori evidenze del perdurare della condotta sanzionata.

8. Sia i *Termini e Condizioni*, sia le *FAQ* del vettore e sia l'*e-ticket* rilasciato all'esito dell'acquisto sul sito aziendale, oltre a non fare alcuna menzione della predetta *fee* di 299,99 euro, appaiono tuttora lacunosi ed ambigui in relazione all'onere specifico, pur preteso dalla Compagnia, derivante dall'inserimento in prenotazione anche – e di tutti – gli eventuali *middle names* del passeggero al fine di non incorrere nel divieto di imbarco.

9. In particolare:

- al par. 7.3. dei *Termini e Condizioni*, il vettore si limita ad affermare che “*Qualora i documenti esibiti dal passeggero non siano validi, in buono stato oppure qualora il nome del passeggero indicato sulla prenotazione non sia corrispondente a quello sul documento di identità, il vettore rifiuta l'imbarco ed il passeggero non ha diritto ad alcun rimborso*”²⁹

- la replica alla *FAQ* “*Come posso correggere l'errata o incompleta compilazione dei miei dati identificativi?*” contiene un espresso e reiterato riferimento all'alterazione fino a un massimo di tre caratteri del nome, ma non allerterebbe con pari chiarezza circa la necessaria presenza degli eventuali *middle names*³⁰;

- anche nel corpo dell'*e-ticket*, sub “*Regole tariffarie*”, è annotato soltanto che “*In caso di errata o incompleta compilazione dei dati di nome e cognome, come presenti sui documenti di identità, la Compagnia aerea ha diritto di negare l'imbarco al passeggero*”, evenienza questa che, in base alla medesima disposizione, causerebbe al passeggero la perdita del diritto al rimborso e della possibilità di cambio biglietto³¹.

10. La citata delibera n. 27781 dell'8 maggio 2019 risulta notificata al professionista in data 31 maggio 2019.

11. Pertanto, dalle evidenze documentali risulta che la pratica ritenuta scorretta è continuata dopo il 30 aprile (termine indicato dal professionista, per la cessazione della *reprint fee policy*, nella relazione di ottemperanza e, ancor prima, nella memoria finale depositata nel procedimento principale, che è stato oggetto di valutazione nel provvedimento *de quo*) ed anche in seguito alla notifica della predetta delibera, nonché successivamente alla data di presentazione della relazione di ottemperanza (31 luglio 2019).

12. Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all'irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 27781 dell'8 maggio 2019, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

²⁸ Effettuate l'11 e il 12 settembre 2019 (Docc. da 48 a 53 dell'indice del fascicolo)

²⁹ Sottolineatura aggiunta. Doc. 53 dell'indice del fascicolo.

³⁰ “*L'errata digitazione del nominativo è tollerata, qualora non comporti la sostituzione o la confusione dell'identificazione del passeggero, fino a un massimo di tre caratteri. In tal caso non è necessaria l'emissione di una nuova carta di imbarco. In caso di errata o incompleta compilazione dei dati di nome e cognome, come presenti sui documenti di identità, in eccesso a tre caratteri, la Compagnia aerea ha diritto di negare l'imbarco al passeggero*”. Doc. 51 dell'indice del fascicolo.

³¹ Cfr allegato alla denuncia n. 62863 del 26.06.19 [omissis].

DELIBERA

- a) di contestare a Blue Panorama Airlines S.p.A. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 27781, dell'8 maggio 2019;
- b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;
- c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Carmela Celotto;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione A – *Industria primaria, energia, trasporti, commercio*, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti di Blue Panorama Airlines S.p.A., ovvero da persone da essa delegate;
- e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede a Blue Panorama Airlines S.p.A. di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

Il presente provvedimento sarà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11263 - TIGER SHOP-ORDINI ANNULLATI

Provvedimento n. 27953

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 12 giugno 2019, con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Tiger Group S.r.l., operante attraverso il sito *web* <https://www.tigershop.it>, in qualità di professionista ai sensi del Codice del Consumo, è attiva nel commercio *online* di prodotti di informatica, telefonia, elettronica e giochi.

L'ultimo bilancio disponibile della società Tiger Group S.r.l., relativo al 2017, indica ricavi per 12,3 milioni di euro, registrando un utile di bilancio di 61.600 euro¹.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne comportamenti posti in essere dal professionista nell'offerta di prodotti *online* attraverso il sito *web* www.tigershop.it (di seguito anche il "sito"), consistenti nella: A) mancata consegna dei prodotti acquistati ovvero l'omissione del rimborso del corrispettivo versato dal consumatore a fronte dell'annullamento dell'ordine o dell'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore; B) mancato assolvimento, sul sito *web*, degli obblighi informativi precontrattuali, gravanti sul professionista nel caso di contratti negoziati a distanza: a) non è presente il modulo per l'esercizio del diritto di recesso, mentre per comunicare la volontà di avvalersi di tale diritto è previsto che i recedenti siano tenuti ad inviare una raccomandata A/R al professionista stesso indicante la propria volontà; b) nella sezione dedicata alle "*Modalità di recesso*" si legge che "*Avvenuta la ricezione della raccomandata da parte di TIGER GROUP S.R.L. relativa alla comunicazione di recesso dal contratto di acquisto, il Servizio Clienti dell'azienda contatterà il cliente tramite email per accettare la richiesta e procedere alla restituzione del pacco*"; c) non vi sarebbe alcun riferimento alla possibilità di avvalersi di un meccanismo extra-giudiziale di risoluzione delle eventuali controversie insorte.

¹ FONTE: Banca dati TELEMACO INFOCAMERE.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 20 maggio 2019 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11263 nei confronti di Tiger Group S.r.l. per possibile violazione degli artt. 24, 25, lettera *d*), 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), 54, comma 1, lettera *b*), e 56, comma 1, del Codice del Consumo.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro dieci giorni dalla sua ricezione, ai fini della valutazione dell'esistenza dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

5. Con provvedimento del 12 giugno 2019, l'Autorità ha disposto la sospensione della pratica relativa alla commercializzazione e vendita di prodotti non disponibili o comunque non realmente pronti per la consegna, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*.

6. Con nota trasmessa in data 28 giugno 2019, Tiger Group ha evidenziato che il sito *web* da essa gestito indicherebbe “*al potenziale cliente l'eventuale disponibilità, o meno, del prodotto richiesto*”.

7. In data 5 agosto 2019 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

8. In data 27 agosto 2019 il professionista ha trasmesso la memoria finale.

9. In data 27 agosto 2019 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto poi il 20 settembre 2019.

2) *Le evidenze acquisite*

A) *Le segnalazioni*

10. Con specifico riferimento alla condotta *sub A*) sopra sinteticamente descritta, rilevano, anzitutto, le circa 20 segnalazioni ricevute dall'Autorità nel periodo intercorrente tra maggio 2017² e agosto 2019³, dunque anche successivamente all'avvio del presente procedimento.

11. Le segnalazioni che, a titolo esemplificativo, si riportano riferiscono quanto segue:

- in data 17 settembre 2017 un consumatore acquistava *online* sul sito uno *smartphone* al prezzo di 180€ (cui si aggiungono 4€ di sovrapprezzo per l'assicurazione del pacco). In data 20 settembre 2017 il pacco veniva recapitato al segnalante, il quale rilevava come il contenuto del medesimo (esternamente “*apparentemente intatto*”) fosse composto da una seconda scatola più piccola, a sua volta piena di soli fogli di giornale stropicciati “*in modo da creare un certo peso*”. Dopo “*circa 2 settimane di telefonate continue*” col professionista, quest'ultimo suggeriva al segnalante di denunciare l'accaduto presso i Carabinieri⁴;

- in data 12 gennaio 2018 un consumatore ha ordinato un cellulare sul sito; a far data 24 gennaio 2018 nessun prodotto veniva consegnato in quanto, a detta del professionista, il pacco sarebbe andato

² Segnalazione prot. n. 0039585 del 10 maggio 2017.

³ Segnalazione prot. n. 0056437 del 23 agosto 2019.

⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 0080590 del 30/10/2017.

perduto; il professionista replicava che il segnalante non avrebbe avuto alcun diritto al rimborso attribuendo ogni responsabilità dell'accaduto al corriere⁵;

- in data 15 luglio 2018 un consumatore acquistava un cellulare sul sito del professionista e contestualmente, al prezzo ulteriore di 3,99 €, acquistava l'assicurazione sul pacco; in data 20 luglio 2018 veniva consegnato al domicilio del segnalante un cellulare difforme da quello ordinato. Il servizio clienti del professionista, "*immediatamente contattato*", non si sarebbe attivato né per la sostituzione del prodotto né per il rimborso, limitandosi a proporre "*un indennizzo irrisorio di euro 10*"⁶;

- in data 27 settembre 2018 un consumatore acquistava uno *smartphone* "*ad un ottimo prezzo*" (pagato con carta di credito) in ragione di una promozione temporanea confermatagli anche a seguito di richiesta chiarimenti al numero telefonico indicato sul sito; il giorno seguente (28 settembre 2018) il consumatore riceve via *mail* la comunicazione dell'annullamento dell'ordine da parte del professionista, asseritamente dovuto a "*un errore del sistema*"⁷;

- in data 19 giugno 2019 un consumatore ha acquistato "*e pagato subito*" uno *smartphone* sul sito del professionista. In data 26 giugno 2019, soltanto dietro sollecitazione del consumatore viene comunicato a quest'ultimo che il prodotto non è disponibile⁸;

- in data 6 agosto 2019 un consumatore, attraverso Federconsumatori Udine, riferisce di aver acquistato (in data 8 luglio 2019 tramite il sito) uno *smartphone* ad un prezzo di 432 € (cui aggiungere 1,99 € di assicurazione). La consegna era prevista entro un termine di 5 giorni lavorativi, scaduto "*infruttuosamente*". Pertanto, il consumatore ha provveduto a contattare il professionista sia tramite il *form* dedicato presente sul sito sia a mezzo PEC in data 24 luglio 2019, ma "*le sue segnalazioni sono rimaste inascoltate*" e, ancora a far data 6 agosto 2019, nessun prodotto sarebbe stato consegnato⁹.

B) Le rilevazioni effettuate d'ufficio

12. Da verifiche effettuate sul sito *internet* della Parte, sono state rilevate alcune omissioni degli obblighi informativi precontrattuali, gravanti sul professionista nel caso di contratti negoziati a distanza.

13. Avuto riguardo al diritto di recesso, al *link* "*REST*", rinvenibile sull'homepage del sito del professionista, si legge che, laddove un consumatore volesse esercitare il diritto di recesso dovrà, entro un termine di 14 giorni dalla data di consegna della merce, inviare una comunicazione "*per mezzo di RACCOMANDATA con ricevuta di ritorno a TIGER GROUP S.R.L.*" (cfr. punto 1. delle "Modalità di recesso"). Subito dopo si legge che "*Avvenuta la ricezione della raccomandata da parte di TIGER GROUP S.R.L. relativa alla comunicazione di recesso dal contratto di acquisto, il Servizio Clienti dell'azienda contatterà il cliente tramite email per accettare la richiesta e procedere alla restituzione del pacco*" (cfr. punto 2. delle "Modalità di recesso")¹⁰.

⁵ Cfr. segnalazione prot. n. 0015610 del 26/01/2018.

⁶ Cfr. segnalazione prot. n. 0056619 del 30/07/2018.

⁷ Cfr. segnalazione prot. n. 0066733 del 28/09/2018.

⁸ Cfr. segnalazione prot. n. 0045094 del 27/06/2019.

⁹ Cfr. segnalazione prot. n. 0054520 del 6/8/2019.

¹⁰ Cfr. documento denominato "Verbale di Acquisizione agli Atti del 8/5/2019 *www.tigershop.it*".

14. Inoltre, il professionista non metterebbe a disposizione sul sito alcun modulo per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'allegato I, parte B, del Codice del consumo (art. 49, comma 1, lettera h), e neppure indicherebbe alcun riferimento alla possibilità di avvalersi di un meccanismo extra-giudiziale di risoluzione delle eventuali controversie insorte (art. 49, comma 1, lettera v)¹¹.

C) Le informazioni acquisite nel corso del procedimento

15. Al fine di comprendere meglio il *modus operandi* della società, ovvero la "portata" della pratica in esame, nella Comunicazione di Avvio è stata formulata alla Parte (che ha replicato in data 28 maggio 2019) una richiesta di informazioni.

16. In merito alla descrizione del processo di acquisto dei prodotti venduti attraverso *internet*, Tiger Group si è limitata ad affermare di operare con diverse aziende, dalle quali acquisterebbe prodotti ufficiali e garantiti.

17. Quanto al numero degli ordini ricevuti nel periodo 1° gennaio 2018-30 aprile 2019 attraverso il sito *internet* la Parte ha osservato che l'unica "*soluzione per avere questo dato è affidarsi ai dati forniti dal corriere*", in quanto il *database* di ordini del gestionale gestito dalla società non conterrebbe i medesimi dati¹². Quanto al numero delle richieste di avvalersi del diritto di recesso ricevute nel medesimo periodo (1° gennaio 2018-30 aprile 2019) Tiger Group si è limitata a dire che "*è un dato che non abbiamo mai numerato e quindi ci rimane impossibile comunicarvi quanto richiesto con precisione*".

18. Quanto al numero degli ordini annullati dal professionista nel medesimo periodo, lo stesso ha evidenziato che gli ordini annullati "*sono misti tra annullamenti derivanti da pagamenti non entrati, carte rifiutate, carte bloccate, bonifici corrotti, bonifici non entrati, richieste di annullamento, Hype errato, Mybank rifiutato, ordini annullati per black list carte clonate e molto altro*". Pertanto, "*essendo un dato caotico e non importante per noi non è mai stato né numerato né salvato*".

19. Quanto al numero dei rimborsi effettuati nel medesimo periodo, dopo aver evidenziato che "*I rimborsi [...] sono segnati solo dal 30 aprile del 2018 in poi*", la Parte ha chiarito che nel periodo 30 aprile 2018 - 30 aprile 2019 i rimborsi sarebbero stati [4.000-6.000]*: tuttavia, si tratterebbe di dati "*soggetti ad un margine di errore essendo stati conteggiati manualmente*".

3) Le argomentazioni difensive della Parte

20. A seguito della comunicazione di avvio, i professionisti hanno in più occasioni partecipato al procedimento depositando memorie difensive. Di seguito sono riportate, in sintesi, le principali argomentazioni della Parte a sostegno del proprio operato.

21. Attraverso una prima memoria del 28 maggio 2019, con riferimento alle condotte specifiche di cui al procedimento in oggetto, il professionista ha anzitutto rilevato come al fine di evadere

¹¹ Come noto, la procedura di risoluzione alternativa delle controversie e gli organismi che la curano sono disciplinati organicamente a livello comunitario dalla Direttiva UE 2013/11 (Direttiva ADR) e dal Regolamento 524/2013 sulle procedure di *on line dispute resolution* (Regolamento ODR). Direttiva e Regolamento introducono un insieme coordinato ed omogeneo di regole e procedure per la risoluzione alternativa delle controversie attraverso l'utilizzo di una piattaforma *web on line* (<https://webgate.ec.europa.eu/odr>) unica per tutta la UE.

¹² In particolare, prosegue Tiger Group, "*tali dati sono stati soppressi dal database per il grave e pesante peso che influiva sulla funzionalità del server al quale attaccava gravi timeout di funzionalità facendo rimanere il sito offline e non funzionante anche per ore*".

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

efficientemente gli ordini ricevuti deve necessariamente avvalersi di soggetti terzi, primo fra tutti il corriere espresso, che nel gestire l'incarico ricevuto da Tiger Group potrebbe “riscontrare problematiche di qualsiasi natura ed entità”¹³.

22. In ogni caso, nel rispetto del cliente, al verificarsi di spiacevoli eventi, come lo smarrimento *in itinere* del prodotto, Tiger Group afferma di provvedere, “entro i termini”, al puntuale ed integrale rimborso delle somme pagate *online* dai consumatori. Anche a fronte della diversa fattispecie nella quale viene consegnato un prodotto differente da quello indicato dal cliente, Tiger Group afferma di provvedere “all'immediato ritiro (ovviamente gratuito) e alla sostituzione con il bene effettivamente richiesto”.

23. A supporto di quanto precede, e a mero titolo esemplificativo, la Parte ha allegato documentazione (ad esempio, *mail* di ritiro gratuito e spedizioni nuove) dalla quale dovrebbe a suo dire emergere come in effetti Tiger Group rimborsi quanto versato dal consumatore. In realtà, la documentazione allegata riferisce solamente di qualche sporadico episodio nel quale il professionista ha in effetti risolto il problema del consumatore reclamante (o rimborsandolo o sostituendo/riparando il prodotto).

24. Con nota trasmessa in data 28 giugno 2019, in esecuzione del provvedimento di adozione di misure cautelari, Tiger Group ha evidenziato che il sito *web* da essa gestito indicherebbe “*al potenziale cliente l'eventuale disponibilità, o meno, del prodotto richiesto*”. In particolare, nel preciso momento in cui l'utente seleziona un determinato prodotto (ai fini del suo acquisto) riceverebbe immediatamente l'informativa sulla disponibilità o meno del bene e, nell'ipotesi di mancata giacenza, la dicitura “**INDISPONIBILE e/o SOLD OUT**” indicherebbe l'indisponibilità del prodotto in modo tale che il cliente viene posto nelle condizioni di optare per un differente modello. Peraltro, prosegue Tiger Group, laddove vi sia indisponibilità del bene richiesto non apparirebbe neppure il pulsante/tasto “*acquista*”, non potendosi pertanto in alcun modo procedere all'acquisto.

25. Con successiva memoria del 27 agosto 2019¹⁴, “*al fine di evidenziare la correttezza e la assoluta buona fede dell'operato della Tiger Group srl*”, il professionista allega la specifica documentazione riferita a ciascuno dei segnalanti nel procedimento in oggetto, dalla quale emerge l'avvenuta consegna del prodotto (talora fuori termine), ovvero, in alternativa, l'avvenuto rimborso del cliente (molto spesso pochi giorni dopo la richiesta di rimborso).

26. Pertanto, alla luce di quanto precede, la Parte contesta l'assunto secondo il quale, a fronte della risoluzione del contratto e/o dell'esercizio del diritto di recesso, la medesima non avrebbe consegnato i prodotti acquistati, ovvero rimborsato il consumatore del corrispettivo versato¹⁵.

Segue: gli aspetti informativi del sito web

27. In merito alle contestazioni relative agli obblighi informativi del sito *web* il professionista ha dichiarato quanto segue.

¹³ Cfr. Memoria del 28 maggio 2019 (prot. n. 0038919).

¹⁴ Prot. n. 0056792.

¹⁵ A tal proposito, osserva la Parte come nella Comunicazione del Termine di conclusione della fase istruttoria si richiami la segnalazione prot. n. 0045291 del 27/6/2019, definita da Tiger Group “*a dir poco frettolosa*” in quanto, già il giorno successivo alla richiesta di intervento il segnalante riceveva (comunicandolo all'Autorità in pari data) il prodotto ordinato *online* sul sito del professionista.

Quanto al diritto di recesso “condizionato” alla sua accettazione, Tiger Group ha genericamente osservato che prima di procedere alla richiesta formulata dal cliente la società “*deve necessariamente e preliminarmente verificare il rispetto delle condizioni atte ad esercitare il diritto, fra tutte se il cliente è nei termini per effettuare il reso, ovvero scongiurare eventuali truffe*” (ad esempio, vedere da remoto se ci sono state manomissioni *software* del terminale, ecc.). Pertanto, questo sarebbe il motivo alla base della c.d. “accettazione” della richiesta di recedere formulata dai clienti.

28. Inoltre, la Parte ha evidenziato come sarebbero presenti sul sito sia il modulo di recesso che il *link* concernente la risoluzione extragiudiziale delle controversie.

29. In conclusione, ribadendo “*il puntuale rispetto dei più alti standard di professionalità, correttezza e lealtà nei confronti dei propri clienti*”, la Parte ritiene che le contestazioni mosse sarebbero prive di ogni fondamento e comunque “*dettate da vicissitudini che esulano dal potere di controllo*” di Tiger Group, la quale invece, allorquando notiziata dal consumatore su eventuali disagi, avrebbe prontamente adempiuto a quanto di propria spettanza.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 27 agosto 2019 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

31. Con parere pervenuto in data 20 settembre 2019, la suddetta Autorità, limitando le proprie valutazioni all’attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l’eventuale scorrettezza della medesima pratica, ha espresso il proprio parere nel senso che il consumatore medio, consultato il sito *web www.tigershop.it* in conseguenza delle informazioni presenti sul sito *de quo* potrebbe procedere all’acquisto dei prodotti messi in vendita sul sito stesso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

32. Pertanto, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *internet* sia strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Osservazioni preliminari

33. L’istruttoria in esame riguarda il settore dell’*e-commerce*, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d’acquisto indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista.

34. Da qui la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, *in primis* l’adempimento delle obbligazioni principali del contratto e, quindi, della consegna dei beni acquistati, corrispondenti a quelli oggetto di promozione e di offerta.

35. Nella fase prodromica alla scelta d’acquisto occorre pertanto fornire un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle caratteristiche essenziali dei prodotti venduti e alle modalità di esecuzione del relativo regolamento contrattuale, al fine di consentire al

consumatore la verifica della convenienza della transazione e della conformità dei beni/servizi forniti alle dichiarazioni del professionista.

36. Peraltro, considerate le caratteristiche e l'articolazione a mezzo *internet*, un maggior dettaglio nell'offrire informazioni complete ed esaurienti, in modo chiaro e comprensibile, sin dal primo contatto con il consumatore, rispetto ad una transazione commerciale, non comporta alcun maggior aggravio per il professionista.

37. Inoltre, si deve evidenziare che, nel settore dell'*e-commerce*, gli obblighi informativi in capo al professionista permangono, sebbene con valenza diversa, anche a seguito dell'inoltro di un ordine: nella fase di esecuzione del rapporto di consumo rilevano, infatti, non solo la rapida esecuzione di una transazione, ma anche la divulgazione di informazioni corrette sullo stato effettivo e sugli sviluppi concreti di un ordine di acquisto. E ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza nell'*e-commerce*, se prontamente e adeguatamente informato sull'eventuale impossibilità di evadere l'ordine alle condizioni prospettate, il consumatore può sostituire agevolmente il professionista inadempiente con un suo diretto concorrente.

Le violazioni del Codice del Consumo di cui al punto II

38. Dalle numerose segnalazioni acquisite in atti emerge chiaramente l'aggressività della condotta messa in atto da Tiger Group, consistente nella mancata consegna dei prodotti acquistati *online* per il tramite del sito nonché nell'omissione del rimborso del corrispettivo versato dal consumatore a fronte dell'annullamento dell'ordine o dell'esercizio del diritto di recesso.

39. In particolare, dopo aver effettuato l'acquisto, i segnalanti venivano a conoscenza degli asseriti problemi nella gestione degli ordini e dei ritardi nella consegna dei prodotti acquistati, riuscendo talvolta ad ottenere i rimborsi solo a seguito di numerosi reclami.

40. Peraltro, nonostante le ripetute sollecitazioni effettuate nel lasso temporale intercorso dal recesso dal contratto e dalla richiesta di rimborso, alcuni segnalanti non hanno comunque ottenuto il rimborso, incontrando notevoli ostacoli nell'esercizio dei diritti contrattuali¹⁶.

41. In questo contesto giova altresì rilevare l'indeterminatezza delle informazioni e delle argomentazioni della Parte laddove riferisce della presunta prassi di rimborsare i propri clienti nell'ipotesi di smarrimento di un prodotto *in itinere* ovvero a fronte di un'istanza di rimborso a seguito di annullamento dell'ordine, dato quest'ultimo che il professionista non è stato in grado di fornire trattandosi di "*dato caotico ... né numerato né salvato*". Tale circostanza non risulta agli atti provata dal professionista mentre, al contempo, nel corso del procedimento e fino alla data di chiusura dell'istruttoria sono pervenute ulteriori segnalazioni di consumatori che lamentavano la mancata consegna di beni e l'omesso rimborso.

42. Infine, non vale ad esimere il professionista dalle proprie responsabilità l'operato di altri soggetti, quali il corriere espresso, ai cui dati peraltro rinvia per gli ordini e le consegne effettuate. Infatti, l'interposizione di soggetti terzi nell'attività del professionista non può risolversi in un esonero della responsabilità volto a porre il professionista "*al riparo*" da condotte che quest'ultimo assuma non riconducibili a fatto proprio, ma di cui si avvantaggi.

43. La condotta descritta, complessivamente considerata, costituisce quindi una pratica commerciale aggressiva, idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al

¹⁶ Cfr., tra le altre, segnalazione prot. n. 0015610 del 26/01/2018 e segnalazione prot. n. 0054520 del 6/8/2019.

prodotto e pertanto idonea ad indurlo ad assumere una decisione commerciale – l'acquisto e il pagamento di un prodotto – che non avrebbero altrimenti preso. I consumatori, infatti, basano la loro scelta commerciale, oltre che sul prezzo, anche sulla presentazione del prodotto prescelto come disponibile. Inoltre, viene in rilievo la circostanza che i consumatori, contestualmente all'effettuazione dell'ordine, provvedono all'immediato pagamento del bene prescelto utilizzando gli strumenti di pagamento accettati dal professionista (nel caso di specie, carta di credito o bonifico bancario) e che, successivamente all'annullamento dell'ordine e/o alla risoluzione del contratto per il ritardo nella consegna, non riescono ad ottenere dal professionista il rimborso delle somme versate. Ad ogni buon fine, non può non considerarsi che anche nei casi in cui il rimborso veniva effettivamente riconosciuto, ciò si realizzava solo all'esito di numerosi reclami da parte dei consumatori, cui veniva pertanto imposto un eccessivo onere per l'esercizio di un diritto riconosciuto dalla legge. Rileva infine anche la marcata posizione di debolezza in cui si trovano i consumatori, in ragione anche delle asimmetrie informative che caratterizzano lo strumento utilizzato per la conclusione del contratto di acquisto.

44. Per quanto precede, la pratica commerciale deve dunque ritenersi aggressiva ai sensi degli articoli 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio e ad ostacolare l'esercizio di diritti contrattuali.

45. Con specifico riferimento all'assenza e/o all'incompletezza della pubblicazione, sul sito del professionista, delle informazioni relative al diritto di recesso, deve ritenersi che tali carenze si pongano in contrasto con gli artt. 49, comma 1, lettera *h*), e 54, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

46. In particolare, quanto alla violazione dell'art. 54, comma 1, lettera *b*), il professionista impone un onere eccessivo, a carico del consumatore, in merito alle modalità di esercizio del diritto di recesso, limitando le possibilità di comunicazione ad un solo strumento, peraltro oneroso per il consumatore, ossia la raccomandata A.R..

47. Inoltre, diversamente da quanto sostenuto nelle memorie, il professionista non mette a disposizione sul sito alcun modulo per l'esercizio del diritto di recesso di cui all'allegato I, parte B, del Codice del consumo (art. 49, comma 1, lettera *h*)), mentre è in effetti presente il riferimento alla possibilità di avvalersi di un meccanismo extra-giudiziale di risoluzione delle eventuali controversie insorte (art. 49, comma 1, lettera *v*)).

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

48. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

50. Con riguardo alla pratica commerciale, nel valutare la gravità della violazione si tiene conto dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori e delle

specificità del settore *dell'e-commerce*, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista, nonché del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito *internet* aziendale del professionista, strumento suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori potendosi quindi ritenere che la condotta in questione abbia avuto ampia diffusione.

51. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica sia stata posta in essere almeno dal mese di maggio del 2017¹⁷ e che sia tuttora in corso, essendo sopravvenute, da ultimo, segnalazioni dalle quali emerge l'attuale prosecuzione della condotta da parte del professionista¹⁸. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Tiger Group S.r.l. nella misura di 200.000 € (duecentomila euro), che appare proporzionata, tenuto conto del fatturato realizzato nel corso del 2017, pari a 12,3 milioni di euro.

52. Per quanto riguarda la gravità della violazione di cui ai punti 45 e ss. si richiamano gli elementi indicati al punto 50, mentre per la durata, dagli elementi disponibili in atti, risulta che le condotte contestate siano state poste almeno dal mese di maggio 2017¹⁹ e che sia parzialmente tuttora in corso, attesa l'assenza del modulo per l'esercizio del diritto di recesso. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Tiger Group S.r.l. nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali;

RITENUTO, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la mancata e/o incompleta pubblicazione sul sito internet del professionista delle informazioni di cui al punto II, lettera B), del presente provvedimento in ordine al diritto di recesso integri una violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), e 54, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Tiger Group S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

¹⁷ Cfr. prima segnalazione in atti (*prot. n. 0039585 del 10 maggio 2017*).

¹⁸ Si consideri a tal proposito che la segnalazione più recente è del 6 agosto 2019 (segnalazione *prot. n. 0054520*) e riporta fatti avvenuti tra luglio e agosto 2019.

¹⁹ Cfr. prima segnalazione in atti (*prot. n. 0039585 del 10 maggio 2017*).

b) che la mancata e/o incompleta pubblicazione delle informazioni di cui al punto II, lettera B), del presente provvedimento, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, violazione, degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), e 54, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale di cui alla lettera a), alla società Tiger Group S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);

d) che, con riferimento alle condotte di cui alla lettera b), alla società Tiger Group S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

e) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i

maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11291 - HP GROUP/PLAZALO.COM-PROBLEMATICHE VARIE

Provvedimento n. 27954

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società HP Group S.r.l. (di seguito, anche, HP), P.I. 05536950651, in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo, ha per oggetto sociale, tra l'altro, il commercio all'ingrosso e al dettaglio, anche elettronico, di articoli per la comunicazione, telefonia, cellulari, ecc.. Sulla base della documentazione in atti, ha esercitato la sua attività utilizzando il dominio *web e-commerce* <https://www.plazalo.com/> del quale ha mantenuto la titolarità fino al mese di ottobre 2018¹. Secondo l'ultimo bilancio di esercizio al 31 dicembre 2018, la società ha realizzato un fatturato pari ad € 2.022.561 per ricavi delle vendite e delle prestazioni ed un utile di esercizio pari ad € 59.979.

2. La società Vip Events S.r.l.s. (di seguito, anche, VIP), P.I. 08027361214, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Non sono disponibili i dati di bilancio della società, né VIP ha depositato alcuna documentazione fiscale dalla quale emergano i risultati economici relativi alla sua attività.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere da HP e VIP (di seguito, congiuntamente, *i professionisti*) nell'offerta di prodotti *on line* attraverso il sito *web e-commerce* <https://www.plazalo.com/> (di seguito anche il "Sito").

4. In particolare, la pratica commerciale si articola nelle diverse condotte consistenti: *i*) nella mancata, o ritardata, o incompleta consegna dei prodotti commercializzati *on line* sul Sito (HP); *ii*) negli ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori a fronte di specifica richiesta di annullamento dell'ordine e/o di esercizio del diritto di recesso, nonché nell'omissione del rimborso del corrispettivo versato dai consumatori (HP); *iii*) nell'ingannevolezza e confusorietà delle

¹ Data di sottoscrizione del contratto di vendita del sito *web e-commerce* <https://www.plazalo.com/> alla società Vip Events S.r.l.s..

informazioni rese sul Sito circa l'identità del professionista a cui rivolgersi per reclamare i citati diritti (VIP).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alle condotte sopra descritte, sulla base delle informazioni acquisite² e delle molteplici segnalazioni pervenute a partire dal mese di gennaio 2018, in data 16 maggio 2019 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS11291, nei confronti di HP e di VIP, per presunta violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo³.

6. In data 7 giugno 2019, HP ha trasmesso copia del contratto di compravendita del Sito stipulato con la società VIP in data 24 ottobre 2018⁴.

7. In data 19 giugno 2019 è stata avanzata una richiesta di collaborazione alla Guardia di Finanza, Nucleo Speciale Antitrust (di seguito, anche, GdF), al fine di disporre di elementi conoscitivi necessari alla valutazione della scorrettezza della pratica commerciale⁵. Tali elementi, acquisiti dalla GdF, rispettivamente, dalla società HP in data 3 luglio 2019 e dalla società VIP in data 4 luglio 2019, sono stati trasmessi il successivo 15 luglio 2019⁶.

8. In data 9 luglio 2019, HP ha depositato una propria nota allegando taluna documentazione fiscale (fatture) e il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2018⁷.

9. In data 31 luglio 2019 sono state acquisite agli atti del fascicolo le schermate dell'home *page*, nonché di ulteriori pagine *web* del Sito⁸.

10. In data 1° agosto 2019 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁹.

11. In data 22 agosto 2019 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo; il parere è successivamente pervenuto in data 5 settembre 2019¹⁰.

2) *Le evidenze acquisite*

a) *Le segnalazioni*

12. Nelle segnalazioni agli atti del fascicolo, risalenti al periodo gennaio -settembre 2018, diversi consumatori hanno lamentato: *i*) la mancata consegna dei prodotti acquistati sul sito *web e-commerce* <https://www.plazalo.com/>, nonostante il versamento del corrispettivo richiesto tramite

² Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 16 maggio 2019, doc. n. 8, di cui all'indice del fascicolo.

³ Cfr. doc. n. 9, di cui all'indice del fascicolo.

⁴ Cfr. doc. n. 18, di cui all'indice del fascicolo.

⁵ Cfr. doc. n. 19, di cui all'indice del fascicolo.

⁶ Cfr. doc. n. 22, di cui all'indice del fascicolo.

⁷ Cfr. doc. n. 20, di cui all'indice del fascicolo.

⁸ Cfr. doc. n. 23, di cui all'indice del fascicolo.

⁹ Cfr. doc. n. 24, di cui all'indice del fascicolo.

¹⁰ Cfr. docc. nn. 25 e 26, di cui all'indice del fascicolo.

bonifico bancario e/o carta di credito; *ii*) la consegna di beni difformi da quelli ordinati e pagati; *iii*) il mancato rimborso a seguito di annullamento dell'ordine o esercizio del diritto di recesso.

13. In particolare HP, pur ricevendo continui solleciti da parte dei consumatori, anche a distanza di mesi dalla ricezione dell'ordine, non ha adempiuto alle proprie obbligazioni, adottando tecniche dilatorie consistenti nel fornire ai consumatori risposte del tutto generiche ed evasive.

14. Di seguito, si riportano le segnalazioni pervenute ed acquisite agli atti del fascicolo PS11291, relative alla società HP:

1) il consumatore segnalante lamenta la consegna di un prodotto diverso da quello ordinato e il mancato rispetto dei tempi di consegna¹¹;

2) *"(...) sono passati più di 20 gg. dall'accettazione del mio pagamento (...) per il prodotto in oggetto e non ho ricevuto nessuna ulteriore comunicazione da parte vostra né tanto meno l'oggetto acquistato. Sono due giorni che chiamo il vostro servizio clienti e mi viene data sempre la stessa risposta interlocutoria: "Le faremo sapere in giornata!"*¹². A detta segnalazione, il professionista risponde quanto segue: *"Emettiamo rimborso in giornata per mancanza del prodotto"*¹³;

3) il consumatore lamenta, a seguito dell'ordine di diversi televisori, di aver ricevuto prodotti di modello differente e in quantità inferiore a quella ordinata. Dopo la resa dei prodotti, regolarmente ritirati da corriere incaricato da HP e nonostante aver ricevuto la disposizione di bonifico da parte dell'istituto di credito, detto bonifico non è stato mai eseguito e l'accredito delle somme corrisposte al momento dell'ordine mai effettuato¹⁴;

4) *"(...) ho acquistato uno smartphone sul sito 'plazalo.com' (...) del valore di 469 euro con carta di credito (...). Lo stesso giorno decido di non acquistare più l'oggetto pertanto invio una mail (...) chiedendo l'annullamento dell'ordine, ma non ricevo risposta. Dopo numerose chiamate (...) ottengo l'annullamento dell'ordine (che nel frattempo non era mai stato spedito, nonostante la consegna sarebbe dovuta avvenire in 2/3 giorni). Nella mail di annullamento viene evidenziato che il rimborso della carta di credito avverrà entro 15 giorni. Passati 15 giorni lavorativi, non avendo ricevuto rimborso ricontatto il gestore che controlla la pratica ed invia una nuova mail (...) con scritto che hanno elaborato la richiesta di rimborso. Successive mail mi indicavano il riaccredito nella prima settimana di giugno. Mi sono rivolto ad (...) (Associazione Nazionale Consumatori) che ha provato a contattare il venditore, senza esito per quanto riguarda il rimborso"*¹⁵.

5) *"ho ordinato un televisore (...) il 1.09.2018, pagato il prezzo e la spedizione entro 5/6 giorni lavorativi. Il 17.09.2018 non ho ancora ricevuto conferma della spedizione della merce. La società non risponde alle mie domande (mail, sito internet, WhatsApp). (...)"*¹⁶.

¹¹ Cfr. prot. n. 0014335 del 22 gennaio 2018, doc. n. 1, di cui all'indice del fascicolo.

¹² Cfr. doc. prot. n. 0035342 del 17 aprile 2018, doc. n. 2, di cui all'indice del fascicolo.

¹³ Cfr. doc. n. 3, di cui all'indice del fascicolo.

¹⁴ Cfr. prot. n. 0036093 del 19 aprile 2018, doc. n. 4, di cui all'indice del fascicolo.

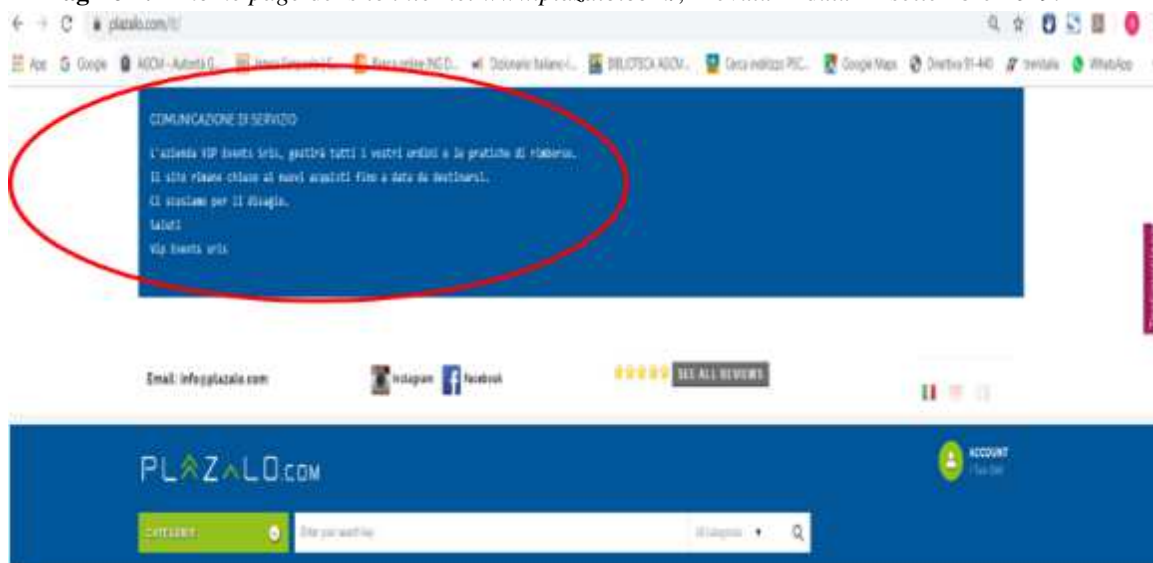
¹⁵ Cfr. prot. n. 0050991 del 2 luglio 2018, doc. n. 5, di cui all'indice del fascicolo.

¹⁶ Cfr. doc. prot. n. 0065651 del 24 settembre 2018, doc. n. 6, di cui all'indice del fascicolo.

b) Le rilevazioni effettuate d'ufficio

15. A seguito di controlli effettuati d'ufficio consultando l'home page del sito internet *www.plazalo.com*, risulta che, almeno a far data dal 11 gennaio 2019¹⁷, il medesimo, benché accessibile, non consente di effettuare acquisti *on line* e reca (anche alla data odierna) una "Comunicazione di servizio" secondo la quale "L'azienda VIP Events Srls, gestirà tutti i vostri ordini e le pratiche di rimborso¹⁸. Il sito rimane chiuso ai nuovi acquisti fino a data da destinarsi. Ci scusiamo per il disagio. Saluti Vip Events srls." (- vedi successiva immagine n. 1)¹⁹.

Immagine n.1 –home page del sito internet *www.plazalo.com*, rilevata in data 12 settembre 2019.



c) Le informazioni acquisite nel corso del procedimento

16. Con l'atto di avvio del procedimento istruttorio PS11291 sono state richieste ai professionisti una serie di informazioni²⁰ in relazione alle quali non è pervenuto alcun riscontro. Soltanto con la

¹⁷ Cfr. il verbale di acquisizione agli atti del fascicolo del 16 maggio 2019 (doc. n. 8, di cui all'indice del fascicolo) e l'Immagine n. 1 riportata nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, prot. n. 0036557 del 16 maggio 2019 (doc. n. 9, di cui all'indice del fascicolo).

¹⁸ E ciò benché dalla visura ordinaria della società reperita dalla banca dati Telemaco, già in data 8 maggio 2019, VIP risultasse in stato "inattiva".

¹⁹ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del fascicolo del 16 maggio e del 31 luglio 2019. Le rilevazioni effettuate d'ufficio, confermano, ancora alla data del 12 settembre 2019, l'inoperatività del Sito.

²⁰ Si fa riferimento alle seguenti informazioni: **1.** data di costituzione, inizio operatività e temporanea chiusura (fino a data da destinarsi) del sito internet *www.plazalo.com* e previsioni circa la data della sua eventuale ripresa dell'operatività; **2.** descrizione del processo di acquisto dei prodotti venduti attraverso internet, indicando eventuali rapporti con i fornitori; **3.** con riferimento al periodo intercorrente tra la data di inizio di operatività del sito *www.plazalo.com* e fino al 31 dicembre 2018, fornire: *i*) numero degli ordini ricevuti attraverso il citato sito internet, distinti per mese, indicandone il valore complessivo; *ii*) numero dei beni effettivamente consegnati in relazione agli ordini d'acquisto ricevuti, distinti per mese, indicando la tempistica media di consegna; *iii*) numero delle richieste di annullamento dell'ordine e/o di recesso ricevute, distinte per mese; *iv*) numero delle richieste di rimborso ricevute (comprendendo anche il periodo successivo alla chiusura temporanea del sito e fino alla data odierna), distinte per mese, indicando quante di esse siano state evase e la tempistica media di rimborso; **4.** motivazioni in base alle quali si è proceduto alla temporanea chiusura del sito internet

nota prot. n. 0041616, del 7 giugno 2019²¹, HP si è limitata a trasmettere il contratto di compravendita dei siti *web* denominati *paghiamo.it* e, per quel che rileva in questa sede, *plazalo.com*, corredato dalla relativa fattura. Da detto contratto, sottoscritto in data 24 ottobre 2018, risulta il trasferimento di proprietà dei citati siti, dalla società HP Group S.r.l. alla società Vip Events S.r.l.s., “*relativamente ai componenti dei siti e degli elementi tecnici e informatici, software, contenuti, banche dati, soluzioni tecniche, realizzazioni grafiche, applicazioni, dominio, credenziali accessi ai siti e ai profili social, senza assunzione di alcuna responsabilità*”.

17. A seguito della richiesta di collaborazione avanzata dall’Autorità alla GdF nell’ambito del procedimento, quest’ultima, con nota prot. n. 0049176 del 15 luglio 2019²², ha trasmesso i verbali delle operazioni compiute effettuati nei confronti dei professionisti. Da tali verbali, redatti a seguito della convocazione presso le sedi territoriali della Guardia di finanza dei rappresentanti legali delle due società, è emerso quanto segue:

Il verbale delle operazioni compiute di HP

18. HP, in particolare, ha dichiarato che la creazione e gestione del Sito sono avvenute a cura di diversa società che si occupava anche del processo di vendita *on line* (dall’ordine effettuato dal potenziale cliente, alla finalizzazione dello stesso, nonché relativamente agli aggiornamenti della pagina *web*, della grafica, etc.), riservandosi di comunicare la data di inizio operatività del citato Sito. In particolare, la società incaricata da HP, ricevuto l’ordine del prodotto, comunicava i nominativi dei soggetti che avevano effettuato il relativo acquisto di modo che HP corrispondesse una provvigione a detta società, dietro emissione di fattura. In seguito, la spedizione della merce veniva gestita da HP ed eseguita da un’altra società²³.

19. HP ha, altresì, reso noto che “*(...) i prodotti messi in vendita sul portale www.plazalo.com venivano acquistati nel momento in cui veniva materialmente effettuato l’ordine. In sostanza, i prodotti non erano presenti in magazzino, ma si aspettava l’ordine del cliente, per poterlo evadere. Tanti prodotti, pertanto, non erano sempre disponibili dal rivenditore e questo motivo ha causato ritardi nella spedizione*”.

20. Avuto riguardo al processo di vendita *on line* sul Sito (dall’ordine effettuato dall’acquirente, all’avvenuto pagamento fino alla consegna della merce), HP ha dichiarato di non essere in grado di dimostrare l’intero processo dell’ordine (invio, ricezione da parte della società incaricata della gestione del Sito e relativa comunicazione del nominativo alla HP per la successiva spedizione).

21. In merito alla richiesta di produrre, con riferimento al periodo intercorrente tra la data di inizio di operatività del Sito e fino al 31 dicembre 2018, il numero degli ordini ricevuti, dei beni effettivamente consegnati, delle richieste di annullamento dell’ordine e/o di recesso e/o di rimborso

www.plazalo.com e dell’affidamento a VIP della gestione delle consegne e delle pratiche di rimborso, specificando la natura delle cointeressenze emerse tra le due diverse società e fornendo copia dei contratti/accordi in essere relativamente alla gestione dell’attività di *e-commerce* espletata attraverso il sito *internet www.plazalo.com*; **5.** ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

²¹ Cfr. doc. n. 18, di cui all’indice del fascicolo.

²² Cfr. doc. n. 22, di cui all’indice del fascicolo, contenente: **a)** verbale di operazioni compiute redatto in data 3 luglio 2019 nei confronti della HP Group S.r.l., con sede legale in Poggiomarino (NA); **b)** verbale di operazioni compiute redatto in data 04 luglio 2019, nei confronti della Vip Events S.r.l.s., con sede legale in Castellammare di Stabia (NA).

²³ Cfr. doc. n. 22, pagg. 2 e 3, punti 2 e 3, del verbale delle operazioni compiute di HP, di cui all’indice del fascicolo.

ricevute, indicando quante di esse fossero state evase e la tempistica media di rimborso²⁴, benché HP si sia riservata, in corso di istruttoria, di produrre tutta la relativa documentazione²⁵, nulla è stato trasmesso all’Autorità²⁶.

22. Con riferimento, poi, alle motivazioni in base alle quali si è proceduto alla temporanea chiusura del Sito e all’affidamento a VIP della gestione delle consegne e delle pratiche di rimborso, HP ha dichiarato di aver posto in vendita il Sito per vari motivi, quali *“lo scarso margine di guadagno derivato dalle relative vendite; le discrasie derivate dalle richieste di rimborso dei consumatori, nonché le numerose denunce causate dalle mancate ricezioni lamentate dagli stessi”*, impegnandosi a rimborsare i relativi importi, *“non appena avr[à]mo contezza delle richieste avanzate dai consumatori”*.

23. HP ha precisato, altresì, di non intrattenere alcuna collaborazione e/o rapporto commerciale con VIP, salvo quello della compravendita del Sito, non rivestendo più alcun ruolo nell’attività svolta tramite il Sito stesso²⁷.

Il verbale delle operazioni compiute di VIP

24. VIP, per proprio conto, ha dichiarato, a seguito dell’acquisto del Sito, di non avere mai iniziato l’attività di vendita *on line*, di non avere intrapreso alcun rapporto con soggetti terzi (collaboratori, fornitori, potenziali acquirenti, etc.), di non essersi mai interessata della cura delle pagine *web* del Sito, disconoscendo l’inserimento dell’indicazione della titolarità dello stesso in capo a VIP, presente all’interno delle pagine *web* del Sito stesso (vedi precedenti Immagini nn. 2 e 3). In relazione, poi, alla dicitura riportata in *home page* circa la temporanea chiusura del Sito fino a data da destinarsi (vedi precedente Immagine n. 1) e cioè che *“L’azienda VIP Events Srls, gestirà tutti i vostri ordini e le pratiche di rimborso”*, VIP ha dichiarato di non esserne al corrente (fino al momento dell’accertamento operato dalla GdF)²⁸.

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

25. Come sopra accennato, oltre alla documentazione prodotta da HP in data 7 giugno e 9 luglio 2019²⁹ ed alle dichiarazioni rese nei verbali delle operazioni compiute di cui al precedente paragrafo 2), lettera c), le Parti non hanno sostanzialmente fornito riscontro alla dettagliata richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento istruttorio³⁰, né hanno prodotto le informazioni che si erano riservate di fornire nel corso delle predette operazioni compiute dalla GdF, né hanno depositato alcuna memoria difensiva.

²⁴ Cfr. il punto 3 della richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, riportato alla precedente nota n. 21.

²⁵ Cfr. doc. n. 22, pag. 3, punto 3, del verbale delle operazioni compiute di HP, di cui all’indice del fascicolo.

²⁶ In proposito, si rileva che, dopo il verbale delle operazioni compiute dalla GdF nei confronti di HP, quest’ultima si è limitata a trasmettere taluna documentazione relativa alle fatture emesse, nei confronti del professionista, dalla società incaricata della gestione del Sito e dall’impresa di spedizioni.

²⁷ Cfr. doc. n. 22, pagg. 3 e 4, punti 4 e 5, del verbale delle operazioni compiute di HP, di cui all’indice del fascicolo.

²⁸ Cfr. doc. n. 22, pagg. 2 e 3, del verbale delle operazioni compiute di VIP, di cui all’indice del fascicolo.

²⁹ Si tratta della copia del contratto di compravendita del Sito, di alcune fatture emesse dalla società incaricata della gestione del Sito e dall’impresa di spedizioni, nonché del bilancio al 31 dicembre 2018, di cui si è dato conto nel precedente paragrafo 2).

³⁰ Cfr. precedente nota n. 21.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

26. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 22 agosto 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

27. Con parere pervenuto in data 5 settembre 2019, la suddetta Autorità, limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale scorrettezza della medesima pratica, ha espresso il proprio parere nel senso che le informazioni incomplete presenti sul sito del professionista relative all'esercizio del diritto di recesso potrebbero aver indotto il consumatore ad una scelta commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

28. Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *internet* sia strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Osservazioni preliminari

29. L'istruttoria in esame riguarda il settore dell'*e-commerce*, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista.

30. Ne consegue l'esigenza di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, *in primis* l'adempimento delle obbligazioni principali del contratto e, quindi, la consegna dei beni acquistati, corrispondenti a quelli oggetto di promozione e di offerta.

31. Nella fase prodromica alla scelta d'acquisto occorre pertanto fornire un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle caratteristiche essenziali dei prodotti venduti, alle modalità di esecuzione del relativo regolamento contrattuale, nonché, con particolare riferimento al caso di specie, alla loro reale disponibilità, al fine di consentire al consumatore la verifica della convenienza della transazione e della conformità dei beni/servizi forniti rispetto alle dichiarazioni rese dal professionista.

32. Peraltro, considerate la peculiarità di una transazione commerciale svolta a mezzo *internet*, l'offerta di informazioni dettagliate, complete, esaurienti, chiare e comprensibili, sin dal primo contatto con il consumatore, non comporta alcun maggior aggravio per il professionista³¹.

33. Si deve evidenziare, altresì, che nel settore dell'*e-commerce*, gli obblighi informativi in capo al professionista permangono, sebbene con valenza diversa, anche (e soprattutto) a seguito dell'inoltro di un ordine. Nella fase di esecuzione del rapporto di consumo rilevano, infatti, non solo la rapida esecuzione di una transazione, ma anche la divulgazione di informazioni corrette sullo stato effettivo e sugli sviluppi concreti di un ordine di acquisto. E ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza nel settore, se prontamente e adeguatamente informato sull'eventuale impossibilità di evadere l'ordine alle condizioni prospettate, il consumatore può sostituire agevolmente il professionista inadempiente con un suo diretto concorrente.

³¹ Cfr., tra gli altri, Provvedimento n. 25182 del 12 novembre 2014; PS/9192 Marco Polo Expert – Vendite On line.

Le violazioni del Codice del Consumo

Premessa

34. Alla luce delle evidenze agli atti, si ritiene che le riscontrate violazioni alla normativa in materia di tutela del consumatore siano interamente da attribuirsi, in costanza di operatività del Sito, alla società HP Group S.r.l. per ciò che concerne, in particolare: a) la mancata o incompleta consegna dei prodotti commercializzati *on line*; b) gli ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori; c) l'omissione dei rimborsi a coloro i quali hanno annullato gli ordini o esercitato il diritto di recesso.

35. Con riferimento alla società VIP Events S.r.l.s., anche sulla base delle dichiarazioni rese alla Guardia di Finanza da parte del rappresentante legale della società, non sussistono, allo stato, evidenze istruttorie tali da giustificare alcun provvedimento sanzionatorio nei suoi confronti. In particolare, dalla data di acquisto del Sito (e fino alla data odierna in cui il Sito permane non operante), non ha sostanzialmente effettuato alcuna attività di compravendita *on line*.

36. Infatti, dal punto di vista delle responsabilità delle condotte poste in essere rileva che il Sito è stato operativo, sotto la titolarità di HP, quanto meno, dal mese di novembre 2017³² e fino, quanto meno, al 1° settembre 2018³³, non risultando successivamente più attivo.

37. Nel corso di tale periodo, HP è dunque da ritenersi responsabile, nei confronti dei consumatori, della corretta esecuzione dei contratti di vendita dei prodotti commercializzati e stipulati tramite il citato Sito fino alla data di sottoscrizione del contratto di vendita a VIP (24 ottobre 2018).

38. La pratica descritta al punto II della presente comunicazione, considerata nel suo complesso, si articola pertanto in diverse condotte aggressive, volte ad ostacolare l'esercizio dei diritti dei consumatori in relazione ai contratti stipulati *on line* e rinvenibili nella mancata o ritardata consegna dei prodotti acquistati e pagati dai consumatori, o nella consegna di prodotti differenti da quelli ordinati, nonché nel mancato rimborso a seguito di annullamento dell'ordine e/o esercizio del diritto di recesso.

39. Tali condotte, come verrà dettagliatamente descritto nel prosieguo, integrano una pratica commerciale scorretta, in violazione, per ciò che concerne HP, degli articoli 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonee a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta dei consumatori in relazione alle offerte di prodotti *on line* sul sito *internet* <https://www.plazalo.com/it/>.

40. Con riferimento alle condotte poste in essere da HP, pur non avendo il professionista sostanzialmente risposto alle richieste di informazioni, si rileva che le diverse segnalazioni, la documentazione ad esse allegata ed acquisita in atti e, in particolare, le stesse dichiarazioni rese nel verbale delle operazioni compiute dalla GdF, lasciano emergere chiaramente l'aggressività della condotta realizzata da HP.

41. In particolare, assume rilevanza la mancata consegna dei beni regolarmente ordinati e pagati dai consumatori, nonché gli ostacoli frapposti al rimborso del corrispettivo versato dai consumatori stessi a fronte dell'annullamento dell'ordine o dell'esercizio del diritto di recesso a seguito della

³² Cfr. la segnalazione doc. prot. n. 0014335, del 22 gennaio 2018, alla quale è allegata documentazione relativa ad un ordine effettuato il 24 novembre 2017, tramite il sito stesso.

³³ Cfr. la segnalazione doc. prot. n. 0065651, del 24 settembre 2018, nella quale si rinviene la data dell'ordine effettuato, appunto il 1° settembre 2018, attraverso il Sito.

ritardata o del tutto omessa consegna dei beni acquistati o della consegna di beni difformi da quelli ordinati a mezzo del Sito.

42. La pratica posta in essere dal professionista risulta, inoltre, aggravata dalla circostanza che, solo dopo aver effettuato l'acquisto, i segnalanti acquisivano contezza dei problemi nella gestione degli ordini e dell'indisponibilità dei prodotti che, conseguentemente, scaturivano nell'omessa e/o ritardata consegna dei prodotti acquistati.

43. Nella pressoché totalità dei casi, infatti, nonostante le ripetute sollecitazioni effettuate sia dopo l'invio dell'ordine che nel lasso temporale intercorrente tra l'annullamento dell'ordine stesso (e/o la risoluzione del contratto per il ritardo nella consegna) e la richiesta di rimborso, dall'istruttoria è emerso come i consumatori non siano riusciti ad ottenere dal professionista né la consegna del bene ordinato e pagato, a causa della sua indisponibilità, né il rimborso reclamato, incontrando notevoli ostacoli nell'esercizio dei propri diritti contrattuali.

44. La conferma di quanto appena esposto lo si rinviene, ad esempio, nella risposta di HP ad una segnalazione agli atti (vedi precedente punto 14, segnalazione n. 2), in cui, al consumatore che lamentava il ritardo nella consegna del prodotto, la replica del professionista è stata la seguente: *"Emettiamo rimborso in giornata per mancanza del prodotto"*³⁴. Tale evidenza smentisce, peraltro, quanto indicato sul Sito nella sezione *Condizioni di vendita* in cui si riporta che *"Se un articolo non risulta disponibile al momento dell'ordine, il Cliente verrà avvisato tramite e-mail e potrà decidere se attendere l'articolo mancante, sostituirlo o escluderlo dall'ordine"*³⁵.

45. Ulteriore conferma della scorrettezza della condotta posta in essere dal professionista è riscontrabile, inoltre, da quanto dallo stesso dichiarato nel verbale delle operazioni compiute dalla GdF dove, pacificamente, HP ha ammesso che *i prodotti messi in vendita sul portale (...) non erano presenti in magazzino, ma si aspettava l'ordine del cliente, per poterlo evadere. Tanti prodotti, pertanto, non erano sempre disponibili dal rivenditore (...)*; peraltro, dai documenti acquisiti emerge l'adozione da parte di HP di tecniche dilatorie volte ad illudere i consumatori circa il buon esito della transazione commerciale³⁶.

46. Si evidenzia, poi, come sia lo stesso professionista ad affermare che uno dei motivi della decisione di vendere il Sito *web* sia riconducibile proprio *"alle discrasie derivate dalle richieste di rimborso dei consumatori nonché alle numerose denunce causate dalle mancate ricezioni lamentate dagli stessi"*. Non risulta, peraltro, che l'impegno a rimborsare i consumatori, dichiarato dalla società nel verbale delle operazioni compiute dalla GdF, sia stato onorato.

47. Infine, non vale ad esimere il professionista dalle proprie responsabilità, la circostanza secondo la quale la creazione e gestione del Sito avvenisse a cura di diversa società che si occupava anche del processo di vendita *on line*, dal momento che HP era destinataria dei pagamenti effettuati dai consumatori a seguito degli ordini e si riservava, tramite un'ulteriore società, di eseguire le relative spedizioni una volta a conoscenza degli ordini pervenuti. In ogni caso, l'interposizione di soggetti terzi nell'attività del professionista non può risolversi in un esonero della responsabilità

³⁴ Cfr. doc. n. 3, di cui all'indice del fascicolo.

³⁵ Cfr., doc. n. 8, di cui all'indice del fascicolo.

³⁶ Vedi, a titolo esemplificativo, le segnalazioni di cui ai nn. 2 e 4 del precedente punto 14 – docc. nn. 2 e 5 di cui all'indice del fascicolo.

volto a porre il professionista “*al riparo*” da condotte che quest’ultimo assuma non riconducibili a fatto proprio, ma di cui, allo stesso tempo, si avvantaggi.

48. La condotta descritta, complessivamente considerata, costituisce quindi una pratica commerciale aggressiva, idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto e pertanto idonea ad indurlo ad assumere una decisione commerciale – l’acquisto e il pagamento di un prodotto – che non avrebbero altrimenti preso. I consumatori, infatti, basano la loro scelta commerciale, oltre che sul prezzo, anche sulla presentazione del prodotto prescelto come disponibile. Inoltre, viene in rilievo la circostanza che i consumatori, contestualmente all’effettuazione dell’ordine, provvedono all’immediato pagamento del bene prescelto utilizzando gli strumenti di pagamento accettati dal professionista (nel caso di specie carta di credito o bonifico bancario) e che, successivamente all’annullamento dell’ordine e/o alla risoluzione del contratto per il ritardo nella consegna, non riescono ad ottenere dal professionista il rimborso dei soldi versati. Rileva infine anche la marcata posizione di debolezza in cui si trovano i consumatori, in ragione anche delle asimmetrie informative che caratterizzano lo strumento utilizzato per la conclusione del contratto di acquisto.

49. Per quanto precede, la pratica commerciale deve dunque ritenersi aggressiva, ai sensi degli articoli 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta dei consumatori in relazione all’offerta di HP, alle indicazioni fuorvianti ed ostruzionistiche rese ai consumatori a seguito dell’annullamento degli ordini o del recesso, concretandosi in ostacoli all’esercizio di diritti previsti in loro favore dalla legge e dai contratti di compravendita.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

50. Ai sensi dell’art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 di euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

52. Riguardo alle condotte poste in essere da HP, in violazione degli articoli 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, ai fini della determinazione della sanzione si tiene congiuntamente conto della dimensione del professionista, dell’entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, delle specificità del settore *dell’e-commerce* che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista, nonché del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito *internet* aziendale del professionista, strumento che, come anche sottolineato nel parere reso dall’AGCOM, è suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori data l’ampia diffusione delle procedure *on-line* di prenotazione e acquisto di beni e servizi, potendosi quindi ritenere che la condotta in questione abbia avuto ampia diffusione.

53. Inoltre, con riferimento alla durata della violazione, dagli elementi acquisiti agli atti del presente procedimento, risulta che la pratica è stata posta in essere, quanto meno, dal mese di novembre 2017 e fino almeno al 1° settembre 2018³⁷, data in cui il sito *internet* <https://www.plazalo.com/>, come emerso dalle evidenze istruttorie, risultava ancora attivo e gestito da HP.

54. Da ultimo, con specifico riferimento alle condizioni economiche del professionista, si osserva che i ricavi della società HP per prestazioni e servizi nel periodo compreso fra il 31 dicembre 2017 e il 31 dicembre 2018 sono quasi quintuplicati passando da 449.561 € a 2.022.561 €, mentre l'utile è quasi raddoppiato (da 31.529 € al 31 dicembre 2017 a 59.979 al 31 dicembre 2018). Pertanto, attesa l'efficacia prevalentemente deterrente attribuita alla sanzione amministrativa pecuniaria, si ritiene congruo determinarne l'importo nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

RITENUTO, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al paragrafo II, punto 4, sub *i*) e *ii*), del presente provvedimento, posta in essere da HP Group S.r.l., risulta scorretta, ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'offerta del professionista;

RITENUTO, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica descritta al paragrafo II, punto 4, sub *iii*), del presente provvedimento, non presenti, allo stato, elementi sufficienti ad integrare una violazione del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al paragrafo II, punto 4, sub *i*) e *ii*), del presente provvedimento, posta in essere dalla società HP Group S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che, con riferimento alla pratica commerciale di cui alla precedente lettera a), alla società HP Group S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui alla lettera a).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o

³⁷ Cfr. precedenti note nn. 36 e 37.

da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11425 - TECNO TRADE-VENDITE ON LINE

Provvedimento n. 27955

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 8 ottobre 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 12 giugno 2019, con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Tecnotrade S.r.l.s. nel prosieguo "parte" o "professionista" o "Tecnotrade" (P.I. 14164221005), attiva nel commercio all'ingrosso di apparecchiature elettroniche per telecomunicazioni e di altre componenti elettriche¹. Il professionista opera attraverso il sito *web* individuato dal dominio *www.tecnotradeshop.it*. Dall'ultimo bilancio di esercizio al 31 dicembre 2017 emerge che Tecnotrade ha conseguito un fatturato pari a € 52.024,00 di cui € 14.490,00 risultano essere gli utili.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la presunta scorrettezza di condotte commerciali poste in essere dalla società Tecnotrade S.r.l.s. e consistenti:

- a) nella mancata consegna dei prodotti acquistati e nel mancato rimborso del corrispettivo versato dal consumatore a fronte della risoluzione del contratto e/o dell'esercizio del diritto di recesso;
- b) in alcune omissioni degli obblighi informativi precontrattuali, gravanti sul professionista nel caso di contratti negoziati a distanza, per quanto concerne l'indicazione del prezzo e della disponibilità dei prodotti, delle modalità di esercizio del diritto di recesso.

¹ Cfr. Verbale acquisizione atti "Visura camerale" del 6 maggio 2019.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 16 maggio 2019 è stato comunicato alla parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11425 per possibile violazione degli artt. 24, 25, 49, comma 1, lettere e) e h), 54, comma 1, 56, comma 1, 61, comma 1 e 66-bis, del Codice del Consumo.

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro dieci giorni dalla sua ricezione, ai fini della valutazione dell'esistenza dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

5. Con provvedimento del 12 giugno 2019, l'Autorità ha disposto la sospensione della pratica relativa alla vendita di prodotti non disponibili e all'addebito dei costi sulla carta di credito di prodotti non realmente pronti per la consegna, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*.

6. In data 31 luglio 2019 è stata comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttorie ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

7. In data 21 agosto 2019 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto in data 5 settembre 2019².

8. Il professionista non ha fornito le informazioni richieste in sede di avvio e non ha prodotto alcuno scritto difensivo. Inoltre, risulta che il sito non è più attivo³.

2) *Le evidenze acquisite*

a) *Le segnalazioni*

9. Con specifico riferimento alla condotta descritta al punto II, *sub a*), rilevano, anzitutto, le segnalazioni ricevute dall'Autorità dal mese di febbraio 2019, alcune recensioni presenti in rete⁴, nonché le informazioni acquisite d'ufficio.

10. Dalle segnalazioni è in primo luogo emerso quanto segue:

a) un consumatore ha acquistato un telefono cellulare sul sito *internet* del professionista in data 1° febbraio 2019, procedendo contestualmente al pagamento tramite carta di credito. Nonostante l'immediato prelievo della somma pattuita (€725) e i reclami e le richieste rivolte al professionista⁵, il bene non è stato consegnato;

b) un acquirente ha ordinato e pagato uno *smartphone* senza averlo ricevuto. Contattato il professionista, avrebbe ricevuto spiegazioni vaghe e poco credibili circa la ragione del ritardo. Comunicata la volontà di recedere dal contratto, è ancora in attesa di ricevere il rimborso di quanto versato⁶;

² Cfr. prot. 58270 del 5 settembre 2019.

³ Cfr. Verbale acquisizione atti del 23 luglio 2019.

⁴ Cfr. Verbale acquisizione atti del 20 agosto 2019.

⁵ Cfr. segnalazione prot. 21104 del 28 febbraio 2019.

⁶ Cfr. segnalazione prot. 26633 del 28 marzo 2019.

- c) un altro compratore ha ordinato e pagato due diversi prodotti in data 16 gennaio 2019 e successivamente, trascorsi i termini previsti per la consegna, ha chiesto il rimborso di quanto versato, senza tuttavia ottenere alcun riscontro⁷;
- d) una consumatrice avrebbe proceduto all'ordine ad al pagamento di tre dispositivi *Apple Airpods* e, solo dopo numerosi reclami, è riuscita ad ottenere la consegna parziale della merce oggetto dell'acquisto⁸;
- e) un'altra consumatrice, in data 6 febbraio 2019 si è registrata al sito del professionista ed ha acquistato un iPhone X 256Gb al prezzo di € 865,00 tramite carta di credito. In data 19 febbraio 2019 ha chiesto informazioni in ordine alla spedizione del telefono ricevendo la risposta che il tempo di consegna era previsto in 15/20 giorni lavorativi. Successivamente, in data 15 marzo 2019, a seguito di un sollecito e varie telefonate, la consumatrice ha ricevuto una *mail* con la quale veniva informata che, se non avesse ricevuto quanto ordinato entro la settimana successiva, avrebbe avuto diritto al rimborso di quanto pagato. In data 30 marzo 2019 e in data 4 aprile 2019, la stessa ha inviato due ulteriori *e-mail* per avere notizie circa l'articolo ordinato senza però avere alcuna risposta. I successivi tentativi di contattare la società telefonicamente sono stati infruttuosi, in quanto l'utenza risultava disattivata⁹;
- f) infine un consumatore ha ordinato e pagato uno *smartphone Samsung S9* e a seguito del protrarsi dei tempi di consegna, ha formalizzato al professionista la richiesta di consegna del bene *de quo* o il rimborso della somma versata non ottenendo alcun riscontro¹⁰.

b) Le rilevazioni effettuate d'ufficio

11. Dalle ulteriori verifiche effettuate sul sito *internet* della parte, sono state rilevate alcune omissioni degli obblighi informativi precontrattuali, gravanti sul professionista nel caso di contratti negoziati a distanza per quanto concerne il prezzo dei prodotti e la loro effettiva disponibilità. Al riguardo, in particolare, è emerso che:

- a) nonostante i “*Termini e condizioni di vendita*” prevedano che “*7.1 Tutti i prezzi di vendita dei prodotti esposti ed indicati all'interno del sito Internet www.tecnotradeshop.it, sono espressi in euro e costituiscono offerta al pubblico ai sensi dell'art. 1336 c.c.*”¹¹, non risultano pubblicati i prezzi dei prodotti¹²;
- b) nelle informazioni concernenti l'esercizio del diritto di recesso (disponibili alla pagina “*Resi recessi e rimborsi*”) non sarebbe presente alcun modulo per l'esercizio del diritto di recesso, mentre per comunicare la volontà di avvalersene si prevede che i consumatori siano tenuti ad inviare una raccomandata A/R al professionista indicante la propria volontà;
- c) nella sezione dedicata al diritto di recesso è dato leggere: “*5.2 Ogni eventuale rimborso all'Acquirente verrà accreditato mediante una delle modalità proposte dal Venditore e scelta*

⁷ Cfr. segnalazione prot. 28665 del 5 aprile 2019.

⁸ Cfr. segnalazione prot. 29195 dell'8 aprile 2019.

⁹ Cfr. segnalazione prot. 31977 del 19 aprile 2019.

¹⁰ Cfr. segnalazione prot. 33451 del 2 maggio 2019.

¹¹ Cfr. Verbale acquisizione atti del 9 maggio 2019 “*Termini e condizioni di vendita*”.

¹² Cfr. Verbale acquisizione atti del 9 maggio 2019 “*Esempio scheda prodotto*”.

dall'Acquirente, in modo tempestivo e, in caso di esercizio del diritto di recesso, (...), al massimo entro 30 gg. dalla data in cui il Venditore è venuto a conoscenza del recesso stesso"¹³.

3) Le argomentazioni difensive della parte

12. Il professionista non ha partecipato al procedimento e non ha prodotto alcuna memoria.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *internet*, in data 21 agosto 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

14. Con comunicazione pervenuta in data 5 settembre 2019, la suddetta Autorità ha trasmesso la delibera n. 46/19/CONS, nella quale ha espresso il parere richiesto limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

15. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che "*con riferimento al caso di specie, il consumatore, a causa delle informazioni incomplete presenti sul sito del professionista relative all'esercizio del diritto di recesso, potrebbe essere stato indotto ad assumere decisioni commerciali che, altrimenti, non avrebbe preso*", ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle condotte oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Osservazioni preliminari

16. L'istruttoria in esame riguarda il settore dell'*e-commerce*, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista.

17. È, dunque, maggiore l'esigenza di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, *in primis* l'adempimento delle obbligazioni principali del contratto e quindi della consegna dei beni acquistati, corrispondenti a quelli oggetto di promozione e di offerta.

18. Nella fase prodromica alla scelta d'acquisto occorre pertanto fornire un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente in ordine alle caratteristiche essenziali dei prodotti venduti e alle modalità di esecuzione del relativo regolamento contrattuale, al fine di consentire al consumatore la verifica della convenienza della transazione e della conformità dei beni/servizi forniti alle dichiarazioni del professionista.

19. Peraltro, considerate le caratteristiche e l'articolazione a mezzo *internet*, un maggior dettaglio nell'offrire informazioni complete ed esaurienti, in modo chiaro e comprensibile, sin dal primo contatto con il consumatore, rispetto ad una transazione commerciale, non comporta alcun maggior aggravio per il professionista.

¹³ Cfr. Verbale acquisizione atti del 9 maggio 2019 "Termini e condizioni di vendita".

20. Inoltre, occorre evidenziare che, nel settore dell'*e-commerce*, gli obblighi informativi in capo al professionista permangono, sebbene con valenza diversa, anche a seguito dell'inoltro di un ordine. Nella fase di esecuzione del rapporto di consumo rilevano, infatti, non solo la rapida esecuzione di una transazione ma anche la divulgazione di informazioni corrette sullo stato effettivo e sugli sviluppi concreti di un ordine di acquisto. E ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza nell'*e-commerce*, se prontamente e adeguatamente informato sull'eventuale impossibilità di evadere l'ordine alle condizioni prospettate, il consumatore può sostituire agevolmente il professionista inadempiente con un suo diretto concorrente.

Le violazioni del Codice del Consumo di cui al punto II

21. Le evidenze raccolte nel corso dell'istruttoria fanno emergere che un rilevante numero di ordini non sono stati correttamente onorati dal professionista, pur essendo stati regolarmente pagati dai consumatori¹⁴.

22. Le segnalazioni pervenute prima e nel corso del procedimento testimoniano la circostanza che gli episodi legati alla mancata consegna sono ascrivibili ad una strategia commerciale del professionista preordinata al precipuo scopo di trarre indebito vantaggio dal meccanismo contrattuale utilizzato e, in modo particolare, dal pagamento anticipato da parte dei consumatori¹⁵.

23. A questo deve aggiungersi che molti prodotti non consegnati ai consumatori erano presentati come disponibili sul sito *web* al momento dell'acquisto, pur non essendo nella disponibilità del professionista, né del fornitore di riferimento. I consumatori, solo dopo aver effettuato l'acquisto, apprendevano infatti dei problemi nella gestione degli ordini e dei ritardi nella consegna dei prodotti acquistati¹⁶. Peraltro, Tecnotrade ha fornito raramente risposte ai consumatori e quando ciò è avvenuto, esse sono state vaghe, indeterminate e in ogni caso del tutto inadeguate rispetto al contenuto dei reclami presentati dai consumatori¹⁷.

24. I consumatori, anche in presenza di ripetute sollecitazioni e del rilevante lasso temporale intercorso dal recesso dal contratto e dalla richiesta di rimborso, non hanno comunque ottenuto il rimborso, incontrando quindi notevoli ostacoli nell'esercizio dei loro diritti contrattuali¹⁸.

25. La condotta descritta, complessivamente considerata, integra una pratica commerciale aggressiva, idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto e pertanto idonea ad indurlo ad assumere una decisione commerciale – l'acquisto e il pagamento di un prodotto – che non avrebbero altrimenti preso. I consumatori, infatti, basano la loro scelta commerciale, oltre che sul prezzo, anche sulla presentazione del prodotto prescelto come disponibile. Inoltre, viene in rilievo la circostanza che i consumatori, contestualmente all'effettuazione dell'ordine, provvedono all'immediato pagamento del bene prescelto utilizzando gli strumenti di pagamento accettati dal professionista (nel caso di specie carta di credito o bonifico bancario) e che, successivamente all'annullamento dell'ordine e/o alla risoluzione del contratto per il ritardo nella consegna, non riescono ad ottenere dal professionista il rimborso delle somme versate.

¹⁴ Cfr. segnalazione prot. 21104 del 28 febbraio 2019.

¹⁵ Cfr. segnalazione prot. 26633 del 28 marzo 2019.

¹⁶ Cfr. segnalazione prot. 31977 del 19 aprile 2019.

¹⁷ Cfr. segnalazione prot. 26633 del 28 marzo 2019.

¹⁸ Cfr. segnalazione prot. 44842 del 26 giugno 2019.

Rileva, infine, anche la marcata posizione di debolezza in cui si trovano i consumatori, in ragione anche delle asimmetrie informative che caratterizzano lo strumento utilizzato per la conclusione del contratto di acquisto.

26. Per quanto precede, la pratica commerciale deve dunque ritenersi aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali.

27. Inoltre, con specifico riguardo al *set* informativo normativamente previsto, sono state riscontrate specifiche carenze ai sensi del Codice del Consumo. Sul punto, non risulta pubblicato il prezzo del bene, in violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *e*), del Codice del Consumo; né il *link* sulla *homepage* al modulo necessario all'esercizio del diritto di recesso, in violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo.

28. Dalle segnalazioni, inoltre, emerge una violazione del Codice del Consumo per quanto concerne l'obbligo di utilizzare la raccomandata A.R. per comunicare la volontà di recedere, in contrasto con il dispositivo di cui all'art. 54, comma 1, del Codice del Consumo.

29. In particolare, il professionista impone un onere eccessivo a carico del consumatore in merito alle modalità di esercizio del diritto di recesso, limitando le possibilità di comunicazione ad un solo strumento, peraltro oneroso per il consumatore ossia la raccomandata A.R..

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

30. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

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

32. Riguardo alla pratica commerciale accertata, nel valutare la gravità della violazione si tiene conto dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, della dimensione del professionista e delle specificità del settore dell'*e-commerce*, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista, nonché del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito *internet* aziendale del professionista, strumento suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori, potendosi quindi ritenere che la condotta in questione abbia interessato un numero molto rilevante di consumatori.

33. Per quanto concerne i criteri dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione e della personalità dell'agente, occorre evidenziare che il professionista, dopo l'avvio del procedimento, non ha posto in essere azioni volte a limitare e/o circoscrivere il danno per i consumatori. Peraltro, Tecnotrade non ha partecipato al procedimento limitandosi a porre *off line* il sito.

34. Per quanto riguarda la durata delle violazioni di cui ai punti 23, 24 e 25 del presente provvedimento, confermata dalle descritte segnalazioni e dalle recensioni presenti in rete¹⁹, gli elementi disponibili in atti evidenziano che la pratica è stata posta in essere quanto meno dal mese di febbraio 2019²⁰ e risulta allo stato cessata, non essendo il sito più attivo²¹. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Tecnotrade S.r.l.s. nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

35. Per quanto riguarda la durata delle violazioni della disciplina dei diritti dei consumatori nei contratti, dagli elementi disponibili in atti risulta che le condotte contestate sono state poste in essere dal mese di febbraio 2019²² e risultano allo stato cessate, non essendo il sito più attivo²³. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Tecnotrade S.r.l.s. nella misura di 15.000 € (quindicimila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II lettera a) costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 24 e 25, del Codice del Consumo, in quanto idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive e ostruzionistiche, a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali;

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che le condotte descritte al punto II lettera b) costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 49, comma 1, lettere e) e h) e 54, comma 1, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II lettera a) del presente provvedimento, posta in essere dalla società Tecnotrade S.r.l.s., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la mancata e/o incompleta pubblicazione delle informazioni di cui al punto II lettera b) del presente provvedimento posta in essere dalla società Tecnotrade S.r.l.s., costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, violazioni degli artt. 49, comma 1, lettere e) e h), e 54, comma 1, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale descritta sub a) alla società Tecnotrade S.r.l.s., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

¹⁹ Cfr. Verbale acquisizione atti del 20 agosto 2019.

²⁰ Cfr. segnalazione prot. 21104 del 28 febbraio 2019.

²¹ Cfr. Verbale acquisizione atti del 23 luglio 2019.

²² Cfr. segnalazione prot. 21104 del 28 febbraio 2019.

²³ Cfr. Verbale acquisizione atti del 23 luglio 2019.

d) che con riferimento alle condotte descritte sub b), alla società alla società Tecnotrade S.r.l.s., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (quindicimila euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di home-banking e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXIX- N. 43 - 2019

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Sandro Cini, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini,
Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
