



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXIV - n. 28

Publicato sul sito www.agcm.it
14 luglio 2014

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I689C - ORGANIZZAZIONE SERVIZI MARITTIMI NEL GOLFO DI NAPOLI	
<i>Provvedimento n. 25000</i>	5
I773 - CONSORZIO BANCOMAT-COMMISSIONI BILL PAYMENTS	
<i>Provvedimento n. 25012</i>	7
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	10
C11667 - UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO-INTER MUTUELLES ASSISTANCE/IMA ITALIA ASSISTANCE	
<i>Provvedimento n. 24994</i>	10
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	11
PS9223 - UFFICIO EMERGENZA DEBITI-RISTRUTTURAZIONE DEBITI	
<i>Provvedimento n. 24989</i>	11
PS9295 - KIDEO-MANCATA CONSEGNA PRODOTTO	
<i>Provvedimento n. 25002</i>	18
PS9350 - PERFOLINE-GLUCOBURNER E DECABURNER	
<i>Provvedimento n. 25004</i>	27
PS9295 - KIDEO - MANCATA CONSEGNA PRODOTTO	
<i>Avviso di adozione provvedimento di chiusura del procedimento</i>	39
VARIE	40
REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE IN MATERIA DI TUTELA DEL CONSUMATORE	
<i>Provvedimento n. 24955</i>	40

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I689C - ORGANIZZAZIONE SERVIZI MARITTIMI NEL GOLFO DI NAPOLI

Provvedimento n. 25000

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Presidente Giovanni Pitruzzella;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea ("TFUE");

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio europeo del 16 dicembre 2002;

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

VISTA la propria delibera del 30 maggio 2013, n. 24357, con la quale l'Autorità ha avviato un procedimento, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 2, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Alicost S.p.A., Alilauro Gruson S.p.A., SNAV S.p.A., Navigazione Libera del Golfo S.r.l., Medmar Navi S.p.A., Servizi Marittimi Liberi Giuffré & Lauro S.r.l., Alilauro S.p.A., Procidamar S.r.l., Medmar S.p.A., Consorzio Linee Marittime Neapolis, Consorzio Linee Marittime Partenopee e Metrò del Mare S.c.a.r.l.; ha riaperto il procedimento n. I689, avviato in data 13 novembre 2008, nei confronti delle medesime società ai sensi degli articoli 14 e 14-ter, comma 3, della legge n. 287/90, per accertare l'esistenza di una o più violazioni dell'articolo 2 della legge n. 287/90 o dell'articolo 101 TFUE; ha esteso tale procedimento all'accertamento di ulteriori ipotesi di coordinamento delle strategie commerciali fra concorrenti, suscettibili di costituire autonome violazioni dell'articolo 2 della legge n. 287/90 o dell'articolo 101 TFUE, ulteriori rispetto a quelle contestate nel provvedimento di avvio del procedimento n. I689; ha esteso il medesimo procedimento nei confronti della società Gescab S.r.l., dell'Associazione Cabotaggio Armatori Partenopei e della società Lauro.it S.p.A.; ha fissato il termine di chiusura del procedimento al 30 maggio 2014;

VISTA la propria delibera n. 24514 dell'11 settembre 2013, con la quale l'Autorità ha esteso oggettivamente l'istruttoria all'accertamento di possibili violazioni dell'articolo 2 della legge n. 287/90 o dell'articolo 101 TFUE concernenti le attività di trasporto marittimo di passeggeri sulle rotte da e per le isole Eolie e sulle rotte da e per le isole Pontine;

VISTA la propria delibera n. 24830 del 5 marzo 2014, con la quale l'Autorità ha disposto di proseguire il procedimento nei confronti della società HC – Holding Company S.r.l., nella quale risulta essere stata fusa per incorporazione la società Medmar S.p.A. e, contestualmente, di prorogare al 31 luglio 2014 il termine di chiusura del procedimento;

VISTA la trasmissione tardiva di talune informazioni richieste nel corso del procedimento e la necessità di analizzarle nel contesto dell'istruttoria¹;

¹ Cfr., in particolare, le risposte delle Capitanerie di Porto di Napoli e Salerno, oltre a quelle delle Guardie Costiere di Ischia e Capri, pervenute da ultimo in data 23 aprile 2014 (doc. I689C n. 827), nonché la risposta della Regione Campania alle richieste di informazioni dell'Autorità del 9 luglio 2013, 6 marzo 2014 e 3 aprile 2014, pervenuta in data 9 giugno 2014 (doc. I689C n. 841).

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie di cui l'Autorità ha verificato la non manifesta infondatezza nell'adunanza del 25 giugno 2014;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO che, alla luce della duplicità e complessità dei profili oggetto di accertamento nell'ambito del procedimento, riguardanti l'uno la presunta inottemperanza agli impegni assunti dalle parti e resi obbligatori dall'Autorità nel procedimento I689 e l'altro la presunta intesa, appare opportuno consentire alle parti del procedimento di disporre di un congruo periodo di tempo al fine di garantire il pieno esercizio del contraddittorio e dei diritti di difesa;

RITENUTO, pertanto, opportuno procedere a tal fine alla proroga del termine di conclusione del procedimento;

DELIBERA

di prorogare al 31 ottobre 2014 il termine di chiusura del procedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

AVVISO

Avviso: Ai sensi dell'art. 6, comma 6, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217, considerato il numero elevato dei soggetti che hanno presentato denunce o istanze utili all'avvio dell'istruttoria I689 e I689C, nonché alla sua estensione oggettiva, la notifica del provvedimento di proroga del termine di chiusura del presente procedimento n. I689C, assunto dall'Autorità nell'adunanza del 25 giugno 2014, è effettuata tramite pubblicazione del presente avviso sul Bollettino dell'Autorità, pubblicato sul sito istituzionale.

I773 - CONSORZIO BANCOMAT-COMMISSIONI BILL PAYMENTS*Provvedimento n. 25012*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELL'ADUNANZA del 9 luglio 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'articolo 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTA la propria delibera adottata in data 19 febbraio 2014, con la quale è stata avviata, ai sensi dell'art. 14 della legge n. 287/90, un'istruttoria nei confronti del Consorzio BANCOMAT (di seguito, Consorzio), volta ad accertare eventuali violazioni dell'art. 101 del TFUE, poste in essere dal Consorzio attraverso la definizione a livello associativo della commissione interbancaria multilaterale (c.d. MIF) per i servizi di *Bill Payment*;

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990 n. 287", assunta nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 15 settembre 2012;

VISTA la comunicazione del 30 giugno 2014, con la quale il Consorzio BANCOMAT, secondo modalità e tempistiche indicate specificatamente nell'apposito "Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14 ter della legge n. 287/90", ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, che si allegano nella versione non riservata (Cfr. All. 1 alla presente delibera), consistenti nella:

"A) Definizione della MIF "Bill Payment" a tempo indeterminato e revisione del livello della stessa nell'ambito del Procedimento PagoBANCOMAT a cadenze periodiche e, in particolare, per la prima volta entro il 30 giugno 2014 e, successivamente, con cadenza biennale" – "[...] Il Consorzio si impegna a ridefinire entro il 30 giugno 2014 e, successivamente, con cadenza biennale entro la stessa data – la commissione interbancaria relativa ai Bill Payment, - che, in relazione alla sua origine, non si è mai inteso fissare a tempo indeterminato – sulla base della attuale metodologia, in conformità al Procedimento PagoBANCOMAT [...]. Ciò nella prospettiva di garantire che il valore della MIF "Bill Payment", oltre a rispondere a criteri di efficienza, risulti saldamente ancorato ai criteri già approvati dall'Autorità per le Commissioni PagoBANCOMAT, e quindi ai costi sostenuti dagli operatori coinvolti nella prestazione del servizio. Il tutto con l'ulteriore precisazione della volontà di non modificare al rialzo la commissione interbancaria risultante dai dati di ciascuna rilevazione, rispetto a quella definita alla luce della precedente analisi dei costi, così che la commissione risultante dalle successive analisi dei costi non potrà in ogni caso superare il livello della precedente [...].

In relazione a quanto sopra, il Consorzio ha avviato le attività di rilevazione dei costi, nel pieno rispetto della metodologia già in uso e, dalle evidenze numeriche emerse dalla rilevazione stessa, il valore dell'attuale commissione interbancaria PagoBANCOMAT – Bill Payment risulta ridotto dagli attuali euro 0,10 per operazione a (omissis) euro 0,07 (sempre per operazione).

(omissis)¹.

¹ Nella presente versione alcuni dati sono omissis, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

Per le successive rilevazioni, il Consorzio si impegna infine a mantenere fermo il livello della commissione in discorso ad euro 0,07, anche nel caso in cui la successiva rilevazione dei costi, secondo la metodologia in uso, dovesse condurre a valori più elevati”;

“B) Trasparenza del livello della commissione interbancaria per il servizio Bill Payment” – “Il Consorzio si impegna a pubblicare sul proprio sito internet senza indugio, e comunque entro 60 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accoglimento degli impegni, il valore della MIF in esame, quale risulterà dalla prima ridefinizione entro il 30 giugno 2014. Ciò consentirà un agevole e costante monitoraggio del valore della commissione sui Bill Payment che sarà aggiornato in maniera pienamente conforme all’efficienza del sistema che orienta l’attività del Consorzio”;

“C) Realizzazione da parte del Consorzio di uno Studio sul Merchant Indifference Test riferito al mercato italiano” – “[...] il Consorzio si impegna, entro 45 giorni dalla comunicazione dell’approvazione dei presenti impegni da parte dell’Autorità – previo confronto con la stessa Autorità, sulla base di idonea documentazione, in relazione alle caratteristiche di indipendenza e autonomia della società da incaricarsi ed alla metodologia da utilizzarsi – ad avviare uno Studio sul MIT applicato al mercato italiano, dando incarico ad una società specializzata in materia.

Il Consorzio si impegna altresì a tenere aggiornata l’Autorità circa l’andamento dell’indagine e a presentare i risultati non appena acquisiti, nella prospettiva che essa si concluda entro sei mesi dalla data di attribuzione dell’incarico, tempistica che dovrà inevitabilmente tener conto delle modalità di lavoro della società cui verrà affidato l’incarico e di cui verrà dato tempestivamente riscontro. Qualora lo studio in questione dovesse portare a valori del MIT maggiori di quelli vigenti, il Consorzio, in coerenza con il più generale impegno in precedenza indicato, si impegna comunque a non aumentare il livello delle commissioni in uso.

Restano fermi, in ogni caso, gli impegni a suo tempo assunti nel Procedimento I-724 con riferimento agli studi in corso da parte della Commissione Europea e dell’Eurosistema, ove essi venissero resi noti nel frattempo [...]”;

“[...] Eventuale periodo di validità degli impegni proposti” – “Gli impegni oggetto della presente proposta, ove accolti, si intendono a tempo indeterminato”.

CONSIDERATO che gli impegni presentati, nel loro complesso, appaiono non manifestamente inidonei e tali pertanto da essere suscettibili di pubblicazione, impregiudicata ogni valutazione dell’Autorità sulla specifica idoneità di alcuni di essi;

RITENUTO, pertanto, di poter disporre la pubblicazione dei sopra citati impegni presentati dal Consorzio Bancomat affinché i terzi interessati esprimano le loro osservazioni, nonché di dover fissare il termine per l’adozione della propria decisione sugli impegni stessi;

DELIBERA

a) di pubblicare in data 11 luglio 2014 sul sito *internet* dell’Autorità i sopra citati impegni allegati al presente provvedimento, di cui costituiscono parte integrante, presentati dal Consorzio BANCORMAT ai sensi dell’articolo 14-ter della legge n. 287/90;

b) che eventuali osservazioni sugli impegni presentati dal Consorzio BANCORMAT dovranno pervenire per iscritto, entro e non oltre l’11 agosto 2014, alla Direzione Generale per la

Concorrenza – Direzione Credito dell’Autorità (Piazza G. Verdi, 6/A, 00198 Roma, Tel. +39-06-85821.266 Fax +39-06-85821.227);

c) che eventuali rappresentazioni da parte del Consorzio BANCORMAT della propria posizione in relazione alle osservazioni presentate da terzi sugli impegni, nonché l’eventuale introduzione di modifiche accessorie agli stessi, dovranno pervenire per iscritto all’Autorità entro e non oltre il 10 settembre 2014;

d) che il procedimento di valutazione degli impegni deve concludersi entro il 13 ottobre 2014, salvo l’ulteriore tempo necessario per l’acquisizione di pareri obbligatori.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C11667 - UNIPOL GRUPPO FINANZIARIO-INTER MUTUELLES ASSISTANCE/IMA ITALIA ASSISTANCE

Provvedimento n. 24994

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., pervenuta in data 13 giugno 2012;

VISTA le proprie richieste di informazioni inviate alla società Unipol Gruppo Finanziario S.p.A. in data 5 luglio 2012 e 29 maggio 2014;

CONSIDERATO che la società Unipol Gruppo Finanziario S.p.A., in data 12 giugno 2014, ha comunicato il formale ritiro della comunicazione dell'operazione di concentrazione;

DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS9223 - UFFICIO EMERGENZA DEBITI-RISTRUTTURAZIONE DEBITI

Provvedimento n. 24989

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

Ufficio Emergenza Debiti S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Il professionista, che svolge servizi di consulenza a persone fisiche e giuridiche per la gestione e risoluzione delle rispettive posizioni debitorie verso banche ed altri soggetti finanziari, si è costituito nell'aprile 2013 e non ha ancora redatto il primo bilancio di esercizio. Dalla documentazione contabile fornita, rappresentata da copia dei registri delle fatture di vendita e di acquisto, è desumibile, tuttavia, un totale delle vendite pari a 145.000 euro circa.

UNIREC Unione nazionale imprese a tutela del credito, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

1. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nell'aver diffuso, a mezzo *web*, sul proprio sito *internet* www.ufficioemergenzadebiti.it, un messaggio volto a promuovere, in modo certo e assertivo, la facile possibilità di:

- a) cancellare i nominativi dei consumatori dalle banche dati dei cattivi pagatori;
- b) ridurre l'esposizione debitoria dei consumatori.

2. Il messaggio, segnalato dall'UNIREC, Unione nazionale imprese a tutela del credito, riporta, infatti, nella pagina relativa alla "*cancellazione cattivi pagatori*", "*Ci occupiamo di effettuare tutte le modifiche nelle centrali rischi per farVi ritornare senza nessun tipo di segnalazione negativa. Sarà come se non avete mai avuto problemi finanziari. Potrete accedere di nuovo nei canali bancari, ma con la raccomandazione di non esagerare con i finanziamenti. Potrete cambiare l'automobile, acquistare una casa e un elettrodomestico, tornerete clienti affidabili sia per le banche che per le finanziarie*" e, in *home page*, "*OTTIENI LA SOSPENSIONE DEI PAGAMENTI*."

Stiamo vivendo un momento storico di grande crisi e, purtroppo, per far fronte ai bisogni di vita, ci siamo spesso rivolti a Banche e Finanziarie. Le Banche e le Finanziarie ci hanno dato soldi facilmente, per averne restituiti molti di più, aggiungendo spesso spese sopra a spese, interessi sopra ad interessi. Se la nostra condizione economica non corrisponde alla condizione del momento in cui abbiamo ottenuto i prestiti, possiamo ottenere la sospensione dei pagamenti. Possiamo ottenere un Saldo & Stralcio con uno sconto fino all' 80%. Pagando solo il 20% del debito”.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

3. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 21 gennaio 2014 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9223 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

4. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della pratica in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore riguardo alle caratteristiche dei servizi offerti ed alla possibilità di conseguire i risultati prospettati.

5. Il professionista ha depositato le proprie memorie difensive in data 12 febbraio, 23 aprile e 5 maggio 2014.

6. In data 21 gennaio 2014 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15 del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria e, in particolare, di produrre idonea documentazione volta a dimostrare che *“Se la (...) condizione economica non corrisponde alla condizione del momento in cui abbiamo ottenuto i prestiti, possiamo ottenere la sospensione dei pagamenti. Possiamo ottenere un Saldo & Stralcio con uno sconto fino all'80%. Pagando solo il 20% del debito”.*

7. In data 24 aprile è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

a) I riferimenti normativi

8. Appare opportuno evidenziare, rappresentando un elemento di particolare rilievo con riferimento al caso di specie, il *“codice di deontologia e di buona condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità nei pagamenti”* (Provvedimento del Garante della Privacy n. 8 del 16 novembre 2004, come modificato dall'errata corrige pubblicata in Gazzetta Ufficiale 9 marzo 2005, n. 56). Il codice, infatti, nello specifico, limita i tempi di conservazione dei dati prevedendo, all'art. 6, rubricato *“Conservazione e aggiornamento dei dati”*, che:

“1. I dati personali riferiti a richieste di credito, (...) possono essere conservati in un sistema di informazioni creditizie (...) non oltre centottanta giorni dalla data di presentazione delle richieste medesime. (...) i dati personali relativi alla richiesta cui l'interessato ha rinunciato o che non è stata accolta possono essere conservati nel sistema non oltre trenta giorni dalla data del loro aggiornamento.

2. Le informazioni creditizie di tipo negativo relative a ritardi nei pagamenti, successivamente regolarizzati, possono essere conservate in un sistema di informazioni creditizie fino a: a) dodici mesi dalla data di registrazione dei dati relativi alla regolarizzazione di ritardi non superiori a

due rate o mesi; b) ventiquattro mesi dalla data di registrazione dei dati relativi alla regolarizzazione di ritardi superiori a due rate o mesi.

(...) 5. Le informazioni creditizie di tipo negativo relative a inadempimenti non successivamente regolarizzati possono essere conservate nel sistema di informazioni creditizie non oltre trentasei mesi dalla data di scadenza contrattuale del rapporto oppure, in caso di altre vicende rilevanti in relazione al pagamento, dalla data in cui è risultato necessario il loro ultimo aggiornamento, o comunque dalla data di cessazione del rapporto.

6. Le informazioni creditizie di tipo positivo relative ad un rapporto che si è esaurito con estinzione di ogni obbligazione pecuniaria, possono essere conservate nel sistema non oltre ventiquattro mesi dalla data di cessazione del rapporto o di scadenza del relativo contratto, ovvero dal primo aggiornamento effettuato nel mese successivo a tali date. (...) le predette informazioni di tipo positivo possono essere conservate ulteriormente nel sistema qualora in quest'ultimo risultino presenti, in relazione ad altri rapporti di credito riferiti al medesimo interessato, informazioni creditizie di tipo negativo concernenti ritardi od inadempimenti non regolarizzati.

7. Qualora il consumatore interessato comunichi al partecipante la revoca del consenso al trattamento delle informazioni di tipo positivo, (...) il gestore registra la notizia nel sistema ed elimina le informazioni non oltre novanta giorni dall'aggiornamento o dalla comunicazione.”

In particolare, quindi, si rileva che:

- la notizia sul fatto che pende una richiesta di credito è conservata non oltre centottanta giorni e, se la richiesta non va avanti (per rigetto o rinuncia), i dati possono essere conservati per trenta giorni;
- le notizie sui ritardi di pagamento successivamente regolarizzati possono essere conservate 1 anno per i ritardi non superiori a due rate o mesi oppure due anni per i ritardi superiori mentre quelle su inadempimenti non regolarizzati possono essere conservate per un massimo di tre anni;
- le notizie positive relative a contratti senza inadempimenti possono essere conservate, solo con il consenso del consumatore interessato, per un massimo di due anni.

b) Le altre evidenze

9. Nel corso del procedimento, inoltre, si è rilevato che:

- il messaggio è stato diffuso, così come riportato, per una ventina di giorni tra la metà di ottobre ed i primi di novembre 2013;
- successivamente, almeno fino a fine gennaio, il messaggio è stato diffuso, invece, con riferimento alla “cancellazione cattivi pagatori” senza la specifica “Ci occupiamo di effettuare tutte le modifiche nelle centrali rischi per farVi ritornare senza nessun tipo di segnalazione negativa. Sarà come se non avete mai avuto problemi finanziari” e, con riferimento al “saldo & stralcio”, con l’aggiunta, apposta dopo “Se la nostra condizione economica non corrisponde alla condizione del momento in cui abbiamo ottenuto i prestiti, possiamo ottenere la sospensione dei pagamenti. Possiamo ottenere un Saldo & Stralcio con uno sconto fino all' 80%. Pagando solo il 20% del debito”, della specifica “se la pratica ha determinate caratteristiche da verificare. Ufficio Emergenza Debiti si riserva di non accettare pratiche da clienti che hanno la possibilità di continuare a pagare i debiti stipulati con regolari contratti ed interessi legittimi, con banche e finanziarie”;
- ad oggi, il messaggio risulta ancora modificato e riporta, con riferimento al servizio di cancellazione dalle banche dati dei cattivi pagatori, “la cancellazione può essere effettuata solo dopo i termini previsti o per motivi relativi a contratti di prestito non conformi; non si promettono cancellazioni impossibili, si valuta caso per caso” e, con riferimento alla sospensione dei pagamenti, “la sospensione dei pagamenti si ottiene per validi motivi, tra i quali la perdita del

posto di lavoro, sovraindebitamento o contratti di prestito illegittimi. La sospensione dei pagamenti si richiede al creditore, nel caso di rifiuto, Ufficio Emergenza Debiti S.r.l. provvede a difendere il cliente che non ha più la possibilità di pagare debiti bancari e finanziari”.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

10. Nel corso del procedimento il professionista, ha evidenziato che:

- il messaggio parla correttamente di modifiche, utilizzando una locuzione volutamente generica proprio perché, a seconda dei casi, la prestazione di cui necessitano i consumatori può consistere nella cancellazione dei loro nominativi dalle banche dati dei cattivi pagatori, cui si procede solo laddove sussistano i presupposti di legge, come anche nella cancellazione in caso di clienti vittime di truffa oppure, ancora, nella correzione di dati inesatti, non conformi alla reale esposizione debitoria;
- si offre tale servizio in termini di prestazione del tutto gratuita, eventualmente conseguente all'attività principale di consulenza e mediazione, presso banche, istituti di credito e finanziarie, al fine di addivenire ad una definizione transattiva delle posizioni debitorie dei propri clienti;
- per quel che concerne la sospensione dei pagamenti di rate di finanziamenti si esegue tale prestazione, in modo del tutto legittimo, in ipotesi di moratoria, nei casi di vittime dell'usura, di perdita del posto di lavoro, di concessione di prestiti che superano del 50% o addirittura dell'80% il reddito del consumatore e di pratiche di recupero crediti aventi modalità estorsive.

11. Con riferimento alla possibilità di addivenire a transazioni con istituti di credito e società finanziarie, ottenendo un abbattimento sino all'80% del debito originario del consumatore, il professionista, prospettandone la possibilità, ha prodotto documentazione concernente sei pratiche definite positivamente.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

12. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *web*, in data 12 maggio 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

13. Con parere pervenuto in data 5 giugno 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame *risulta* scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- l'informazione oggetto del messaggio, volta a promuovere la facile possibilità di cancellare dalle banche dati dei cattivi pagatori i nominativi interessati, è stata presentata in modo non chiaro, in quanto induce nel destinatario il convincimento che tanto la predetta cancellazione, quanto la sospensione del pagamento o la riduzione del debito, siano possibili indiscriminatamente grazie ai servizi offerti dall'operatore, senza precisare che le stesse operazioni sono viceversa sottoposte a requisiti predeterminati e stringenti condizioni normative;
- sotto il profilo della chiarezza della comunicazione, il messaggio in oggetto è tale da non permettere al consumatore interessato una libera, consapevole ed autodeterminata valutazione circa la convenienza o meno dell'offerta, dal momento che le informazioni fornite risultano inesatte e incomplete, tali da non permettere al destinatario del messaggio di avere immediata contezza e percezione della proposta pubblicizzata, assoggettando il consumatore ad un palese stato di asimmetria informativa che non può non incidere sul proprio comportamento falsandolo in modo rilevante.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

14. Il messaggio in esame enfatizza la possibilità, tramite il servizio offerto dal professionista, di cancellare dalle banche dati dei cattivi pagatori i nominativi interessati (*“Ci occupiamo di effettuare tutte le modifiche nelle centrali rischi per farVi ritornare senza nessun tipo di segnalazione negativa. Sarà come se non avete mai avuto problemi finanziari. Potrete accedere di nuovo nei canali bancari (...)”*) nonché di ottenere la sospensione (*“Se la nostra condizione economica non corrisponde alla condizione del momento in cui abbiamo ottenuto i prestiti, possiamo ottenere la sospensione dei pagamenti”*) ed il *“saldo & stralcio”* (*“Possiamo ottenere un Saldo & Stralcio con uno sconto fino all' 80%. Pagando solo il 20% del debito”*) dei pagamenti.

15. Le cancellazioni non possono effettuarsi, tuttavia, ove non ricorrano i presupposti di legge e non siano decorsi i tempi previsti dalla normativa e questo aspetto, prima delle ultime modifiche apportate al messaggio, non è in alcun modo indicato. In particolare, la notizia sul fatto che pende una richiesta di credito è conservata non oltre centottanta giorni e, se la richiesta non va avanti (per rigetto o rinuncia), i dati possono essere conservati per trenta giorni; le notizie sui ritardi di pagamento successivamente regolarizzati possono essere conservate un anno per i ritardi non superiori a due rate o mesi oppure due anni per i ritardi superiori mentre quelle su inadempimenti non regolarizzati possono essere conservate per un massimo di tre anni; le notizie positive relative a contratti senza inadempimenti possono essere conservate, solo con il consenso del consumatore interessato, per un massimo di due anni.

16. Quanto prospettato nel messaggio - che sia possibile, *sic et simpliciter*, effettuare tutte le modifiche nelle centrali rischi per eliminare ogni tipo di segnalazione negativa, tra cui, appunto, la cancellazione dalle banche dati dei cattivi pagatori dei nominativi interessati - non appare, quindi, veritiero e attendibile e, in base alle suindicate considerazioni, il messaggio in esame deve ritenersi ingannevole in quanto idoneo a indurre in errore i consumatori riguardo alle caratteristiche e agli asseriti vantaggi del servizio promosso.

17. Appare necessario evidenziare, altresì, che il fine promozionale si realizza esclusivamente attraverso il messaggio, il quale esaurisce la sua funzione nell'indurre il destinatario a rivolgersi all'operatore, nel caso specifico attraverso i riferimenti telefonici e territoriali indicati nel messaggio stesso, cosicché non può essere ritenuto idoneo a sanare l'ingannevolezza delle informazioni fornite al consumatore su elementi essenziali, quali i vantaggi promossi, il fatto che il servizio prestato possa essere gratuito.

18. Con riferimento alla possibilità di ottenere la sospensione e il *“saldo & stralcio”* dei pagamenti, ed al relativo onere della prova, si rileva, invece, che il professionista si è limitato, nel primo caso, ad evidenziare che, seppur a certe condizioni, si esegue tale prestazione e, nel secondo, a fornire documentazione concernente sei pratiche definite positivamente. Il tono assertivo del messaggio, sia relativamente alla prospettata possibilità di sospendere i pagamenti, sia al saldo e stralcio, è contraddetto, in ogni caso, dalla nuova formulazione del messaggio - e, con riferimento alla possibilità di ottenere la sospensione dei pagamenti, anche dalle considerazioni riportate dal professionista nelle proprie memorie difensive - laddove si rileva che le possibilità prospettate sono ammesse solo per determinate situazioni. Il messaggio oggetto del procedimento, quindi, con riferimento alla prospettata possibilità di ottenere la sospensione o il saldo e stralcio dei pagamenti, omette di specificare che le operazioni sono configurabili solo per talune fattispecie.

19. Sulla base delle precedenti considerazioni e tenuto conto della particolare asimmetria informativa che nel settore finanziario caratterizza il rapporto tra operatori economici e consumatori, quindi, deve ritenersi che il messaggio in esame sia idoneo a indurre questi ultimi in errore in merito alle caratteristiche del servizio pubblicizzato ed alla possibilità di conseguire i

risultati prospettati e che la condotta della Parte non sia conforme al livello di diligenza professionale esigibile, nel caso di specie, in rapporto alla complessità dei servizi offerti e alla conseguente necessità di assicurare ai consumatori un'informazione chiara e completa su elementi essenziali della proposta commerciale del professionista.

20. La pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di un messaggio ingannevole circa le caratteristiche e gli asseriti vantaggi del servizio pubblicizzato, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto dal professionista.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

21. 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.

22. 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.

23. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, della dimensione economica del professionista e dell'ampiezza della pratica, diffusa via *internet* e come tale suscettibile di raggiungere un considerevole numero di consumatori.

24. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che il messaggio è stato diffuso dalla metà di ottobre 2013 e fino a gennaio 2014.

25. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al professionista nella misura di 10.000 €(diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi pubblicizzati dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Ufficio Emergenza Debiti S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Ufficio Emergenza Debiti S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 €(diecimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli

Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento verrà 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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS9295 - KIDEO-MANCATA CONSEGNA PRODOTTO

Provvedimento n. 25002

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Kideo S.r.l. (di seguito, anche Kideo), con sede nella Repubblica di San Marino, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società ha operato nella vendita *online* di prodotti di elettronica di consumo ed altri prodotti, offerti attraverso il sito *www.kideoshop.com* fino a marzo 2014.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne alcune condotte poste in essere dal professionista, consistenti: A) nell'aver reso sul proprio sito internet informazioni ingannevoli relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna; B) nell'aver ostacolato l'esercizio di diritti contrattuali dei consumatori acquirenti.

3. In particolare, sono pervenute all'Autorità ventotto segnalazioni di consumatori, inerenti contratti di vendita online conclusi dal professionista a partire dal mese di marzo 2013, a seguito dei quali l'operatore non avrebbe spedito la merce agli acquirenti né rimborsato il prezzo. Il professionista, inoltre, avrebbe tenuto un comportamento dilatorio e fuorviante in relazione alla mancata spedizione, rassicurando i vari consumatori che chiedevano chiarimenti in proposito, con la prospettazione di un'imminente consegna dei prodotti e della possibilità di ottenere, in alternativa, il rimborso del prezzo pagato, circostanze che in realtà non si sarebbero, invece, verificate.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

4. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 28 gennaio 2014 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9295. In tale sede venivano in particolare ipotizzate:

- quanto alla pratica A), la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera b), 22, comma 1 e 23, lettera e), del Codice del Consumo;

- quanto alla pratica B), la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo.

5. Contestualmente alla comunicazione di avvio dell'istruttoria è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alle condotte contestate.

6. In occasione della comunicazione di avvio del procedimento istruttorio, la Parte è risultata irreperibile all'indirizzo della Repubblica di San Marino indicato nel sito www.kideoshop.com.

Si è quindi proceduto, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 6, comma 2, del Regolamento, alla pubblicazione di un avviso dell'avvio del procedimento nel Bollettino dell'Autorità, in data 3 marzo 2014.

7. Il professionista non ha in alcun modo partecipato al procedimento, non ha fornito alcun riscontro all'attribuzione dell'onere della prova formulata contestualmente alla comunicazione di avvio, né ha presentato memorie di difesa. In data 12 marzo 2014, il professionista ha presentato una nota con la quale ha manifestato l'intenzione di effettuare l'accesso al fascicolo del procedimento, ma nei fatti non ha effettuato l'accesso fissato per il giorno 2 aprile 2014 con comunicazione inviata all'indirizzo - diverso da quello indicato nel sito www.kideoshop.com - riportato nella stessa nota del professionista. A quest'ultimo indirizzo il professionista è risultato irreperibile, così come era risultato irreperibile, in occasione della comunicazione di avvio del procedimento, all'indirizzo indicato nel sito.

8. Alla luce di quanto sopra, con avviso pubblicato nel Bollettino dell'Autorità del 14 aprile 2014, alla Parte è stato comunicato il termine di conclusione della fase istruttoria ed è stata rammentata la possibilità di effettuare l'accesso al fascicolo.

2) *Le evidenze acquisite*

A. Informazioni relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna

9. La società Kideo ha offerto in vendita, quanto meno dal mese di marzo 2013¹, prodotti di elettronica di consumo attraverso il sito www.kideoshop.com, poi divenuto inattivo nel mese di marzo 2014².

10. Nel sito sono stati proposti in vendita prodotti dei quali è stata indicata la disponibilità, con la specificazione del numero dei pezzi disponibili e dei giorni necessari per effettuare la consegna. Dalle stampe di alcune pagine del sito effettuate il 30 dicembre 2013 e il 2 gennaio 2014 risulta che, alla data della stampa, fosse affermata la disponibilità, ad esempio: di monitor, (8 pezzi con consegna in 7-15 giorni); di lettori *Blu Ray*, (8 pezzi con consegna in 7-12 giorni); di stampanti, (6 pezzi con consegna in 7-9 giorni)³.

11. In termini generali, la disponibilità dei prodotti nel sito è stata prospettata nelle condizioni di vendita (la pagina del sito intitolata "*I tuoi termini e condizioni d'uso*"⁴): "*Il nostro catalogo prevede l'accesso e la possibilità di inoltrare un ordine on line contemporaneamente per tutti gli utenti in rete, ne deriva che la disponibilità effettiva del prodotto viene dunque modificata in*

¹ Le segnalazioni pervenute all'Autorità fanno riferimento a contratti conclusi da marzo 2013 in poi.

² Il sito risultava ancora attivo alla data del 19 marzo 2014, mentre in data 24 marzo 2014 la home page indicava: "per effettuare lavori di manutenzione, il sito non è momentaneamente raggiungibile. Ci scusiamo per l'inconveniente, ti invitiamo a riprovare più tardi"; questa indicazione di sospensione è poi rimasta (doc. n. 52 del fascicolo del procedimento). L'ultimo contratto citato nelle segnalazioni pervenute è stato concluso il 16 marzo 2014 (doc. n. 63).

³ Doc. n. 21.

⁴ Doc n. 52.

tempo reale. Nel caso di ordini coincidenti con l'esaurimento dello stock, la merce potrebbe risultare non più disponibile nell'immediato. Proprio per questo, nel caso in cui la giacenza risulta di 1 solo pezzo si consiglia di richiedere via mail l'effettiva disponibilità del prodotto prima di procedere con l'acquisto (...) La dicitura disponibile all'atto del prodotto visualizzato è puramente indicativa attesa la possibilità di acquisti plurimi nello stesso istante da parte di più utenti, pertanto KideoShop si riserva la possibilità, una volta ricevuto l'ordine, di verificare la disponibilità del bene e in caso di eventuali problemi connessi alla mancanza di disponibilità del bene da parte dei fornitori sarà premura del sito avvertire dell'eventuale ritardo per il soddisfacimento dell'ordine; il cliente avrà 72 ore per comunicare l'accettazione degli eventuali più lunghi tempi di consegna, in difetto di che l'ordine si considererà annullato ed improduttivo di effetti giuridici".

Si osserva, in proposito, che in nessuna delle *email* di conferma d'ordine (con le quali il consumatore viene invitato al pagamento del prezzo) allegate alle segnalazioni pervenute all'Autorità è presente l'avvertenza di cui sopra, che secondo le condizioni di vendita sarebbe stata comunicata nei casi di indisponibilità del prodotto.

12. Quanto ai tempi di consegna, nelle condizioni di vendita è stato indicato: *"I tempi di consegna li potete trovare accanto al prezzo e dove non presente (poiché non è ancora stato inserito) sono di 7/15 gg lavorativi (...) ci sono due categorie di prodotti: prodotti logistica interna, tempi di preparazione 2/5 giorni lavorativi; prodotti logistica esterna, tempi di preparazione 7/15 giorni lavorativi"*.

13. In relazione a quanto affermato nelle segnalazioni pervenute, secondo cui i prodotti non sarebbero stati spediti, anche a distanza di mesi dalla conclusione del contratto e dal pagamento del prezzo, è stato attribuito alla società Kideo, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, l'onere di dimostrare: *i)* la disponibilità dei prodotti offerti in vendita nel 2013, fornendo copia dei contratti conclusi con i fornitori di tali prodotti; *ii)* la spedizione dei prodotti a seguito dei contratti di vendita conclusi nel 2013.

Il professionista non ha fornito alcun riscontro all'attribuzione dell'onere della prova.

B. Opposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori acquirenti

14. Nella *email*-tipo con cui la società Kideo dà riscontro dell'avvenuto pagamento del prezzo da parte del consumatore, vengono nuovamente indicati i tempi di consegna della merce acquistata: *"I tempi di preparazione di questo prodotto acquistato possono variare dai 7 ai 15 gg lavorativi"*⁵, oppure *"dai 15 ai 18 gg lavorativi"*⁶, o, in alcuni casi, *"dai 20 ai 35 gg lavorativi"*⁷.

15. La documentazione allegata alle segnalazioni pervenute mostra che, a seguito della mancata consegna nei tempi indicati, il professionista, in risposta ad *email* di sollecito inviate dai consumatori, ha rassicurato gli acquirenti in merito all'imminente consegna dei prodotti ed alla possibilità di ottenere, in alternativa, il rimborso del prezzo pagato, circostanze che in realtà non si sarebbero, invece, verificate.

16. In particolare, risulta che il professionista ha addotto, a giustificazione della omessa consegna della merce nei tempi previsti, l'inadempimento di fornitori o cause comunque non imputabili al professionista stesso, prospettando ripetutamente, a ciascun consumatore richiedente chiarimenti, l'imminente soluzione del problema, soluzione che però, di volta in volta, non si è verificata⁸.

⁵ Documenti. n. 4, 5, 6 e 8.

⁶ Doc. n. 32.

⁷ Doc. n. 58.

⁸ Cfr., in particolare, i documenti n. 4, 5, 6, 7, 8, 32, 57, 65.

17. A titolo di esempio, in relazione ad un contratto di vendita concluso nel mese di marzo del 2013, in risposta ad un primo sollecito del consumatore, il professionista ha risposto⁹: *“siamo certi di averle offerto un servizio pessimo ma purtroppo una delle logistiche alle quali ci siamo rivolti non ci ha fornito quanto ordinato e non ci ha nemmeno rimborsato e visto l’impegno preso nei confronti dei nostri clienti abbiamo reperito la merce presso logistiche alternative più serie e affidabili e per questo prodotto ci hanno garantito l’invio entro una decina di giorni con il contestuale rimborso delle spese di consegna per il disagio arrecato. Non la obblighiamo ad attendere per carità e ci scusiamo ancora e nel caso volesse annullare l’ordine lo può fare rispondendo a questa comunicazione”*.

La stessa risposta è stata data al primo sollecito di un altro consumatore, in relazione ad un contratto concluso nel mese di maggio del 2013¹⁰.

18. Quanto alle risposte del professionista ad ulteriori richieste di chiarimenti in ordine alla mancata consegna dei vari prodotti, si riporta di seguito, a titolo di esempio, la sequenza delle risposte fornite ad un consumatore, nell’arco di vari mesi successivi alla conclusione del contratto avvenuta nel mese di marzo del 2013¹¹: i) *“siamo in attesa degli arrivi”*; ii) *“siamo sempre in attesa degli arrivi e ne siamo certi, se vuole un contatto telefonico possiamo anche chiamarla e illustrare la situazione ma non siamo in grado di darle una data precisa”*; iii) *“ha pienamente ragione, ma qui stiamo realmente facendo i salti mortali. Può ancora attendere o vuole annullare l’ordine?”*; iv) *“in arrivo a giorni dalla logistica”* (in risposta ad un rilievo del consumatore, che ha fatto presente: *“ancora oggi sul vostro sito proponete la vendita dell’articolo con consegna 10-18 giorni”*); v) *“nulla da ribattere (...) ci scusi ancora”* (a seguito della richiesta di rimborso del prezzo da parte del consumatore); vi) *“fino a 30 giorni come previsto nell’art. 67, comma 4, del Codice del Consumo”* (in risposta alla richiesta del consumatore circa i tempi per il rimborso)¹²; vii) *“chiediamo scusa se ad oggi non abbiamo ancora provveduto a rimborsarle quanto dovuto (...)”*.

19. Ancora, a seguito di un contratto concluso nel mese di settembre 2013, il professionista ha via via comunicato ad un diverso consumatore, dal mese di ottobre al mese di dicembre: i) *“le chiediamo scusa se non abbiamo risposto prima. Purtroppo lavorando in dropshipping noi ci rivolgiamo a fornitori esterni che ci forniscono la merce nei tempi che noi indichiamo accanto al prezzo come avrà visto e in alcuni casi tardano a consegnare come in questo caso e ne siamo mortificati. Siamo certi di poterle fare avere il tutto entro la settimana prossima. Nel caso volesse attendere ci farebbe cosa gradita poter evadere l’ordine e farle avere quanto ordinato. Nel caso invece non potesse attendere ulteriormente può richiedere l’annullamento rispondendo semplicemente a questa comunicazione”*; ii) *“di norma la nostra amministrazione provvede entro 30 giorni lavorativi dalla data dell’annullamento dell’ordine, se entro tale termine non lo ha ancora ricevuto non esiti a ricontattarci”*; iii) *“purtroppo visti i trascorsi abbiamo qualche problema a fare i rimborsi nell’immediato”* (risposta data ben oltre i 30 giorni da una comunicazione di *“annullamento dell’ordine”*); iv) *“sono stati fatti diversi rimborsi per i quali eravamo in ritardo. La segretaria rientra il 2 gennaio e fino ad allora non farà altri versamenti. Ora vedo se riesco a farglielo io in questa settimana e le mando la notifica”* (dopo avere proposto

⁹ Doc. n. 4.

¹⁰ Doc. n. 5.

¹¹ Doc. n. 4.

¹² In realtà, l’art. 67 del Codice del Consumo disciplina non gli effetti dell’inadempimento del venditore, bensì gli effetti del recesso che, nei contratti a distanza, il consumatore può esercitare entro dieci giorni lavorativi dalla consegna del bene.

al consumatore un “*piano di rientro*” che prevedeva il rimborso in sette rate, la prima entro il 20 dicembre, termine poi disatteso)¹³.

20. Sequenze di comunicazioni molto simili si osservano nella corrispondenza *email* allegata ad altre segnalazioni agli atti del fascicolo¹⁴.

21. Per la pratica commerciale di cui trattasi, è stato attribuito alla società Kideo, ai sensi dell’articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, l’onere di dimostrare, in relazione ai contratti di vendita conclusi nel corso del 2013, di avere rimborsato il prezzo ai clienti ai quali il prodotto non è stato consegnato. Il professionista non ha fornito alcun riscontro all’attribuzione dell’onere della prova.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *internet*, in data 30 aprile 2014 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

23. Con parere pervenuto in data 27 maggio 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che le pratiche commerciali in esame risultano scorrette ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 1, 23, lettera *e*), 24 e 25, lettera *d*) del Codice del Consumo, in ragione dell’ingannevolezza delle informazioni fornite ai consumatori circa i tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita, delle reiterate motivazioni addotte nei confronti dei consumatori per giustificare la mancata consegna nei tempi previsti e del mancato riscontro del professionista, nel corso del procedimento, all’attribuzione dell’onere della prova formulata contestualmente alla comunicazione di avvio.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

24. Occorre preliminarmente osservare che le condotte descritte alle lettere A) e B) del punto II del presente provvedimento integrano due pratiche commerciali distinte, in ragione della rispettiva autonomia strutturale derivante sia dalla diversa fase del rapporto di consumo cui ineriscono, sia dalle differenti modalità con le quali si concretizza l’influenza sul normale processo di formazione della volontà del consumatore, sia, infine, dalle specifiche finalità perseguite.

A. Informazioni relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna

25. L’ingannevolezza delle informazioni diffuse dal professionista circa la disponibilità dei prodotti¹⁵ ed i tempi di consegna è attestata dalle omesse consegne nei termini comunicati ai consumatori al momento dell’ordine e, comunque, entro il termine di trenta giorni previsto dall’articolo 54, comma 1 del Codice del Consumo, in materia di contratti a distanza, nel testo vigente all’epoca dei fatti¹⁶.

¹³ Doc. n. 32 (corrispondenza email fornita dal consumatore all’Autorità in data 17 marzo 2014).

¹⁴ In particolare, doc. n. 6, 7, 8. Due consumatori segnalanti hanno riferito all’Autorità di essere stati rimborsati, ma, sottolineano, soltanto a seguito di una serie di solleciti, reclami e diffide (doc. n. 45 e n. 46).

¹⁵ La disponibilità dei prodotti è stata affermata nel sito www.kideooshop.com facendo riferimento all’esistenza di uno stock, con la rassicurazione secondo cui solo nel caso “in cui la giacenza (indicata nelle schede di presentazione dei prodotti) risulta di 1 solo pezzo si consiglia di richiedere via mail l’effettiva disponibilità del prodotto prima di procedere con l’acquisto”, “attesa la possibilità di acquisti plurimi nello stesso istante da parte di più utenti”.

¹⁶ Nei contratti a distanza, il prodotto deve essere comunque spedito entro trenta giorni, ove non sia concordato tra il professionista ed il consumatore un termine diverso. Infatti, ai sensi dell’allora articolo 54, comma 1, del Codice del Consumo, “salvo diverso accordo tra le parti, il professionista deve eseguire l’ordinazione entro trenta giorni a decorrere dal giorno successivo a quello in cui il consumatore ha trasmesso l’ordinazione”.

26. In relazione a quanto esposto dai segnalanti che lamentano di non avere ricevuto la merce, anche a distanza di mesi dalla conclusione del contratto e dal pagamento del prezzo, si rileva che agli atti del fascicolo istruttorio vi sono vari documenti, allegati ad una serie di segnalazioni, da cui si evince con chiara evidenza il comportamento tenuto dal professionista nei confronti dei consumatori acquirenti. Come emerge dalle risultanze istruttorie, la corrispondenza *email* tra i consumatori ed il professionista dà ampiamente conto della circostanza che quest'ultimo di fatto ha avuto l'assoluta consapevolezza di non essere in grado di adempiere alle obbligazioni assunte.

27. Ciò posto, deve escludersi che il fenomeno in considerazione possa essere ricondotto a circostanze contingenti ed accidentali, evidenziando esso, piuttosto, una strutturale incapacità del professionista di adempiere regolarmente alle obbligazioni assunte mediante l'accettazione degli ordini ricevuti.

28. è comunque risolutivo, ai fini dell'accertamento dell'ingannevolezza della pratica commerciale di cui trattasi, il mancato riscontro del professionista alla comunicazione di attribuzione dell'onere di provare, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, la disponibilità dei prodotti offerti in vendita e la loro consegna agli acquirenti nei termini previsti dal contratto e pubblicizzati sul sito internet.

29. In relazione a quanto sopra, la condotta del professionista nei confronti dei consumatori risulta non conforme alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile, considerato che l'esercizio di un'attività come quella svolta dalla società Kideo, nella quale il contratto di compravendita viene concluso a distanza e la consegna del prodotto non è contestuale al pagamento del prezzo, impone, in base ai principi di buona fede e correttezza, di assicurare ai consumatori un'informazione completa e veritiera in merito alla reale disponibilità dei prodotti offerti ed agli effettivi tempi di consegna.

30. Per quanto precede, la pratica commerciale in considerazione *sub A)* deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 comma 1, lettera *b)*, 22, comma 1 e 23, lettera *e)* del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle scelte di acquisto, mediante la diffusione di informazioni non veritiere in merito alla disponibilità ed ai tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita.

B. Opposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori acquirenti

31. Le fuorvianti rassicurazioni del professionista a seguito della mancata consegna dei prodotti nei tempi previsti e l'omessa restituzione del prezzo pagato dai consumatori integrano una pratica commerciale scorretta che si sostanzia nell'opposizione di indebiti ostacoli all'esercizio di diritti nascenti dal rapporto di consumo.

32. La falsità delle rassicurazioni fornite ai consumatori in merito alla possibilità di ricevere i prodotti seppure in ritardo, o di ottenere il rimborso del prezzo, si delinea dalla sequenza delle risposte dilatorie alle *email* con le quali i consumatori hanno inviato solleciti e reclami.

33. L'omessa restituzione del prezzo a seguito della mancata consegna dei prodotti è provata, comunque, dal mancato riscontro del professionista alla comunicazione di attribuzione dell'onere di dimostrare, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, l'avvenuto rimborso del prezzo ai clienti che non hanno ricevuto i prodotti ordinati e regolarmente pagati.

34. Anche con riguardo alla pratica *B)* sussiste un rilevante deficit di diligenza professionale, atteso che i principi di correttezza e buona fede impongono, in particolare nei casi di contratti a distanza e, ancor più, qualora il pagamento del prezzo sia preventivo rispetto alla consegna dei

prodotti, di soddisfare l'essenziale interesse del consumatore alla restituzione del prezzo pagato per la merce non ricevuta.

35. La pratica commerciale *sub B*) deve ritenersi, pertanto, scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio dei propri diritti contrattuali.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

36. 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.

37. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

38. 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.

39. Per quanto riguarda la pratica commerciale *sub A*), nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto: *i*) della pluralità dei profili di ingannevolezza accertati; *ii*) della modalità di diffusione dell'offerta attraverso internet *iii*) dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante per i consumatori.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quanto meno dal mese di marzo 2013 al mese di marzo 2014.

Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile applicabile alla società Kideo nella misura di 37.000 € (trentasettemila euro).

40. Anche con riguardo alla pratica commerciale *sub B*), nel valutare la gravità della violazione si tiene conto: *i*) della pluralità dei profili di aggressività accertati; *ii*) della modalità di diffusione dell'offerta attraverso internet; *iii*) dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal mese di marzo 2013 e perdura tuttora.

Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile applicabile alla società Kideo nella misura di 35.000 € (trentacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 1 e 23, lettera *e*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli circa la disponibilità dei prodotti ed i tempi di consegna, a falsare in

misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione in relazione alle scelte di acquisto;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B*) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive, a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all'esercizio dei propri diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Kideo S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 1 e 23, lettera *e*) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Kideo S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d*) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società Kideo S.r.l., relativamente alla pratica A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 37.000 €(trentasettemila euro);

d) di irrogare alla società Kideo S.r.l., relativamente alla pratica B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 35.000 €(trentacinquemila euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere *c*) e *d*) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, mediante bonifico al codice IBAN dell'Erario IT04A0100003245348018359214, indirizzo BIC BITAITRRENT.

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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento verrà 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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS9350 - PERFOLINE-GLUCOBURNER E DECABURNER*Provvedimento n. 25004*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS9350 del 28 maggio 2014, con la quale è stata contestata la possibile sussistenza di pratiche commerciali scorrette ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lettere *a*) e *b*), 22 del Codice del Consumo, poste in essere da Perfoline SA, Perfoline SAS, Open Public Service SARL e Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta;VISTA la delibera dell'Autorità del 28 maggio 2014, con la quale è stata autorizzata l'ispezione *ex art.* 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede di Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta;

VISTA la documentazione acquisita agli atti del fascicolo PS9350;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Nel periodo ricompreso tra ottobre 2013 e aprile 2014 sono pervenute otto segnalazioni - di cui una dell'U.DI.CON (Unione Difesa Consumatori), distretto di Lucca - tese a rappresentare all'Autorità il comportamento scorretto posto in essere da Perfoline SA in relazione all'attività di promozione e vendita di 11 prodotti dimagranti (di seguito, anche i “Prodotti”), effettuata principalmente attraverso siti monoprodotto (di seguito, anche i “Siti”), ma anche a mezzo stampa, *youtube* e *social network*. In particolare, i consumatori hanno segnalato che Perfoline SA pubblicizza e commercializza i Prodotti - tutti a base di estratti di sostanze naturali (carciofo, caffè verde, cavolo, peperoncino, aceto di sidro di mele e maté verde) - mediante la diffusione di messaggi che attribuiscono ai medesimi prodotti, con notevole enfasi grafica, il vanto prestazionale di garantire dimagrimenti senza sforzi eccessivi e in maniera duratura.

2. In data 28 maggio 2014 è stato disposto l'avvio del procedimento istruttorio PS9350 ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 6 del Regolamento nei confronti di Perfoline SA, Perfoline SAS, Open Public Service SARL (“Open Public Service”) e Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta (“Veltrans”), volto a verificare le ipotesi di violazione degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lettere *a*) e *b*), 22 del Codice del Consumo. Con la comunicazione di avvio del procedimento le Parti sono state invitate, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 5 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

3. Contestualmente alla medesima comunicazione, l'Autorità ha autorizzato un accertamento ispettivo presso Veltrans, che si è svolto in data 4 giugno 2014.

4. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione ai professionisti coinvolti consistono nell'aver veicolato informazioni estremamente ingannevoli per la promozione e la vendita dei Prodotti, anche con l'ausilio di immagini e l'utilizzo di terminologia e riferimenti scientifici sinteticamente riportati nella seguente tabella.

Nome del prodotto

Modalità di promozione

Carcioforte



Perdere peso velocemente: con gli incredibili poteri dimagranti del carciofo in una capsula iper-concentrata [...] il Carciofo di Laon è (di gran lunga) il solo ortaggio che contiene una così alta quantità di cinarina, inulina e polifenoli. Queste sostanze iperattive agiscono su 7 livelli del vostro metabolismo per aiutarvi a lottare contemporaneamente contro i vostri chili di troppo e combattere la vostra cellulite. Questo dimostra che Carcioforte® è un vero distruttore di grassi, il migliore mai offerto a tutti coloro che soffrono a causa dei chili di troppo e per i quali prima nulla aveva funzionato.

CaféForm



Numerose riviste specializzate hanno parlato dell'ingrediente principale di CaféForm: lo Svetol®. Lo Svetol® è un estratto di caffè verde non tostato e decaffeinato dai poteri sorprendenti. Agisce su due livelli: [i] Al livello del metabolismo degli zuccheri: Fa sì che non si trasformino in grasso abbassando la secrezione di insulina; [ii] Al livello del controllo delle abitudini alimentari: controlla il vostro umore ed il vostro appetito, addio alla voglia di piluccare ed anche a quella noiosa sensazione di fame [...] Un test clinico ha dimostrato, dopo una prova di 30 giorni, che 50 persone che hanno preso lo Svetol (contro altrettante persone a cui è stato dato un placebo), hanno perso sino al 5,7% del loro peso iniziale.



Cavolo Forte

La celebre Oprah Winfrey ne ha fatto la sua arma assoluta contro i chili di troppo. Questa famosa star della televisione americana ha sofferto a lungo a causa del sovrappeso sino al giorno in cui ha scoperto la zuppa di cavolo. La sua testimonianza è diventata un bestseller: un vero metodo per perdere peso grazie ai cavoli [...] Non è raro che si prescriva una zuppa di cavolo alle persone che devono sottoporsi a un'operazione e che soffrono di un notevole sovrappeso (occorre dimagrire in fretta) [...] Cavolo Forte contiene 3 estratti di cavoli noti conosciuti per la loro capacità d'incrementare il metabolismo nella fase di eliminazione: cavolo cappuccio, cavolo verde e cavolo rosso. Le virtù terapeutiche del cavolo sono conosciute dall'antichità. È considerato come un tesoro di benefici. Le sue qualità non sono contestate. Il cavolo può essere utilizzato con successo in molti casi, è un'autentica farmacia naturale [...] Lo shock anticalore della natura Dimagrire automaticamente, come se il vostro organismo fosse mosso da un orologio invisibile?



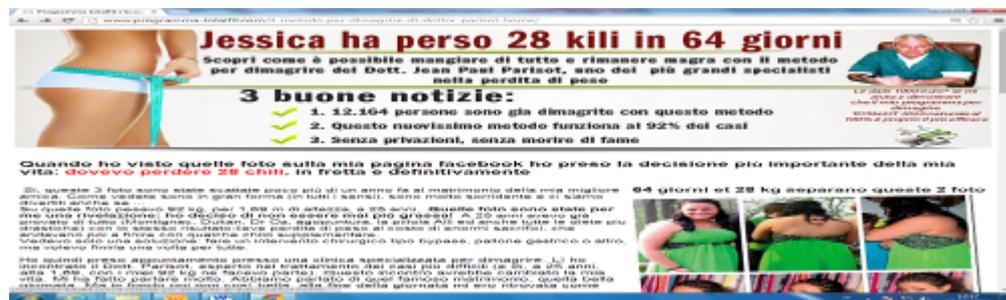
Decaburner

Il caffè normale possiede un effetto brucia grassi chiamato anche effetto lipolitico. Ma quando il caffè viene tostato, questo potere brucia grassi si riduce ad un decimo!!! È per tale ragione che l'estratto caffè contenuto in queste nuovissime capsule non è tostato. Mantiene il suo colore originale, ossia il verde. Pensate che 2 capsule di questo caffè verde possiedono il potere lipolitico di 100 tazzine di caffè [...] i 7 vantaggi di Deca Burner Express: 1. I chili di peso sono stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ad i loro piatti preferiti; 2. La perdita di peso è duratura, i chili persi non vengono ripresi automaticamente 3. Queste capsule sono senza gusto né retrogusto (convengono pertanto anche a coloro che non amano il caffè) 4. 2 capsule al giorno sono sufficienti per dimagrire in modo regolare 5. Siete soddisfatti o rimborsati. Se non sarete soddisfatti rispediteci indietro i vostri flaconi già cominciati o anche vuoti e, non appena li avremo ricevuti, vi rimborseremo immediatamente senza indugio l'importo della vostra cura. 6. Beneficiate di un prezzo eccezionale. Infatti fino ad ora l'unico inconveniente di questa cura era il suo prezzo elevato. Oggi, grazie al suo successo, facciamo arrivare il nostro caffè verde direttamente dal Sudamerica e possiamo proporvi questa cura a metà prezzo, il che significa meno di 1 euro al giorno per dimagrire. 7. Se sceglierete la cura per 1 mese o più, riceverete GRATUITAMENTE con il vostro pacchetto il Bodyscan.



Maggie Drozd

Oltre 1 892 600 di persone in tutta Europa hanno già provato - con successo - il prodotto dimagrante reso noto qui di seguito e come hanno perso 10, 20, e anche più di 30 chili in tempo record, grazie a questa inaspettata scoperta da parte di un Nutrizionista Svizzera [...] 7 impegni Maggie Drozd: 1. Devo perdere 3/5 kg alla settimana durante le prime 4 settimane. 2. Devo perdere 2/3 kg a settimana durante le settimane successive finché non avrò perso il mio peso in eccedenza. 3. Devo perdere peso continuando a mangiare quello che mi piace e tanto quanto voglio. 4. Riceverò, oltre alle rivelazioni di questa famosa nutrizionista svizzera, delle spezie "corroboranti" per il metabolismo e delle capsule naturali al 100% che mi permetteranno di eliminare gli ultimi chili anche nelle zone più ribelli come le natiche, la pancia e le cosce. 5. La cura dimagrante di Maggie Drozd non è un regime drastico. Non dovrò fare esercizi estenuanti o prendere farmaci. 6. Ho 12 mesi per vedere personalmente nel mio specchio o sulla mia bilancia, che ho perso i miei chili di troppo e che non li riprendo. 7. Avrò 6 lunghi mesi per provare il programma Maggie Drozd senza rischiare un solo euro. Se i risultati non mi soddisferanno mi basta rispedirci indietro le scatole già cominciate o anche vuote e non appena le avrete ricevute io sarò rimborsato, senza discutere, con un bonifico a mio nome.



Total Fit 2020

Jessica ha perso 28 kili in 64 giorni. Scopri com'è possibile mangiare di tutto e rimanere magra con il metodo per dimagrire del Dott. Jean Paul Parisot, uno dei più grandi specialisti nella perdita di peso.



GlucoBurner

Grazie a GlucoBurner perdetevi i vostri chili di troppo senza morire di fame e senza esercizi

estenuanti [...] 100% delle persone che hanno provato Glucoburner per 30 giorni hanno perso peso [...] hanno perso dei centimetri e ritrovato una pancia piatta [...] hanno visto diminuire la loro voglia di dolce e di sgranocchiare. I risultati sono senza appello!!! [...] 2456 persone hanno perso i loro chili di troppo [...] Oltre a regolare il tasso di zucchero nel sangue, e far così cessare la voglia di mangiucchiare, le foglie di gelso: 1. Lottano contro un organismo che potrebbe accumulare i grassi ed i glucidi assorbiti con il vostro cibo. 2. Trasformano tutti tipi di zucchero in energia e non in accumuli di grasso. 3. Espellono dal vostro corpo le riserve di grasso accumulate. 4. Dissolvono gli zuccheri dal vostro stomaco. 5. Riducono l'assorbimento dello zucchero e dell'amido.

Slim 5

La sola capsula per dimagrire che funziona ogni volta [...] Continuerete la vostra vita normale mentre il peperoncino rosso, il carciofo, il matè verde e l'aceto di sidro faranno il loro lavoro di rimozione. Il cromo vi permetterà in più di farla finita con quella fame nervosa costante. [...] Questa capsula chiamata Slim 5, con i suoi 5 'mangia grassi' altamente concentrati, vi aiuterà a dimagrire, senza morire di fame e senza fare esercizi estenuanti. [...] I test clinici lo dimostrano: 100% delle persone che hanno provato Slim 5 hanno perso peso.

Abrelax 3

Dite addio ai vostri chili di troppo e siate fieri della vostra silhouette [...] Tutte le persone che hanno provato Abrelax 3 hanno trasformato la loro silhouette perdendo i loro centimetri e chili superflui. Adesso tocca a voi!! [...] sbarazzatevi della vostra pancia molla, flaccida e grassa con Abrelax 3 [...] Una silhouette da sogno senza esercizio fisico e senza privazioni.

Caffè Verde Forte Plus

Ecco i 7 vantaggi di Caffè Verde Forte Plus®

- 1** I chili di peso sono stati ridotti: infatti quando ne parliamo non obblighiamo ad i suoi gusti prodotti.
- 2** La perdita di peso è chiara. Caffè Forte Plus sempre come AUTOREGOLABILE.
- 3** Questo perché non verso gioia ed felicità con ogni parte della a volte che noi siamo il caffè!
- 4** Il corpo di giorno non è affaticato dal viaggio di massa migliore.
- 5** **100% SCODIFATI O RIMBORSATI**
Se non siete soddisfatti, potete restituire i vostri flaconi già acquistati o come vuoi, non appena il vostro tempo di prova è terminato. **Immediatamente** dopo il viaggio il vostro corpo sarà pronto per il viaggio.
- 6** Beneficenza di un modo eccezionale. Infatti non solo la tua mente, ma anche il tuo corpo di questo modo il tuo tempo libero. Oggi, grazie al suo successo, facciamo anche il nostro caffè.
- 7** Se desidero la cura per il mio e più, **SUBBASTANTE** con il mio benessere. **LA CURA PIU' EFFICACE.**

Ecco che cosa potrete scriverci anche voi dopo qualche settimana di Caffè Verde Forte Plus®

"Peggy 67 kg. Ho comprato del Caffè verde Plus. Da allora ho finito di combattere con le rotolanti. Non ho mai creduto di poter raggiungere un tale risultato. peso 56 kg e sono alta 1m67. Era proprio quello che volevo e sono veramente compiaciuta di me stessa". Anna P.

La funzione dimagrante del caffè verde contenuto nel Caffè Verde Forte Plus® è stata dimostrata grazie ad un test realizzato su 50 persone. L'associazione tra il consumo esagerato di calorie e la mancanza di esercizio fisico contribuisce ad aumentare il nostro sovrappeso. Le funzioni metaboliche dell'organismo sono squilibrate e quindi non vengono bruciate le calorie in eccesso pertanto vi è un aumento del peso corporeo. Uno studio clinico (pubblicato su una rivista scientifica in Francia) realizzato su 50 persone dell'età tra i 19 e i 75 anni, ha dimostrato scientificamente l'Azione Dimagrante del caffè verde, grazie al suo effetto «brucia grassi». Durante 60 giorni, si sono portati volontari 2 gruppi di persone il cui IMC (indice di massa corporea) era superiore a 25. Al primo gruppo sono stati somministrati 400 mg di estratto di caffè verde, mentre al secondo gruppo è stato dato un placebo. Dopo 60 giorni, le persone che avevano ricevuto l'estratto di caffè verde hanno perso il 5,7 % del loro peso iniziale, il che corrisponde ad un calo medio di 5 kg (vedi immagine).

Ketomang Express Forte

DIMAGRIRE: LA SCOPERTA

In che modo 2 grandi specialisti nel dimagrimento hanno messo a punto il metodo attualmente più efficace per perdere peso!

È stato durante un incontro del tutto inaspettato nella classe « business » del volo Parigi - New York, che questi due ricercatori hanno elaborato i principi della loro grande scoperta!

Anna 39 È l'ultima fotografia che ho messo sulla mia pagina di Facebook. È proprio vero che mi è sempre piaciuto uscire e indossare abiti sexy. Devo dire che purtroppo i risultati non erano sempre tra i migliori, come potete vedere su questa foto di "prima". Era giunto il momento per me, che sono alta 1m67, di perdere i 24 chili che avevo di troppo. Io...

La prima capsula che associa i 3 più potenti elementi dimagranti dai 3 continenti.

Dimagrire: la scoperta [...] Oltre 125.478 persone hanno già provato con successo questa famosa combinazione di mango africano e chetone di lampone per perdere i loro chili superflui [...] In che modo i nostri 2 specialisti hanno risolto questa famosa equazione e permesso a migliaia di persone di perdere i loro chili superflui, senza privazioni né estenuanti esercizi [...] Mettendo insieme per la prima volta in una sola capsula un principio attivo di mango africano, del chetone di lampone e del matè verde, i nostri specialisti hanno finalmente trovato la soluzione per perdere peso. Ketomang Express Forte concentra i 3 segreti dimagranti di 3 continenti. Scoprite come agiscono per farvi perdere i vostri chili superflui. Con l'età e lo stress della vita quotidiana si prende peso a poco a poco, poiché le calorie della vostra alimentazione non vengono più eliminate dal vostro organismo.

5. I contenuti soprariportati sono stati veicolati al consumatore tramite¹:

- i Siti dedicati a ogni Prodotto, ove è possibile procedere al loro acquisto:

1. *www.carcioforte.com*;
2. *www.caffe-dimagrante.com*;
3. *www.zuppadicavolo.com*;
4. *www.decaburner-dimagrare.com*;
5. *www.maggie-drozd.com*;
6. *www.programma-totalfit.com*;
7. *www.gluco-burner.eu*;
8. *www.slim5dimagrare.com*;
9. *www.abrelax3plus.com*;
10. *www.caffeverdedimagrante.com*;
11. *www.ketomang-dimagrare.com*;

- attività di *call center* volta alla promozione e alla vendita dei Prodotti;

- email inviate alle caselle di posta elettronica dei consumatori nonché spazi pubblicitari presenti su alcuni giornali e su apposite pagine di *facebook* recanti i medesimi contenuti informativi dei Siti.

II. RISULTANZE ISTRUTTORIE

6. Dagli accertamenti effettuati nella sede di Veltrans è emerso inoltre che:

- quanto ai legami tra le società coinvolte, il Sig. Arnaud Dalbergue risulta essere l'amministratore unico di Perfoline SA e di Perfoline SAS²;

- quanto ai ruoli dei professionisti nella realizzazione della pratica contestata:

a. *Perfoline SA* risulta essere il *registrant* dei Siti e il professionista che promuove e vende i Prodotti³;

b. *Perfoline SAS* risulta essere l'intestataria della numerazione italiana tramite la quale è svolta l'attività di *call center*⁴ e il professionista che si occupa di fornire i Prodotti (comprensivi di etichette, confezioni e opuscoli e/o libretti illustrativi in lingua italiana) a Veltrans, nonché di coordinare e sovrintendere allo svolgimento delle attività svolte dagli altri professionisti coinvolti nella realizzazione della pratica *de qua*⁵;

c. *Open Public Service* presta l'attività di *call center* volta a promuovere e vendere i Prodotti e, al contempo, interagisce con Perfoline SAS per raccogliere e trasmettere gli ordini di acquisto a Veltrans nonché per assicurare a quest'ultima il necessario quantitativo di Prodotti⁶;

d. *Veltrans* si occupa (i) dello stoccaggio, dell'assemblaggio e del confezionamento dei Prodotti⁷; (ii) dell'intermediazione nella distribuzione dei Prodotti (*i.e.* Veltrans riceve i Prodotti da Perfoline SAS e li consegna a GLS, corriere incaricato della spedizione ai consumatori⁸); (iii) della gestione dei relativi flussi di pagamento (*i.e.* Veltrans riceve le somme versate in contrassegno dai

¹ Date di rilevazione: 13 maggio 2014.

² Cfr. Schede di descrizione dei professionisti estratte dalle banche dati Orbis e Societe.com.

³ Cfr. Condizioni generali di vendita dei Prodotti presenti su tutti i Siti.

⁴ Risposta alla richiesta di informazioni, da parte della società Neagen Srl, del 9 dicembre 2013.

⁵ Docc. ispettivi nn. 9,10.

⁶ Docc. ispettivi nn. 2,3,6,8.

⁷ Docc. ispettivi n. 4,5,7.

⁸ Docc. ispettivi nn. 17-18,20.

consumatori a GLS e le accredita a Perfoline SA, trattenendone una quota a titolo di compenso per le attività svolte e un'altra quota per la disposizione dei rimborsi richiesti dai consumatori)⁹;

- quanto al volume d'affari, occorre evidenziare che: (i) in una sola settimana (26 maggio – 1° giugno 2014) è stata incassata una cifra pari a [50.000-100.000]¹⁰ euro¹¹; (ii) in un solo giorno sono stati ricevuti [100-200] ordini di acquisto¹²; (iii) l'obiettivo dei professionisti è di realizzare [40.000-50.000] spedizioni in un anno¹³.

III. ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE

7. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 4 giugno 2014, con riferimento al procedimento cautelare, soltanto Perfoline SA ha prodotto due memorie difensive rispettivamente in data 9 e 20 giugno 2014¹⁴. Le argomentazioni ivi contenute possono essere così sintetizzate:

- Perfoline SA promuove e commercializza i Prodotti in Italia dal 1° gennaio 2013. Perfoline SA pubblicizza e vende i Prodotti con le stesse modalità in Francia, Germania, Romania, Spagna, Portogallo, Polonia, Repubblica Ceca e Repubblica Slovacca. Negli ultimi cinque anni nessuna delle Autorità preposte al rispetto delle norme di cui alla Direttiva 2005/29/CE in tali Paesi ha mosso censure rispetto alla natura dei Prodotti e alle modalità di promozione e vendita dei Prodotti sui rispettivi mercati nazionali. I Prodotti sono stati altresì oggetto di specifica autorizzazione amministrativa in Romania;

- Gli effetti dimagranti descritti sui Siti trovano conferma nei test clinici del Laboratorio DermScan, autorizzato a svolgere le proprie attività di ricerca dal Ministero della salute francese. Tali test comproverebbero che l'assunzione dei Prodotti, laddove associata a un determinato regime alimentare, consente una perdita di peso significativa;

- Perfoline SA fornisce un'informazione adeguata e sufficiente ai consumatori in quanto: (i) sui Siti è indicata una serie di avvertenze relative alla consultazione del proprio medico, agli stati di gravidanza, alle reazioni allergiche, alla posologia e all'impossibilità di sostituire un medicinale con i Prodotti; (ii) sui Siti *“in alcun caso è indicato che i risultati sono garantiti dal 100% della popolazione [ma solo dalle] persone che hanno potuto testare [i Prodotti] e che hanno ottenuto dei risultati all'altezza delle loro aspettative”*; (iii) all'atto della consegna dei Prodotti, i clienti ricevono un opuscolo con il regime alimentare da seguire.

- L'adozione di una misura cautelare può essere disposta soltanto per le pratiche considerate in ogni caso scorrette di cui all'Allegato I della Direttiva 2005/29/CE. Ad ogni modo, nel caso di specie una tale misura non potrebbe essere adottata in ragione dell'assenza di un rischio per la salute dei consumatori che assumono i Prodotti e di un pregiudizio economico per i medesimi consumatori i quali possono richiedere il rimborso qualora siano insoddisfatti dei risultati ottenuti.

⁹ Docc. ispettivi n. 9,10,11,13,14,21,22.

¹⁰ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o disegretezza delle informazioni.

¹¹ Doc. ispettivo n. 13.

¹² Doc. ispettivo n.7.

¹³ Doc. ispettivo n. 1.

¹⁴ Le memorie sono state redatte in lingua francese, con annessa traduzione di cortesia in italiano.

IV. VALUTAZIONI

8. Sulla base degli elementi acquisiti, anche nel corso dell'ispezione del 4 giugno u.s., si ritiene necessaria l'adozione di una misura cautelare stante la sussistenza dei requisiti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*.

9. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, si rileva che le informazioni fornite ai consumatori tramite i Siti si configurano come estremamente ingannevoli, già ad una prima delibazione, sia per il riferimento a sedicenti esperti nutrizionisti (quali, ad esempio, i dott. Jean Paul Parisot, Kino Namura e Eva Kovalska), sia per le caratteristiche quantitative e temporali dei dimagrimenti prospettati (15 kg in 9 settimane/34 kg in 5 mesi/22 kg in 4 mesi) anche in assenza di un regime alimentare ipocalorico e/o attività fisica.

10. La scorrettezza sembra emergere *ictu oculi* anche dalle contraddizioni e dalle ambiguità che connotano l'esplicazione dei contenuti informativi relativi all'efficacia dimagrante dei Prodotti. Invero, nelle pagine *web* le straordinarie proprietà dimagranti sono attribuite, con notevole enfasi grafica, esclusivamente ai Prodotti ("*Come ho perso trenta kg in meno di 3 mesi senza fare dieta*" ovvero "*I cali di peso sono stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ad i loro piatti preferiti*") o, ancora, "*Finiti gli esercizi e le privazioni*"). Anche nelle testimonianze riportate da sedicenti consumatori - ritratti "*prima*" e "*dopo*" il trattamento - gli stupefacenti risultati in termini di perdita di peso sono ricollegati alla mera assunzione dei Prodotti.

11. Soltanto in calce alle pagine dei Siti è indicato con un carattere decisamente inferiore a quello utilizzato per descrivere i vantii attribuiti ai Prodotti che "*Le testimonianze che figurano su questo sito non rappresentano assolutamente perdite di peso medie registrate. Ogni caso è un caso a parte e le perdite di peso varieranno da persona a persona e dipenderanno anche [sottolineatura aggiunta] dalle abitudini alimentari e dagli esercizi praticati durante la cura*".

12. Ne segue che, per un verso, le informazioni veicolate sui Siti prospettano una specifica e autonoma azione dimagrante dei Prodotti senza evidenziare in maniera adeguata la funzione tutt'al più meramente coadiuvante di un regime alimentare equilibrato e/o di un'appropriate attività sportiva, lasciando così intendere che il relativo utilizzo rappresenti un correttivo a comportamenti alimentari non corretti. Infatti, le abitudini alimentari e l'esercizio fisico non sono descritti sui Siti come elementi indispensabili e consustanziali al percorso di dimagrimento proposto, bensì come delle mere variabili in grado di incidere sull'entità della perdita di peso che resta comunque assicurata tramite la mera assunzione dei Prodotti.

13. Per altro verso, le prospettazioni dei risultati conseguibili appaiono prive di fondamento scientifico in quanto non sembra possibile che i Prodotti - assertivamente composti da sostanze naturali - possano consentire a qualsiasi soggetto con problemi di sovrappeso di conseguire una perdita di peso di entità elevata (ad esempio, 15 kg), in tempi brevi (ad esempio, 9 settimane), senza assoggettarsi ad un regime alimentare controllato e/o svolgere esercizi fisici¹⁵.

14. A ciò si aggiunga che, da un lato, i suddetti test clinici del Laboratorio DermScan che dovrebbero confermare l'efficacia dimagrante dei Prodotti, per stessa ammissione di Perfoline SA, analizzano i risultati derivanti dall'interazione dell'assunzione dei Prodotti con un regime

¹⁵ Come noto, l'Autorità in materia di pubblicità dei prodotti dimagranti ha costantemente sostenuto che non possono prospettarsi effetti risolutivi sul dimagrimento corporeo, in assenza di un regime alimentare ipocalorico e di una monitorata attività fisica. Infatti, come rilevato in più occasioni dall'INRAN - Istituto Nazionale Ricerca Alimenti e Nutrizione - non esistono prodotti che, con certezza ed in condizioni di sicurezza, consentano di conseguire cali ponderali a carico del tessuto adiposo, senza la necessità di seguire un regime alimentare controllato - ipocalorico e di svolgere costante attività fisica. Cfr. precedenti provvedimenti in materia: provv. n. 17470 del 10 ottobre 2007, PI5539 - *Lipo Slim*; *Provvedimento*; provv. n. 17352 del 13 settembre 2007, PI5347 - *Distillato 19 erbe Vivalight*. Provv. n. 15825 dell'8 agosto 2006, PI5208 - *Slim 600*, in Boll. n. 31-32/06; provv. n. 15699 del 12 luglio 2006, PI5178 - *LIPOTREX 24*, in Boll. 28/06.

alimentare controllato. Dall'altro, con specifico riguardo ai Prodotti a base di caffè verde e di estratti di carciofo, l'Autorità Europea per la sicurezza Alimentare si è già espressa in modo negativo in assenza di alcun fondamento scientifico su una positiva relazione tra l'assunzione di tali sostanze e gli indicati effetti dimagranti¹⁶.

15. La pratica *de qua* appare altresì scorretta per la particolare idoneità della stessa a condizionare le scelte economiche dei consumatori in sovrappeso: i Siti, ponendo grande enfasi sulla rapidità e sulla consistenza del dimagrimento promesso, nonché sulla facilità di conseguimento dello stesso, promuovono i Prodotti in modo tale da farli percepire come rimedi in grado di risolvere un problema, quale è quello del sovrappeso, molto diffuso e sentito - specie nella stagione estiva - dai consumatori che ne sono affetti, i quali, proprio in ragione della situazione in cui versano, appaiono particolarmente vulnerabili e più facilmente "agganciabili".

16. Sotto il profilo del *periculum in mora*, si rileva che i Siti e le linee di *call center* dedicate alla promozione dei Prodotti risultano al momento ancora attivi, accessibili e consultabili dai consumatori e, come tali idonei a raggiungere nelle more del procedimento un elevato numero di consumatori - come si evince dal volume d'affari generato dalla pratica *de qua* - inducendoli ad acquistare *on line* e quindi ad assumere decisioni commerciali che, se correttamente informati, non avrebbero altrimenti preso. Né i professionisti hanno manifestato l'intenzione di modificare o di procedere alla disattivazione dei Siti e delle linee di *call center* e, più in generale, di interrompere l'attività di promozione dei Prodotti mediante l'impiego di contenuti informativi del tenore simile e/o uguale rispetto a quelli oggetto di valutazione nel procedimento di merito.

17. Si osserva infine che, contrariamente a quanto asserito da Perfoline SA, l'adozione di una misura cautelare non è circoscritta alle pratiche considerate in ogni caso scorrette e non è subordinata alla sussistenza di un pericolo di pregiudizio alla salute o al patrimonio dei consumatori, essendo sufficiente riscontrare, da una prima delibazione, profili di gravità e urgenza rispetto alla pratica contestata stante l'evidente ingannevolezza e l'elevato grado di offensività della medesima pratica nei confronti dei consumatori.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte, consistenti nella diffusione di informazioni estremamente ingannevoli su prodotti dimagranti, continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che:

a) le società Perfoline S.A., Perfoline S.A.S. e Open Public Service S.A.R.L. ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 1, del Regolamento, sospendano - entro cinque giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, effettuata anche tramite pubblicazione sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato - ogni attività di promozione dei prodotti oggetto del procedimento svolta tramite i siti *internet* indicati al paragrafo 5 (www.carcioforte.com; www.caffe-dimagrante.com; www.zuppadicavolo.com; www.decaburner-dimagrire.com; www.maggie-drozd.com; www.programma-totalfit.com; www.gluco-burner.eu; www.slim5dimagrire.com;

¹⁶ Cfr. Parei EFSA nn. 2011;9(4):2057 e 2009;(9):1292.

www.abrelax3plus.com; *www.caffeverdedimagrante.com*; *www.ketomang-dimagrire.com*) accessibili mediante richieste di connessione provenienti dal territorio italiano, nonché tramite *call center*, pubblicazioni a mezzo stampa, *social network* e l'invio di *email* ai consumatori, con l'impiego di contenuti informativi del tenore simile e/o uguale rispetto a quelli oggetto di valutazione nel procedimento di merito;

b) Giampaolo Elisabetta, titolare dell'impresa individuale Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 1, del Regolamento, sospenda – entro cinque giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, effettuata anche tramite pubblicazione sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – ogni attività di promozione dei prodotti oggetto del procedimento, svolta tramite l'attività di assemblaggio e confezionamento dei medesimi prodotti, con l'impiego di contenuti informativi del tenore simile e/o uguale rispetto a quelli oggetto di valutazione nel procedimento di merito;

c) le società Perfoline S.A.S., Perfoline S.A., Open Public Service e Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta comunichino all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro 10 giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrati le misure adottate;

d) in caso di mancata sospensione di cui alla precedente lettera a), ai sensi dell'articolo 14, comma 3, dell'articolo 15, comma 2, e dell'articolo 16, comma 3, del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, i soggetti di cui alle norme citate impediscano l'accesso ai sopraindicati siti *internet* da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete *internet* provenienti dal territorio italiano;

e) l'Autorità, per l'esecuzione del presente provvedimento, si potrà avvalere della collaborazione del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, affinché provveda ad ogni attività a ciò necessaria.

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza alla presente delibera 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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS9295 - KIDEO - MANCATA CONSEGNA PRODOTTO
Avviso di adozione provvedimento di chiusura del procedimento

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di adozione del provvedimento di chiusura del procedimento, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie (di seguito, Regolamento) in relazione al procedimento PS9205 - KIDEO - MANCATA CONSEGNA DEL PRODOTTO.

La pubblicazione del presente avviso sul Bollettino settimanale dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, seguito dal provvedimento di chiusura del procedimento con il quale è stata deliberata la scorrettezza delle pratiche commerciali, viene effettuata ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 19, comma 2 del Regolamento, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento, operato in data 28 gennaio 2014, prot. n. 12891.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Energia e Industria della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento PS9295.

Nella sezione "*pagamento sanzioni*" del sito *internet* dell'Autorità (www.agcm.it) sono riportate informazioni riguardanti le modalità di pagamento delle sanzioni.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

VARIE

REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE IN MATERIA DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Provvedimento n. 24955

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 giugno 2014;

VISTO il Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21, recante "Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE";

VISTO il regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie adottato con delibera dell'Autorità n. 23788 dell'8 agosto 2012;

RITENUTO di dover adeguare il suddetto regolamento alle modifiche normative introdotte dal citato Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21

DELIBERA

di approvare il «Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie» con i relativi n. 2 formulari.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Il regolamento comprensivo di n. 2 formulari verrà altresì pubblicato in Gazzetta Ufficiale.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

**REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE IN MATERIA DI PUBBLICITÀ
INGANNEVOLE E COMPARATIVA, PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE,
VIOLAZIONE DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI NEI CONTRATTI, CLAUSOLE
VESSATORIE**

Titolo I

DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a) «decreto sulla pubblicità ingannevole»: il decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145;
- b) «Codice del Consumo»: il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni;
- c) «Collegio»: il Presidente e i Componenti dell’Autorità;
- d) «Direzioni»: le unità organizzative in cui è articolata la Direzione Generale per la Tutela del Consumatore;
- e) «consumatore»: qualsiasi persona fisica che, ai sensi dell’ articolo 18, comma 1, lett. a), del Codice del Consumo, agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale;
- f) «professionista»: l’operatore pubblicitario di cui all’ articolo 2, lett. e), del decreto sulla pubblicità ingannevole, nonché i soggetti di cui all’ articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo;
- g) «microimprese»: le entità, società o associazioni che, ai sensi dell’ articolo 18, comma 1, lett. d-bis) del Codice del Consumo, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un’attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell’articolo 2, paragrafo 3, dell’allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003;
- g-bis) «diritti dei consumatori nei contratti»: i diritti dei consumatori nei contratti conclusi tra un professionista ed un consumatore, di cui alle sezioni da I a IV del Capo I del titolo III della parte III del Codice del Consumo;
- h) «clausole vessatorie»: le clausole inserite nei contratti tra professionisti e consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto o con la sottoscrizione di moduli, modelli o formulari di cui all’articolo 37- bis, comma 1, del Codice del Consumo, che risultino vessatorie ai sensi degli articoli 33, 34, 35 e 36, comma 2, del Codice del Consumo;
- i) «Bollettino»: il Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, pubblicato sul sito internet istituzionale.

Articolo 2

Ambito di applicazione

1. Il presente regolamento si applica ai procedimenti dell’Autorità in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di pratiche commerciali scorrette, di violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti, nonché di clausole vessatorie.

Articolo 3

Responsabile del procedimento

1. Responsabile del procedimento è il responsabile preposto all'unità organizzativa competente per materia, istituita ai sensi dell'articolo 10, comma 6, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, o altro funzionario dallo stesso incaricato.
2. Il responsabile del procedimento acquisisce ogni elemento utile alla valutazione della fattispecie. A tal fine può richiedere informazioni e documenti a ogni soggetto pubblico o privato. Ove ne ricorrano i presupposti comunica l'avvio del procedimento e provvede agli adempimenti di competenza per lo svolgimento dell'attività istruttoria.
3. Qualora il committente di un messaggio pubblicitario o il professionista non sia conosciuto, il responsabile del procedimento richiede al proprietario del mezzo di diffusione ed a chiunque ne sia in possesso ogni elemento idoneo ad identificarlo.

Titolo II

PROCEDURE ISTRUTTORIE IN MATERIA DI PUBBLICITÀ INGANNEVOLE E COMPARATIVA, E DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

Articolo 4

Istanza di intervento

1. Ogni soggetto, di cui all'articolo 18, comma 1, lettere a), b), d-bis) del Codice del Consumo, od organizzazione, che ne abbia interesse, può richiedere, attraverso comunicazione in formato cartaceo o elettronico (*webform* o PEC), l'intervento dell'Autorità nei confronti di pubblicità che ritenga ingannevole o illecita, ai sensi del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole, ovvero di pratiche commerciali che ritenga scorrette, ai sensi del Codice del Consumo.
2. L'istanza di cui al comma 1 deve contenere:
 - a) nome, cognome, denominazione o ragione sociale, residenza, domicilio o sede del richiedente nonché recapiti telefonici, indirizzo di posta elettronica e eventuale numero di fax;
 - b) elementi idonei a consentire una precisa identificazione del professionista, della pubblicità o della pratica commerciale oggetto dell'istanza (in particolare data o periodo di diffusione del messaggio o dell'iniziativa promozionale, mezzo di comunicazione utilizzato, luogo e modalità di attuazione della pratica) nonché del bene o servizio interessato;
 - c) ogni elemento ritenuto utile alla valutazione dell'Autorità, copia eventuali reclami già inoltrati al professionista e l'esito degli stessi, nonché copia della corrispondenza intercorsa con il medesimo professionista e/o della documentazione contrattuale; inoltre, ove disponibile, copia dei messaggi oggetto dell'istanza di intervento.
3. Nell'istanza di intervento devono essere indicate, a pena di decadenza, eventuali esigenze di riservatezza. In tal caso, il segnalante deve trasmettere anche una versione non riservata dell'istanza di intervento, la cui valutazione è rimessa al responsabile del procedimento.
4. Gli elementi di cui al comma 2, lettera b), del presente articolo, nonché i dati identificativi del soggetto denunciante, costituiscono elementi essenziali dell'istanza di intervento, in assenza dei quali il responsabile dell'unità organizzativa competente per materia riscontra la non ricevibilità della stessa, informandone il Collegio, impregiudicata la possibilità per il denunciante di ripresentare l'istanza di intervento in forma completa. Resta ferma in ogni caso la possibilità per l'Autorità di procedere d'ufficio a ulteriori approfondimenti ai fini di un eventuale avvio di istruttoria ai sensi dell'articolo 6.

5. Ad eccezione dei casi di particolare gravità, qualora sussistano fondati motivi tali da ritenere che il messaggio o la pratica commerciale costituisca una pubblicità ingannevole, una pubblicità comparativa illecita o una pratica commerciale scorretta, il responsabile del procedimento, dopo averne informato il Collegio, può invitare il professionista, per iscritto, a rimuovere i profili di possibile ingannevolezza o illiceità di una pubblicità ovvero di possibile scorrettezza di una pratica commerciale (*moral suasion*).

Articolo 5

Provvedimenti pre-istruttori

1. La fase pre-istruttoria può essere chiusa per uno dei seguenti motivi:

- a) irricevibilità ai sensi dell'articolo 4, comma 4;
- b) archiviazione per inapplicabilità della legge per assenza dei presupposti richiesti dal decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole o dal Codice del Consumo;
- c) archiviazione per manifesta infondatezza per l'assenza di elementi di fatto idonei a giustificare ulteriori accertamenti;
- d) archiviazione ad esito dell'avvenuta rimozione da parte del professionista dei profili di possibile ingannevolezza o illiceità di una pubblicità ovvero di possibile scorrettezza di una pratica commerciale (*moral suasion*), di cui all'articolo 4, comma 5. Dell'esito di tale intervento, che verrà comunicato al professionista, l'Autorità può dare notizia utilizzando adeguate modalità informative e valutando eventuali esigenze di riservatezza motivatamente rappresentate dal professionista;
- e) archiviazione per manifesta inidoneità del messaggio pubblicitario o della pratica a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio al quale è diretta, anche in ragione della dimensione minima della diffusione di un messaggio o della localizzazione circoscritta di una pratica (*de minimis*);
- f) non luogo a provvedere per sporadiche richieste di intervento relative a condotte isolate ovvero non rientranti tra le priorità di intervento dell'Autorità, in ragione degli obiettivi di razionalizzazione, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa. L'Autorità può individuare con apposito atto le priorità di intervento che intende perseguire.

2. Qualora non venga avviato il procedimento nel termine indicato dall'articolo 6, comma 1, la fase pre-istruttoria si intende chiusa con non luogo a provvedere ai sensi della lett. f) del precedente comma. Resta impregiudicata la facoltà dell'Autorità di acquisire successivamente agli atti l'istanza di intervento per procedere d'ufficio ad un approfondimento istruttorio, fondato su elementi sopravvenuti o su una diversa valutazione delle priorità di intervento. A tal fine le Direzioni informano periodicamente il Collegio dei procedimenti definiti ai sensi del presente comma.

3. È facoltà dell'Autorità inviare una comunicazione dell'avvenuta archiviazione o chiusura del procedimento preistruttorio.

Articolo 6

Avvio dell'istruttoria

1. Il responsabile del procedimento, valutati gli elementi comunque in suo possesso e quelli portati a sua conoscenza con l'istanza di intervento di cui all'articolo 4, avvia l'istruttoria al fine di verificare l'esistenza di pubblicità ingannevoli o comparative illecite, di cui al decreto legislativo

sulla pubblicità ingannevole, ovvero di pratiche commerciali scorrette, di cui al Codice del Consumo. L'avvio dell'istruttoria è disposto entro il termine di 180 giorni dalla ricezione dell'istanza di intervento e tale termine è interrotto in caso di richiesta di informazioni fino alla ricezione delle stesse.

2. Il responsabile del procedimento comunica l'avvio dell'istruttoria, alle Parti e ne informa gli altri soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4. In ragione del numero elevato delle istanze di intervento, questa comunicazione può essere attuata anche tramite avviso sul bollettino pubblicato sul sito internet istituzionale dell'Autorità. Se le comunicazioni non possono avere luogo, le stesse sono effettuate mediante pubblicazione sul medesimo bollettino. Dell'avvio dell'istruttoria può anche esserne data comunicazione tramite la diffusione di un comunicato stampa, informato il Collegio.

3. Nella comunicazione di avvio di cui al comma 2 sono indicati l'oggetto del procedimento, gli elementi acquisiti d'ufficio o contenuti nell'istanza di intervento, il termine per la conclusione dell'istruttoria, l'ufficio e la persona responsabile del procedimento, l'ufficio presso cui si può accedere agli atti, la possibilità di presentare memorie scritte o documenti ed il termine entro cui le memorie e i documenti possono essere presentati.

Articolo 7

Termini del procedimento

1. Il termine per la conclusione del procedimento è di centoventi giorni, decorrenti dalla data di protocollo della comunicazione di avvio e di centocinquanta giorni quando si debbano chiedere pareri ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero in procedimenti di pratiche commerciali scorrette, ai sensi dell'articolo 27, commi 1-bis e 6, del Codice del Consumo.

2. Nel caso in cui il professionista sia residente, domiciliato o abbia sede all'estero, il termine per la conclusione del procedimento è di centottanta giorni decorrenti dalla data di protocollo della comunicazione di avvio e di duecentodieci giorni quando si debbano chiedere pareri ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero, in procedimenti di pratiche commerciali scorrette, ai sensi dell'articolo 27, commi 1-bis e 6, del Codice del Consumo.

3. L'Autorità può prorogare il termine fino ad un massimo di sessanta giorni, in presenza di particolari esigenze istruttorie, nonché in caso di estensione soggettiva od oggettiva del procedimento. Con le stesse modalità, il termine può essere altresì prorogato, fino ad un massimo di sessanta giorni, nel caso in cui il professionista presenti degli impegni o emergano sopravvenute esigenze istruttorie. Ove necessario, può essere disposta l'acquisizione, da altre istituzioni o enti pubblici, di informazioni essenziali ai fini della valutazione della fattispecie, con assegnazione di un termine non superiore a 30 giorni per la risposta. Il termine di conclusione del procedimento è conseguentemente prorogato fino a un massimo di 30 giorni.

4. Nel caso in cui, ai sensi dell'articolo 20 del presente regolamento, il Collegio disponga la sospensione del procedimento, i termini di cui al comma 1 restano sospesi in attesa della pronuncia dell'organismo di autodisciplina e, comunque, per un periodo, non superiore a trenta giorni, stabilito dal Collegio.

Articolo 8

Sospensione provvisoria della pubblicità o della pratica commerciale

1. In caso di particolare urgenza, ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole e dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, l'Autorità può disporre, d'ufficio e con atto motivato, la sospensione della pubblicità ritenuta ingannevole o della pubblicità comparativa ritenuta illecita ovvero della pratica commerciale ritenuta scorretta.
2. Il responsabile del procedimento, nella comunicazione di avvio dell'istruttoria o successivamente con apposita comunicazione, individua i profili di gravità e urgenza della pubblicità ingannevole o comparativa illecita ovvero della pratica scorretta e assegna alle parti un termine non inferiore a cinque giorni per presentare memorie scritte e documenti. Trascorso detto termine, il responsabile del procedimento rimette gli atti al Collegio per la decisione.
3. Il Collegio può disporre con atto motivato la sospensione in via provvisoria del messaggio pubblicitario o della pratica commerciale anche senza acquisire le memorie delle parti quando ricorrano particolari esigenze di indifferibilità dell'intervento. Entro il termine di sette giorni dal ricevimento del provvedimento con il quale è stata adottata la misura cautelare provvisoria, il professionista interessato può presentare memorie scritte e documenti. Valutate le argomentazioni del professionista, il Collegio delibera la conferma o la revoca della sospensione provvisoria del messaggio pubblicitario o della pratica commerciale entro il termine di 30 giorni dalla notifica del provvedimento cautelare.
4. Il provvedimento dell'Autorità di sospensione della pubblicità ritenuta ingannevole o della pubblicità comparativa ritenuta illecita o della pratica commerciale ritenuta scorretta deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista. Il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso. Dell'avvenuta esecuzione del provvedimento di sospensione, il professionista dà comunicazione all'Autorità entro cinque giorni dal ricevimento del provvedimento stesso.

Articolo 9

Impegni

1. Entro e non oltre il termine di quarantacinque giorni dalla ricezione della comunicazione di avvio del procedimento, il professionista può presentare impegni tali da far venire meno i profili di illegittimità della pubblicità o della pratica commerciale. Gli impegni sono presentati mediante apposito formulario (Allegato 1 al presente Regolamento). In caso di integrazione, il professionista è tenuto a presentare all'Autorità un testo consolidato degli impegni. È onere del professionista, ove faccia valere esigenze di riservatezza, presentare anche una versione non riservata e non confidenziale degli impegni.
2. L'Autorità valuta gli impegni e:
 - a) qualora li ritenga idonei, dispone con provvedimento la loro accettazione rendendoli obbligatori per il professionista, chiudendo il procedimento senza accertare l'infrazione; nei casi in cui è previsto un parere ai sensi dell'articolo 8, comma 6, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole e dell'articolo 27, commi 1-bis e 6, del Codice del Consumo, l'Autorità, ove non ritenga la pubblicità/pratica commerciale manifestamente grave e ingannevole/illecita/scorretta ovvero non ritenga manifestamente inidonei gli impegni proposti, procede alla richiesta del parere secondo le modalità di cui all'articolo 16 del presente regolamento;
 - b) qualora li ritenga parzialmente idonei, fissa un termine al professionista per un'eventuale integrazione degli impegni stessi;

c) nei casi di grave e manifesta ingannevolezza/illiceità di una pubblicità o scorrettezza di una pratica commerciale ovvero in caso di inidoneità degli impegni a rimuovere i profili contestati nell'avvio dell'istruttoria, delibera il rigetto degli stessi, comunicandolo tempestivamente alla Parte.

3. Successivamente alla decisione di accettazione di impegni, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

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

Articolo 10

Partecipazione all'istruttoria

1. I soggetti portatori di interessi pubblici o privati, nonché i portatori di interessi diffusi costituiti in associazioni o comitati, cui può derivare un pregiudizio dalle infrazioni oggetto dell'istruttoria, hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente:

- a) nome, cognome, denominazione o ragione sociale, residenza, domicilio o sede del richiedente nonché recapiti telefonici, di posta elettronica e di eventuale fax;
- b) l'indicazione del procedimento nel quale si intende intervenire;
- c) adeguata motivazione circa lo specifico interesse ad intervenire, anche con riferimento al contributo che il richiedente può apportare all'istruttoria.

2. Il responsabile del procedimento, valutate la regolarità e la completezza della richiesta di partecipazione, comunica al richiedente che lo stesso può:

- a) accedere agli atti del procedimento ai sensi del successivo articolo 11;
- b) presentare memorie scritte, documenti, deduzioni e pareri.

Articolo 11

Accesso ai documenti, riservatezza delle informazioni e segreto d'ufficio

1. Il diritto di accesso ai documenti formati o stabilmente detenuti dall'Autorità nei procedimenti di cui al presente regolamento è riconosciuto nel corso dell'istruttoria dei procedimenti stessi ai soggetti cui è stato comunicato l'avvio del procedimento, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, nonché ai soggetti ammessi ad intervenire di cui all'articolo 10.

2. Qualora i documenti di cui al comma 1 contengano informazioni riservate di carattere personale, commerciale, industriale e finanziario, relative a persone e professionisti coinvolti nei procedimenti, il diritto di accesso è consentito, in tutto o in parte, nei limiti in cui ciò sia necessario per assicurare il contraddittorio.

3. I documenti che contengono segreti commerciali sono sottratti all'accesso. Qualora essi forniscano elementi di prova di un'infrazione o elementi essenziali per la difesa di un professionista, gli uffici ne consentono l'accesso, limitatamente a tali elementi.

4. Nel consentire l'accesso nei casi di cui ai commi 2 e 3 e nel rispetto dei criteri ivi contenuti, gli uffici tengono conto, adottando tutti i necessari accorgimenti, dell'interesse delle persone e dei professionisti a che le informazioni riservate o i segreti commerciali non vengano divulgati.

5. Sono sottratte all'accesso le note, le proposte ed ogni altra elaborazione degli uffici con funzione di studio e di preparazione del contenuto di atti.

6. Possono essere sottratti all'accesso, in tutto o in parte, i verbali delle adunanze del Collegio, nonché i documenti inerenti a rapporti tra l'Autorità e le istituzioni dell'Unione europea, nonché tra l'Autorità e gli organi di altri Stati o di altre organizzazioni internazionali, dei quali non sia stata autorizzata la divulgazione.
7. I soggetti che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza delle informazioni fornite devono presentare agli uffici una apposita richiesta che deve contenere l'indicazione dei documenti o delle parti di documenti che si ritiene debbano essere sottratti all'accesso, specificandone i motivi.
8. Il responsabile del procedimento, ove non ritenga sussistenti gli elementi di riservatezza o di segretezza addotti a giustificazione delle richieste di cui al comma 7, ne dà motivata comunicazione agli interessati.
9. Il responsabile del procedimento può disporre motivatamente il differimento dell'accesso ai documenti sino a quando non sia accertata la loro rilevanza ai fini della prova delle infrazioni e comunque non oltre la comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria di cui all'articolo 16.
10. Le informazioni contenute nella documentazione acquisita nell'esercizio delle competenze di cui all'articolo 2 del presente Regolamento sono tutelate dal segreto d'ufficio anche nei riguardi delle pubbliche amministrazioni, fatti salvi gli obblighi di denuncia di cui all'articolo 331 del codice di procedura penale, di leale collaborazione con l'Autorità Giudiziaria e quelli di collaborazione di cui al regolamento CE n. 2006/2004.
11. Il diritto di accesso si esercita mediante richiesta scritta e motivata, sulla quale il responsabile del procedimento provvede entro trenta giorni.

Articolo 12

Richiesta di informazioni e audizioni

1. Il responsabile del procedimento acquisisce nel corso dell'istruttoria ogni elemento utile alla valutazione della fattispecie. A tal fine può richiedere informazioni e documenti ad ogni soggetto pubblico o privato.
2. Il responsabile del procedimento, ove ciò sia necessario ai fini della raccolta o della valutazione degli elementi istruttori, o venga richiesto da una delle parti, può disporre che le parti o i terzi siano sentiti in apposite audizioni nel rispetto del principio del contraddittorio, fissando un termine inderogabile per il loro svolgimento.
3. Alle audizioni fissate ai sensi del comma 2 presiede il responsabile del procedimento o facente funzione. Le parti possono farsi rappresentare da un difensore o da una persona di loro fiducia che produce idoneo documento attestante il proprio potere di rappresentanza.
4. Dello svolgimento delle audizioni è redatto verbale, contenente le principali dichiarazioni delle parti intervenute alle audizioni. Il verbale è sottoscritto, al termine dell'audizione, dal responsabile del procedimento e dalle parti medesime. Quando taluna delle parti non vuole o non è in grado di sottoscrivere il verbale ne è fatta menzione nel verbale stesso con l'indicazione del motivo. Al termine dell'audizione è consegnata una copia del verbale alle parti intervenute che ne facciano richiesta.
5. Ai soli fini della predisposizione del verbale, può essere effettuata registrazione, su idoneo supporto, delle audizioni.

Articolo 13

Perizie, analisi statistiche ed economiche e consultazioni di esperti

1. Ai fini della valutazione di qualsiasi elemento rilevante ai fini dell'istruttoria, il Collegio può autorizzare le perizie e analisi statistiche ed economiche, nonché la consultazione di esperti, proposte dal responsabile del procedimento.
2. Le università, i centri di ricerca o gli istituti a carattere scientifico incaricati dall'Autorità, designano i periti e i consulenti ritenuti professionalmente più idonei a compiere l'accertamento tecnico richiesto.
3. Nel caso in cui l'Autorità disponga perizie e consulenze, ne è data comunicazione alle parti del procedimento.
4. I risultati delle perizie e delle consulenze sono comunicati dal responsabile del procedimento alle parti.
5. I soggetti ai quali è stato comunicato l'avvio del procedimento e quelli intervenuti ai sensi dell'articolo 10, possono nominare, dandone comunicazione al responsabile del procedimento, un loro consulente, il quale può assistere alle operazioni svolte dal consulente dell'Autorità e presentare, nel termine di dieci giorni dalla comunicazione di cui al comma 4, scritti e documenti in cui svolgere osservazioni sui risultati delle indagini tecniche.

Articolo 14

Ispezioni

1. Il Collegio autorizza le ispezioni proposte dal responsabile del procedimento presso chiunque sia ritenuto in possesso di documenti aziendali utili ai fini dell'istruttoria. Nei confronti delle amministrazioni pubbliche si chiede previamente l'esibizione degli atti.
2. I funzionari dell'Autorità incaricati dal responsabile del procedimento di procedere alle ispezioni esercitano i loro poteri su presentazione di un atto scritto che precisi l'oggetto dell'accertamento e le sanzioni per il rifiuto, l'omissione o il ritardo, senza giustificato motivo, di fornire informazioni ed esibire documenti richiesti nel corso dell'ispezione, nonché nel caso in cui siano fornite informazioni ed esibiti documenti non veritieri.
3. In ogni caso, non costituisce giustificato motivo di rifiuto o di omissione, ai fini delle sanzioni previste dall'articolo 8, comma 4, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero dall'articolo 27, comma 4, del Codice del Consumo, l'opposizione:
 - a) di vincoli di riservatezza o di competenza imposti da regolamenti aziendali o prescrizioni interne, anche orali;
 - b) di esigenze di autotutela dal rischio di sanzioni fiscali o amministrative;
 - c) di esigenze di tutela del segreto aziendale o industriale, salvo i casi in cui l'Autorità riconosca particolari esigenze segnalate al riguardo.
4. Per documento si intende ogni rappresentazione grafica, fotocinematografica, elettromagnetica o di qualunque altra specie del contenuto di atti, anche interni ed informali, formati e utilizzati ai fini dell'attività dell'impresa, indipendentemente dal livello di responsabilità e rappresentatività dell'autore del documento, nonché ogni documento prodotto o contenuto su supporto informatico.
5. I funzionari di cui al comma 2 dispongono dei seguenti poteri:
 - a) accedere a tutti i locali, terreni e mezzi di trasporto del soggetto nei cui confronti si svolge l'ispezione, con esclusione dei luoghi di residenza o domicilio estranei all'attività aziendale oggetto dell'indagine;
 - b) controllare i documenti di cui al comma 4;

- c) prendere copia dei documenti di cui alla lettera b);
 - d) richiedere informazioni e spiegazioni orali.
6. Nel corso delle ispezioni, i soggetti interessati possono farsi assistere da consulenti di propria fiducia, senza tuttavia che l'esercizio di tale facoltà comporti la sospensione dell'ispezione.
7. Di tutta l'attività svolta nel corso dell'ispezione, con particolare riferimento alle dichiarazioni e ai documenti acquisiti, è redatto processo verbale.
8. Nello svolgimento dell'attività ispettiva, l'Autorità può avvalersi della collaborazione della Guardia di Finanza che agisce con i poteri ad essa attribuiti per l'accertamento dell'imposta sul valore aggiunto e dell'imposta sui redditi.

Articolo 15

Onere della prova

1. Qualora il responsabile del procedimento disponga, ai sensi dell'articolo 8, comma 5, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, che il professionista fornisca prove sull'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale o alla pubblicità, comunica tale incombente istruttorio alle parti, indicando gli elementi di prova richiesti, la motivazione della richiesta stessa e il termine per la produzione della prova.

Articolo 16

Chiusura dell'istruttoria e richiesta dei pareri

1. Il responsabile del procedimento, allorché ritenga sufficientemente istruita la pratica, comunica alle parti la data di conclusione della fase istruttoria e indica loro un termine, non inferiore a dieci giorni, entro cui esse possono presentare memorie conclusive o documenti.
2. Conclusa la fase istruttoria, il responsabile del procedimento rimette gli atti al Collegio per l'adozione del provvedimento finale.
3. Il responsabile del procedimento, nei casi di cui all'articolo 8, comma 6, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero all'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, prima dell'adempimento di cui al comma 2 del presente articolo, richiede il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, alla quale trasmette gli atti del procedimento secondo le modalità di cui all'articolo 19, comma 1. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni comunica il proprio parere entro trenta giorni dal ricevimento della richiesta.
4. In caso di decorrenza del termine senza che sia stato comunicato il parere o senza che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni abbia rappresentato esigenze istruttorie, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato procede indipendentemente dall'acquisizione del parere stesso. Nel caso in cui l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni abbia rappresentato esigenze istruttorie, il termine di conclusione del procedimento è sospeso, per un periodo massimo di trenta giorni, dalla data di ricezione, da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, delle notizie e documenti richiesti sino alla data in cui pervenga il relativo parere.
5. Il presente articolo trova applicazione anche con riferimento ai procedimenti in cui sono previsti i pareri di cui all'articolo 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo. Nell'ambito di questi procedimenti, in caso di presentazione di impegni, ove l'Autorità non ritenga la pratica commerciale manifestamente grave e scorretta ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo ovvero non ritenga manifestamente inidonei gli impegni proposti, ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera a) del presente regolamento, il termine per rendere il parere è di

quarantacinque giorni dal ricevimento della richiesta ed il termine del procedimento si estende di quindici giorni.

Articolo 17

Decisione dell'Autorità

1. All'esito dell'istruttoria, il Collegio delibera l'adozione di uno dei seguenti provvedimenti finali:
 - a) decisione di non ingannevolezza/illiceità del messaggio pubblicitario ovvero di non scorrettezza della pratica commerciale o di chiusura del procedimento per insufficienza degli elementi probatori, o per una delle ragioni di cui all'articolo 5, comma 1, qualora i presupposti per l'adozione sono emersi solo nel corso dell'istruttoria;
 - b) decisione di ingannevolezza/illiceità del messaggio pubblicitario ovvero di scorrettezza della pratica commerciale, accompagnata da diffida e sanzione pecuniaria ed eventualmente da pubblicazione di estratto del provvedimento e/o di una dichiarazione rettificativa e/o dall'assegnazione di un termine per l'adeguamento della confezione del prodotto;
 - c) decisione di accoglimento di impegni che li rende obbligatori per il professionista, senza accertamento dell'infrazione contestata in sede di avvio del procedimento.
2. Il provvedimento finale dell'Autorità contiene l'indicazione del termine ed il soggetto presso cui è possibile ricorrere.
3. Il provvedimento finale dell'Autorità è comunicato alle parti ed ai soggetti eventualmente intervenuti nel procedimento ed è pubblicato, entro venti giorni dalla sua adozione, nel bollettino pubblicato sul sito istituzionale dell'Autorità. Al fine di assicurare la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale, l'Autorità può rendere note le proprie decisioni anche attraverso comunicati stampa.
4. In caso di violazioni ancora in essere alla data di adozione della decisione di accertamento di una pubblicità ingannevole o illecita, ovvero di una pratica commerciale scorretta, il professionista, nel termine stabilito nel provvedimento, è tenuto a fornire all'Autorità una dettagliata e documentata relazione di ottemperanza alla diffida.

Articolo 18

Pubblicazione del provvedimento o di una dichiarazione rettificativa

1. L'Autorità, con il provvedimento con cui dichiara l'ingannevolezza della pubblicità o l'illiceità della pubblicità comparativa ovvero la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dal professionista può disporre la pubblicazione della pronuncia, integralmente o per estratto, ovvero di una dichiarazione rettificativa, a cura e spese del professionista, ai sensi dell'articolo 8, comma 8, del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo. L'Autorità può altresì disporre la pubblicazione degli impegni ottenuti dal professionista a cura e spese del medesimo. In tali casi l'Autorità determina il mezzo e le modalità di tali adempimenti ed il termine entro cui gli stessi devono essere effettuati. Copia del provvedimento che dispone la pubblicazione della pronuncia, integralmente o per estratto, ovvero di una dichiarazione rettificativa, ovvero degli impegni, viene inviata al proprietario del mezzo attraverso il quale la pubblicazione deve essere effettuata. La dichiarazione rettificativa può essere disposta in forma di comunicazione personale quando il messaggio pubblicitario o la pratica commerciale è indirizzata personalmente ai destinatari e questi sono determinabili.
2. Effettuata la pubblicazione della pronuncia o della dichiarazione rettificativa ovvero degli impegni di cui al comma 1, il professionista ne dà immediata comunicazione all'Autorità,

trasmettendo copia di quanto pubblicato o dell'elenco dei destinatari cui è stata indirizzata la comunicazione individuale quando, ai sensi del comma 1, debba essere indirizzata personalmente ai destinatari dell'originario messaggio pubblicitario o pratica commerciale.

Articolo 19

Comunicazioni

1. Le comunicazioni previste dal presente regolamento sono effettuate mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento, consegna a mano contro ricevuta, posta elettronica certificata e firma digitale, posta elettronica e fax. In caso di trasmissione tramite posta elettronica certificata o fax, i documenti si considerano pervenuti al destinatario il giorno stesso in cui sono stati inviati, salvo prova contraria.
2. Alle Parti interessate e ai soggetti eventualmente intervenuti nel procedimento le comunicazioni vengono effettuate per posta elettronica o al domicilio dagli stessi indicato. Al professionista le comunicazioni vengono effettuate presso l'ultima residenza, domicilio o sede conosciuti o comunque risultanti da pubblici registri. Se le comunicazioni non possono avere luogo, le stesse sono effettuate mediante pubblicazione di un avviso nel bollettino pubblicato sul sito istituzionale dell'Autorità.
3. L'avvio del procedimento di inottemperanza è comunicato con le modalità di cui al comma 1.

Articolo 20

Autodisciplina

1. I soggetti che, ai sensi dell'articolo 9 del decreto legislativo sulla pubblicità ingannevole ovvero dell'articolo 27-ter del Codice del Consumo, richiedono la sospensione del procedimento dinanzi all'Autorità, devono inoltrare apposita istanza, fornendo prova dell'esistenza del procedimento dinanzi all'organismo di autodisciplina, con le indicazioni idonee ad individuare tale organismo e l'oggetto del procedimento stesso.
2. Il responsabile del procedimento, ricevuta l'istanza di sospensione di cui al comma 1 del presente articolo, ne dà comunicazione alle parti, fissando un termine per la presentazione di osservazioni. Il responsabile del procedimento comunica alle parti la pronuncia del Collegio sull'istanza. Il responsabile del procedimento dà altresì tempestiva comunicazione alle parti della cessazione della causa di sospensione.

Titolo III

PROCEDURE ISTRUTTORIE IN MATERIA DI VIOLAZIONI DEI DIRITTI DEI CONSUMATORI NEI CONTRATTI

Articolo 20 bis

Procedimento per l'accertamento delle violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti

1. I procedimenti in materia di violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti sono disciplinati dalle norme di cui al titolo I, titolo II e titolo V del presente regolamento, in quanto compatibili.

Titolo IV

PROCEDURE IN MATERIA DI TUTELA AMMINISTRATIVA CONTRO LE CLAUSOLE VESSATORIE

Articolo 21

Procedimento per la declaratoria di vessatorietà delle clausole

1. I procedimenti in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie di cui all'articolo 37-bis, commi 1 e 2, del Codice del Consumo sono disciplinati dai seguenti articoli del presente regolamento, in quanto compatibili: articolo 3; articolo 5; articolo 6; articolo 10; articolo 11; articolo 12; articolo 13; articolo 14; articolo 16, commi 1 e 2; articolo 17, commi 2 e 3; articolo 19. Ai medesimi procedimenti si applicano altresì le disposizioni di cui ai successivi commi del presente articolo.
2. Ogni soggetto od organizzazione che ne abbia interesse può richiedere, attraverso comunicazione in formato cartaceo o elettronico (*webform* o PEC), l'intervento dell'Autorità nei confronti di clausole inserite in contratti tra professionisti e consumatori, di cui all'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo, che ritenga vessatorie.
3. Le Camere di Commercio o loro unioni, possono presentare denunce all'Autorità ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo, in particolare nell'ambito delle competenze ad esse attribuite dall'articolo 2, comma 2, lett. h) ed i), della legge n. 580/1993 e successive modificazioni.
4. Ad eccezione dei casi di particolare gravità, qualora sussistano fondati motivi tali da ritenere che clausole inserite in contratti tra professionisti e consumatori di cui all'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo siano vessatorie, il responsabile del procedimento, dopo averne informato il Collegio, può informare per iscritto il professionista della probabile vessatorietà della clausola contrattuale (*moral suasion*).
5. Nei procedimenti di cui all'articolo 37-bis, commi 1 e 2, del Codice del Consumo il termine di conclusione è di centocinquanta giorni, decorrente dalla data di protocollo della comunicazione di avvio ovvero di duecentodieci giorni nel caso in cui il professionista sia residente, domiciliato o abbia sede all'estero. Con provvedimento motivato del Collegio, il termine può essere prorogato, fino ad un massimo di sessanta giorni, in presenza di particolari esigenze istruttorie, nonché in caso di estensione soggettiva od oggettiva del procedimento.
6. Entro 30 giorni dall'avvio dell'istruttoria il responsabile del procedimento - informata l'Autorità - provvede alla pubblicazione, nell'apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità, di un comunicato ai fini della consultazione di cui all'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo. Il comunicato indica, tra l'altro, la clausola, il settore economico specificamente interessato dall'istruttoria ed altre informazioni utili ai fini della consultazione. Possono partecipare alla consultazione le associazioni di categoria rappresentative dei professionisti a livello nazionale e le camere di commercio o loro unioni che risultino interessate dalle clausole oggetto del procedimento, in ragione della specifica esperienza maturata nel settore. Possono altresì partecipare alla consultazione le associazioni dei consumatori rappresentative a livello nazionale riconosciute e iscritte nell'elenco di cui all'articolo 137 del Codice del Consumo. Ai fini della partecipazione alla consultazione i soggetti interessati devono fornire le informazioni indicate nella citata sezione del sito internet relative alla loro qualificazione e alla sussistenza dell'interesse alla consultazione. Entro il termine perentorio di trenta giorni dalla pubblicazione del comunicato i soggetti aventi le caratteristiche sopra indicate possono inviare i propri commenti per iscritto

all'Autorità tramite una casella di posta elettronica dedicata alla consultazione (consultazione obbligatoria).

7. Nel corso dell'istruttoria, il responsabile del procedimento può chiedere alle autorità di regolazione o vigilanza dei settori interessati dall'istruttoria di esprimere un parere in merito all'oggetto del procedimento. Le suddette autorità trasmettono il proprio parere entro 30 giorni dalla richiesta (consultazione facoltativa).

8. Nei procedimenti di cui all'articolo 37-bis, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, il responsabile del procedimento comunica il provvedimento finale dell'Autorità alle parti e ai soggetti eventualmente intervenuti nel procedimento. Oltre a quanto disposto dall'articolo 17, comma 3, del presente regolamento, il provvedimento che accerta la vessatorietà è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla sua adozione, anche per estratto, in apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità, nonché, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, a cura e spese dell'operatore che ha adottato la clausola ritenuta vessatoria, nel sito dell'operatore stesso e mediante qualsiasi altro mezzo che l'Autorità abbia ritenuto opportuno e idoneo per informare compiutamente i consumatori.

Articolo 22

Interpello in materia di clausole vessatorie

1. Le imprese direttamente interessate possono interpellare in via preventiva l'Autorità in merito alla vessatorietà delle clausole, che esse intendono utilizzare nei contratti con i consumatori che si concludono mediante adesione a condizioni generali di contratto o con la sottoscrizione di moduli, modelli o formulari. A pena di irricevibilità, l'interpello è richiesto attraverso comunicazione in formato cartaceo o elettronico (PEC), utilizzando l'apposito formulario (Allegato 2 al presente Regolamento), completato in ogni sua parte.

2. Ai fini del prodursi degli effetti di cui al comma 3 dell'articolo 37-bis del Codice del Consumo, l'impresa richiedente l'interpello deve indicare compiutamente le ragioni e gli obiettivi che motivano l'inserimento della singola clausola, la sua non vessatorietà anche in relazione all'eventuale rilevanza di altre clausole contenute nel medesimo contratto o in altro contratto al quale il primo è collegato o dal quale dipende, nonché le modalità e circostanze in cui avverrà la negoziazione e conclusione del contratto.

3. Il responsabile del procedimento può disporre che il richiedente l'interpello sia sentito in audizione.

4. Dalla data di ricezione del formulario di cui al comma 1, l'Autorità si pronuncia sull'interpello entro centoventi giorni. In caso di informazioni gravemente inesatte, incomplete o non veritiere, ovvero di estensione dell'oggetto dell'interpello il responsabile del procedimento ne informa il Collegio e la parte. In tali casi, il termine decorre nuovamente dal ricevimento delle informazioni che integrano l'interpello o dell'istanza che ne estende l'oggetto.

5. Il responsabile del procedimento può chiedere alle autorità di regolazione o vigilanza dei settori interessati dalla clausola oggetto di interpello, nonché alle camere di commercio o alle loro unioni, di esprimere un parere in merito alla clausola entro trenta giorni dalla richiesta. Informata l'Autorità, detta consultazione può avvenire anche attraverso le modalità indicate dall'articolo 21, comma 6, del presente regolamento.

6. Laddove, all'esito dell'interpello, non sia ravvisata la vessatorietà della clausola, l'Autorità può anche astenersi dall'adottare una risposta formale e motivata. Decorsi i centoventi giorni, la clausola deve ritenersi approvata.

7. È facoltà dell’Autorità pubblicare in apposita sezione del proprio sito internet e/o sul proprio bollettino le risposte alle domande di interpello, fatte salve eventuali esigenze di riservatezza motivatamente rappresentate dal professionista.

8. L’accesso al fascicolo è consentito a conclusione della procedura di interpello ai fini della tutela in sede giurisdizionale.

Titolo V

DISPOSIZIONI FINALI E TRANSITORIE

Articolo 23

Disposizioni finali

1. Il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo a quello della pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale.
2. Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento non trovano più applicazione le discipline di cui al regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie di cui alla *delibera 8 agosto 2012, n. 23788* (Gazzetta Ufficiale del 28 agosto 2012, n. 200).

Articolo 24

Disposizioni transitorie

1. Le norme del presente regolamento sulle violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti sono applicabili a partire dal 13 giugno 2014.

Allegato 1

**FORMULARIO PER LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI AI SENSI DELL'ART. 27,
COMMA 7 DEL CODICE DEL CONSUMO, DELL'ART 8 COMMA 7 DEL
D.LGS.145/2007 E DELL'ART. 9 DEL PRESENTE REGOLAMENTO**

1) Numero del Procedimento, data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento da parte del professionista

2) Professionista che presenta gli impegni

RAGIONE o DENOMINAZIONE SOCIALE DELL'IMPRESA (*cognome e nome nel caso di persona fisica*)

SEDE LEGALE:

Città _____ Via _____ n. _____ CAP _____

3) Pubblicità o pratica commerciale oggetto della comunicazione di avvio del procedimento

4) Contenuto testuale degli impegni proposti e eventuale periodo di validità in relazione ai singoli profili oggetto della comunicazione di avvio del procedimento

5) Considerazioni circa l'ammissibilità e l'idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell'avvio dell'istruttoria

6) Eventuale versione non riservata e non confidenziale degli impegni

Allegato 2

**FORMULARIO PER L'INTERPELLO PREVENTIVO IN MATERIA DI CLAUSOLE
VESSATORIE**

(ai sensi dell'art. 37 bis, comma 3, del Codice del Consumo)

1. DATI GENERALI DELL'IMPRESA CHE RICHIEDE L'INTERPELLO

(a)	RAGIONE o DENOMINAZIONE SOCIALE DELL'IMPRESA (cognome e nome nel caso di persona fisica)

(b)	FORMA GIURIDICA_____
(c)	ATTIVITÀ DELL'IMPRESA_____
(d)	CODICE FISCALE_____ n. iscrizione C.C.I.A.A._____
(e)	SEDE LEGALE: Città_____ Via_____ n._____ CAP_____
(f)	SEDE AMMINISTRATIVA: Città_____ Via_____ n._____ CAP_____
(g)	Legale rappresentante: Nome_____ Cognome_____
	Indirizzo_____
(h)	PERSONA CUI RIVOLGERSI: Nome_____ Cognome_____ telefono_____
	Fax_____ e-mail_____ indirizzo postale_____

2. OGGETTO DELL'INTERPELLO

(a)	Tipologia di contratto in cui sono inserite le clausole oggetto di interpello
<i>(N.B. Le clausole oggetto di interpello devono essere necessariamente inserite in condizioni generali di contratto ovvero in moduli, modelli o formulari e riguardare contratti destinati ad essere conclusi <u>tra un professionista e un consumatore</u>. Sono esclusi i contratti tra professionisti)</i>	
- modulo	<input type="checkbox"/>
- formulario	<input type="checkbox"/>
- contratto tipo/modello	<input type="checkbox"/>
- condizioni generali di contratto	<input type="checkbox"/>

(b) Oggetto del contratto

- bene (indicare la tipologia) _____
 - servizio (indicare la tipologia) _____

(c) Data a partire dalla quale il contratto verrà impiegato ___/___/_____

(N.B. L'interpello può essere richiesto unicamente con riferimento a contratti non ancora proposti ai consumatori)

(d) Luogo in cui il contratto verrà concluso

- nei locali commerciali dell'impresa proponente
 - nei locali commerciali di un'impresa diversa da quella proponente
 - fuori dei locali commerciali
 (specificare) _____
 - A distanza:
 1. on-line
 2. vendite porta a porta
 3. telefonicamente
 -altro (specificare) _____

(e) Modalità con cui il contratto è destinato ad essere concluso

- proposta contrattuale veicolata da un dipendente dell'impresa
 - proposta contrattuale veicolata da un agente iscritto in un albo professionale, mediatore o altro soggetto
 (specificare la qualifica) _____

(f) Circostanze e contesto della conclusione del contratto

- sottoscrizione proposta in occasione dell'acquisto di altro bene o servizio
 - bene o servizio venduto su ordine o richiesta del consumatore
 - specificare qualsiasi altro elemento utile a definire il contesto in cui avverrà la conclusione del contratto _____

(g) Clausole contrattuali oggetto di interpello (trascrivere integralmente il testo di ciascuna clausola che si sottopone all'esame dell'Autorità. Si ricorda che le clausole scritte devono essere sempre redatte in modo chiaro e comprensibile (art. 35, comma 1, Codice del Consumo):

1. _____

 2. _____

 3. _____

 4. _____

(h) Finalità della clausola oggetto di interpello e sua non vessatorietà

Indicare in maniera chiara ed esaustiva quanto segue:

1. Ragioni che hanno determinato l'inserimento della clausola nel contratto (in caso di più clausole indicare il rispettivo riferimento numerico)

2. Obiettivo che si intende raggiungere con l'inserimento della clausola (in caso di più clausole indicare il rispettivo riferimento numerico)

3. Motivi per i quali, l'impresa richiedente l'interpello ritiene che la clausola che ne costituisce l'oggetto non sia vessatoria ai sensi degli articoli 33, 34, 35 e 36, comma 2, del Codice del Consumo (in caso di più clausole indicare per ciascuna di esse i motivi specifici della loro non vessatorietà, se del caso, superando le presunzioni di vessatorietà previste dalla legge)

(i) Altre clausole rilevanti ai fini della richiesta di interpello**1. contenute nello stesso contratto** (*trascrivere integralmente il testo di ciascuna clausola*):

2. contenute in altro contratto collegato o da cui dipende il contratto in cui sono inserite le clausole oggetto del presente interpello (*trascrivere integralmente ciascuna clausola*):

3. Rilevanza di tali clausole in termini di esclusione della vessatorietà delle clausole contenute nel contratto principale oggetto del presente interpello (*specificare, motivando, le ragioni o gli obiettivi che hanno determinato l'inserimento*)

(l) Fonti della clausola oggetto di interpello, se diverse dalla libera elaborazione del professionista proponente

1. sistema camerale (specificare) _____
2. associazione di categoria (specificare) _____
3. autorità di regolazione o altro ente (specificare) _____
4. disposizioni legislative o regolamentari nazionali o attuative di fonti comunitarie (specificare) _____
5. disposizioni attuative di principi contenuti in convenzioni internazionali di cui siano parte gli Stati membri dell'UE (specificare) _____
6. altri documenti richiamati nel contratto

3. DOCUMENTI DA ALLEGARE

Si allegano i seguenti documenti:

1. copia integrale del contratto (moduli, modelli, formulari) contenente le clausole oggetto di interpello
2. condizioni generali di contratto contenenti le clausole oggetto di interpello
3. fogli informativi consegnati al contraente o altra documentazione precontrattuale
4. altri documenti richiamati nel contratto (specificare) _____
5. idonea documentazione sulle fonti della clausola oggetto di interpello [cfr. sez.2, lett.1)]

4. INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI (art. 13, D. Lgs. 30 giugno 2003, n. 196).

Si informa che i dati personali acquisiti dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (titolare del trattamento) saranno utilizzati solamente per lo svolgimento delle attività ad essa demandate dall'art. 37 *bis* del Codice del consumo. Il conferimento di questi dati è strettamente funzionale allo svolgimento di tali attività e il relativo trattamento verrà effettuato, anche tramite strumenti informatici, nei modi e nei limiti necessari al perseguimento di dette finalità. I dati conferiti saranno conosciuti da personale incaricato del trattamento e potranno essere utilizzati secondo le disposizioni di legge e di regolamento sulle procedure dell'Autorità. I medesimi dati possono essere diffusi nel Bollettino e sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) nei limiti consentiti dalla legge e dal Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie.

Si fa inoltre presente che ai sensi delle disposizioni di cui agli artt. 37 *bis*, comma 5, del Codice del Consumo e 22, comma 5 del citato Regolamento, l'Autorità può disporre una consultazione - anche tramite il proprio sito Internet www.agcm.it - sulle clausole oggetto di interpello, tutelando la riservatezza del soggetto che ha richiesto l'interpello. Ove l'impresa richiedente ravvisi elementi di riservatezza è tenuta a fornire una versione non confidenziale delle clausole oggetto di interpello, sufficientemente chiara e completa, tale da consentire la consultazione pubblica.

5. SOGGETTO RICHIEDENTE L'INTERPELLO

L'impresa dichiara che le informazioni rese e i dati forniti nel presente formulario sono corretti, completi e veritieri.

Nome _____ Cognome _____

Qualifica _____

Data _____ Firma _____

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXIV- N. 28 - 2014

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Francesca Melchiorri,
Valerio Ruocco, Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistico e Ispezioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
