



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXIII - n. 27

Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
15 luglio 2013

Nuova versione del 17 luglio 2013

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I559B - MERCATO DEL CALCESTRUZZO-RIDETERMINAZIONE SANZIONE	
<i>Provvedimento n. 24426</i>	5
I763 - SERVIZI DI CABOTAGGIO MARITTIMO STRETTO DI MESSINA	
<i>Provvedimento n. 24427</i>	6
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	18
AS1063 - REGIONE CAMPANIA - MODALITA' DI RILASCIO DELLE CONCESSIONI DI	
SFRUTTAMENTO DI GIACIMENTI DI ACQUE MINERALI	18
AS1064 - CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI CARBURANTI PER AUTOTRAZIONE E	
GASOLIO DA RISCALDAMENTO	20
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	22
PS6410 - MSC CROCIERE-CROCIERE SUL MEDITERRANEO	
<i>Provvedimento n. 24422</i>	22
PS8279 - CIR-CONSULENZA FINANZIARIA	
<i>Provvedimento n. 24423</i>	38
PS8288 - ITELSI-STEMMA GUARDIA DI FINANZA	
<i>Provvedimento n. 24424</i>	44
PS8901 - JOKER-COSTUMI DI CARNEVALE	
<i>Provvedimento n. 24425</i>	52
PS9026 - RHEINGOLF/EXPO-GUIDE¹	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	57
PS9026 - RHEINGOLF/EXPO-GUIDE	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	59
CLAUSOLE VESSATORIE	65
CV32 - REGES-MOROSITÀ PREGRESSE SERVIZI IDRICI	
<i>Provvedimento n. 24421</i>	65

¹ Per un errore materiale l'avviso della comunicazione di avvio del procedimento PS9026 non era presente nella precedente versione del bollettino.

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I559B - MERCATO DEL CALCESTRUZZO-RIDETERMINAZIONE SANZIONE

Provvedimento n. 24426

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il proprio provvedimento del 22 maggio 2013, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Calcestruzzi S.p.A., Cave Rocca S.r.l., Colabeton S.r.l., Cosmocal S.p.A., Holcim Calcestruzzi S.r.l. (in qualità di successore di Ambrosiana Calcestruzzi S.r.l.), Holcim (Italia) S.p.A. (in qualità di successore di Holcim Cementi S.p.A.), Monte Verde Calcestruzzi S.r.l., Monvil Beton S.r.l. e Unicalcestruzzi S.p.A., per la rideterminazione della sanzione loro inflitta per aver partecipato ad un'intesa restrittiva della concorrenza nel mercato del calcestruzzo preconfezionato nella provincia di Milano, in violazione dell'articolo 2, comma 2, lettere a) e b), legge n. 287/90;

CONSIDERATO che la società Colabeton S.r.l., a seguito di un'operazione di trasformazione, ha cambiato la propria ragione sociale in Colabeton S.p.A.;

RITENUTA pertanto la necessità di rettificare la propria delibera di avvio dell'istruttoria;

DELIBERA

che nel provvedimento n. 24345 del 22 maggio 2013 la denominazione "Colabeton S.r.l." sia sostituita da "Colabeton S.p.A."

Il presente provvedimento sarà 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

I763 - SERVIZI DI CABOTAGGIO MARITTIMO STRETTO DI MESSINA

Provvedimento n. 24427

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTI l'articolo 2 della legge n. 287/90 e l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento del Consiglio CE n. 1/2003 del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTE le segnalazioni di numerosi utenti, pervenute nel periodo compreso tra il 2009 e il 2013;

VISTE le informazioni acquisite dalla Direzione Agroalimentare, Trasporti e Farmaceutico della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità nel corso dell'attività preistruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con numerose segnalazioni pervenute nel periodo compreso tra il 2009 e il 2013 diversi utenti hanno lamentato un progressivo e rilevante aumento delle tariffe praticate dagli operatori che forniscono il servizio di trasporto marittimo nello Stretto di Messina, per tutte le tipologie di trasporto (mezzi gommati e passeggeri).

A detta dei segnalanti gli aumenti deriverebbero dalla totale assenza di concorrenza nel mercato, assenza comprovata, oltre che dal sostanziale allineamento delle tariffe, dal fatto che gli aumenti in questione sarebbero stati introdotti contestualmente o quasi dagli operatori.

Ad esempio alcune denunce evidenziano l'adeguamento delle tariffe tra le due società Blufferies (gruppo FS) e Caronte & Tourist, altre l'assenza di concorrenza che deriverebbe *“anche dall'orario della Meridiano Lines S.p.A. [...] strutturato in maniera tale da svantaggiare il traffico automobilistico da Messina in favore della Caronte&Tourist [...]. Ci si chiede come mai con tre compagnie di trasporto il prezzo è in costante aumento?”*¹.

II. LE PARTI

2. Caronte&Tourist S.p.A. (di seguito, C&T) è la storica società privata di trasporto marittimo nello Stretto di Messina, operante da oltre quaranta anni.

C&T nasce nel 2003 dalla fusione tra le società Caronte S.p.A. e Tourist Ferry Boat S.p.A., tra le quali sin dal 1969 esisteva un accordo informale per gestire insieme il servizio di traghettamento di linea di mezzi gommati (merci e vetture) e passeggeri sulla tratta Messina-Villa San Giovanni².

C&T presta attualmente il servizio di traghettamento di linea di mezzi gommati (automezzi commerciali e autovetture), e passeggeri (con e senza auto al seguito) sulle rotte Messina (Rada S. Francesco) - Villa San Giovanni e Messina (Tremestieri) - Villa San Giovanni.

¹ Segnalazione del 16 ottobre 2012.

² Cfr. Provvedimento n. 3879 (I120B) Caronte Shipping/Tourist Ferry Boat dell'8 maggio 1996.

La società detiene partecipazioni, anche di controllo, in diverse società attive nel settore del trasporto marittimo, inclusi i comparti logistica e operazioni portuali, cantieristica navale, agenzie marittime, gestione di *terminal*.

3. Rete ferroviaria italiana S.p.A. (di seguito, RFI) è il gestore dell'infrastruttura ferroviaria italiana, in virtù dell'atto di concessione di cui al D.M. 31 ottobre 2000, n. 138T, e successive modifiche e integrazioni, che disciplina i rapporti fra lo Stato (concedente) e RFI (concessionario). RFI è controllata da Ferrovie dello Stato S.p.A., *holding* dell'omonimo gruppo.

RFI dispone di navi ferroviarie (marchio Bluvia) che si occupano del trasporto dei convogli ferroviari dal porto di Messina al porto di Reggio Calabria al fine di dare continuità al servizio di rete anche nell'isola³.

4. RFI opera nello Stretto di Messina anche mediante la propria controllata Blufferries S.r.l. (di seguito, Blufferries). La società, istituita nel 2010, ha come oggetto sociale il trasporto marittimo, anche con mezzi veloci, di persone, automezzi e merci, nonché lo svolgimento e la fornitura di tutte le operazioni e i servizi portuali ai mezzi navali sugli approdi, ed è attiva sulla rotta Messina (porto)-Villa San Giovanni.

5. Meridiano Lines S.r.l. (di seguito, Meridiano) è una società che presta servizio di trasporto marittimo nello Stretto di Messina per mezzi gommati (automezzi commerciali e autovetture) e passeggeri, sulle rotte Reggio Calabria-Messina (Tremestieri) e Reggio Calabria-Messina (porto). Il capitale sociale di Meridiano è così ripartito: il 10% è detenuto da Cesare Diano; il resto è posseduto da due società fiduciarie: Monte Paschi Fiduciaria (50%) e Aletti Fiduciaria (40%).

6. Terminal Tremestieri S.r.l. (di seguito anche TT) è la società consortile che gestisce in concessione l'omonimo *terminal*, costruito nel 2006 e dedicato al traffico pesante di mezzi commerciali nello Stretto di Messina⁴.

Soci di TT sono C&T, Blufferries e Meridiano, ciascuno rispettivamente con una quota di capitale sociale pari al 33,3%.

7. Consorzio Metromare dello Stretto (di seguito, Metromare) è il consorzio che si è aggiudicato la procedura ristretta per l'affidamento del servizio di trasporto marittimo passeggeri con mezzi veloci nello Stretto di Messina, bandita dal Ministero dei Trasporti nel febbraio 2008. Il servizio Metromare ha preso avvio il 28 giugno 2010, su due tratte: Messina (porto) - Villa San Giovanni (con corse di venti minuti) e Messina (porto)- Reggio Calabria (con corse di trenta minuti).

Il capitale sociale di Metromare è detenuto per il 40% da Blufferries. L'altro socio del consorzio, con una partecipazione del 60%, è Ustica Lines S.p.A..

8. Ustica Lines S.p.A. è una società che presta servizio di collegamento marittimo con mezzi navali veloci tra la Sicilia e le isole minori (Egadi, Eolie e Pelagie) e, attraverso il Consorzio

³ Tale servizio è previsto all'interno del contratto di servizio stipulato dal Ministero dei Trasporti con FS per il servizio di trasporto ferroviario nazionale. È previsto anche un servizio di collegamento con la Sardegna, effettuato però saltuariamente, solo su domanda delle imprese ferroviarie e solo per il trasporto di rotabili merci e di carri ferroviari di servizio.

⁴ Per traffico pesante si intendono i mezzi con massa a pieno carico superiore a 3,5 tonnellate.

Metromare, nello Stretto di Messina. Ustica Lines offre anche collegamenti tra Trieste e la costa croata, attraverso Trieste Lines.

III. LA SITUAZIONE DEGLI APPRODI

9. Per lo svolgimento del servizio di trasporto marittimo nello Stretto di Messina vi sono tre punti di imbarco sul versante siciliano e due sul versante calabro.

Per quanto riguarda la Sicilia gli approdi utilizzati sono la Rada San Francesco-Messina Nord, il Porto di Messina e il Terminal Tremestieri-Messina Sud. A Reggio Calabria i punti di imbarco sono invece il Porto di Reggio Calabria e, a Nord, l'approdo di Villa San Giovanni, il più vicino a Messina.

10. Dalla rada S. Francesco ci si imbarca per la rotta Messina-Villa S. Giovanni, con traghetti che trasportano mezzi gommati (veicoli commerciali e autovetture) e passeggeri. La durata del tragitto è di venti minuti.

Lo scalo, con un'area portuale di quasi 25.000 mq, è utilizzato da circa quaranta anni da C&T (prima del 2003 dalle due società poi fuse in C&T). Attualmente C&T è titolare di una concessione demaniale marittima rilasciata nel novembre 2010, con scadenza nel settembre 2013⁵.

Dal 2006, dopo l'apertura del porto di Tremestieri, l'imbarco avrebbe dovuto essere interdetto al traffico pesante di mezzi commerciali, salvo deroghe particolari.

11. Il porto di Messina è uno tra i porti più importanti del Mediterraneo per numero di passeggeri e il primo in Italia (circa dieci milioni di passeggeri trasportati all'anno).

Solo una piccola parte degli approdi del porto di Messina è destinata ai servizi di trasporto marittimo nello Stretto, mentre gli altri approdi sono utilizzati per il traffico crocieristico, le navi C&T dirette a Salerno, le imbarcazioni da diporto, i collegamenti con le isole Eolie e i cantieri navali.

Per quanto riguarda il trasporto nello Stretto l'approdo principale, denominato Stazione Marittima FS e costituito da cinque invasature, è utilizzato dal 1896 dal gruppo FS, prima per l'imbarco/sbarco di rotabili ferroviari, poi anche per mezzi gommati e passeggeri. Da qui partono i traghetti RFI diretti a Villa San Giovanni, con corse di trentacinque minuti.

RFI dispone attualmente di una concessione demaniale marittima rilasciata dall'AP nel maggio 2004 ai sensi dell'articolo 18 della legge n. 84/94 e più volte rinnovata. L'ultimo rinnovo risale al dicembre 2012 e ha una durata di dieci anni (fino a dicembre 2022). La concessione demaniale riguarda un'area di oltre 56.000 mq⁶.

Un approdo è dedicato ai mezzi veloci di RFI e di Ustica Lines impiegati per il servizio Metromare, che si avvalgono dell'omonimo *terminal* posto sopra una banchina galleggiante.

Una sola banchina, denominata Peloro, viene utilizzata soltanto il sabato dal traghetto Meridiano Lines diretto a Reggio Calabria.

In conclusione, tutti gli approdi del porto destinati al trasporto nello Stretto sono occupati da RFI, con la sola eccezione della banchina galleggiante Metromare, usata anche dai mezzi di Ustica Lines, consorziata con RFI, e del punto di imbarco dei traghetti di Meridiano, attivi solo il sabato.

⁵ La concessione è stata rilasciata a seguito di selezione aperta "per la gestione commerciale di pubblico esercizio di approdi destinati al cabotaggio e la manutenzione, l'esercizio in sicurezza e custodia degli stessi" avviata nel novembre 2008 dall'Autorità portuale di Messina (di seguito anche AP) ai sensi dell'art. 36 del Codice della navigazione. La precedente concessione, rilasciata il 17 febbraio 2003 a C&T (già Travel Tickets S.r.l.) era stata annullata nell'aprile 2008 dal Consiglio di Giustizia Amministrativa, su ricorso della società Amadeus Spa che, nel marzo 1999, aveva presentato istanza per la concessione in via esclusiva di aree demaniali site nella rada S. Francesco, istanza respinta dall'AP.

⁶ Nel dicembre 2012 l'AP ha rinnovato anche l'autorizzazione a RFI all'esercizio dell'attività di impresa portuale ai sensi dell'art. 16 della legge n. 84/94.

12. Dall'approdo di Tremestieri, vicino all'omonima uscita autostradale, partono i collegamenti per Villa S. Giovanni e per Reggio Calabria dedicati al traffico pesante. La durata del percorso è di quaranta minuti.

Il *terminal* Tremestieri, operativo dall'aprile 2006, è gestito dall'omonima impresa comune i cui soci sono C&T, RFI e Meridiano, che si ripartiscono in parti uguali il capitale sociale⁷. Nel 2005 il *terminal* era stato concesso in regime di anticipata occupazione ai soci della costituenda società. Nel settembre 2010 la società TT si è aggiudicata la concessione demaniale marittima ai sensi dell'art. 18 della legge n. 84/94⁸.

All'origine dalla costruzione dell'approdo di Tremestieri vi era l'esigenza di decongestionare il traffico nel centro di Messina, trasferendo il traffico di mezzi pesanti nella nuova area a sud, fuori dall'abitato e direttamente collegata alla rete autostradale.

A causa di ritardi nei lavori di ampliamento e di certificate carenze progettuali dell'opera, il *terminal* è utilizzato solo parzialmente e una parte del traffico merci viene attualmente dirottata negli altri due punti di approdo di Messina⁹.

13. Per quanto riguarda il versante calabro, il porto di Villa San Giovanni è l'approdo più vicino alla costa siciliana e per tale motivo, nel tempo, è stato preferito al porto di Reggio Calabria come interfaccia principale con lo scalo di Messina.

L'approdo di Villa San Giovanni è utilizzato da RFI, subentrata a FS (ivi presente dal 1905) e da C&T (titolare di concessione sin dalla fine degli anni '60)¹⁰. Entrambe le società dispongono di quattro invasature: RFI opera alla Stazione Marittima del porto, con tre invasature ferroviarie e una per i mezzi gommati, mentre C&T opera in un'area leggermente più a nord.

Per quanto riguarda il porto di Reggio Calabria, gli approdi destinati al trasporto marittimo nello Stretto, vale a dire la Stazione Marittima (ex "zona attracchi FS") e la c.d. banchina Margottini sono utilizzati principalmente da RFI per i traghetti diretti al porto di Messina e per i mezzi veloci del Metromare. Da qui partono anche i traghetti di Meridiano diretti a Tremestieri (quaranta minuti), e, solo il sabato, al porto di Messina (cinquanta minuti).

Dalle informazioni disponibili risulta che per gli approdi della rotta Reggio Calabria-Messina le società non sono titolari di alcuna concessione, bensì solo di diritti di attracco. Le richieste di attracco sono presentate mensilmente alla Capitaneria di Porto competente che concede l'autorizzazione sulla base degli orari proposti dai vettori e della disponibilità nell'ambito del porto.

⁷ Cfr. Provvedimento n. 17447 (SP/95) – Rete ferroviaria italiana/attività di traghettamento di automezzi e passeggeri sullo Stretto di Messina del 10 ottobre 1997.

⁸ La concessione è stata assegnata a seguito di procedura aperta, bandita dall'AP nel gennaio 2009 per la selezione di un'impresa in possesso dei requisiti di cui all'art. 16, comma 4, della legge n. 84/94. Con provvedimento dell'AP del novembre 2010 la società Terminal Tremestieri è stata autorizzata ad effettuare, ai sensi dell'art. 16 della legge n. 84/94, le operazioni portuali in conto terzi presso l'approdo in questione.

⁹ Cfr. Audizione dell'Autorità portuale di Messina del 25 marzo 2013.

¹⁰ Gli approdi a disposizione di FS non erano stati assegnati in concessione, ma in virtù di una consegna avvenuta prima della trasformazione dell'Ente Ferrovie dello Stato in Società per Azioni. Successivamente al cambiamento della natura giuridica di FS, secondo il parere del Consiglio di Stato, la consegna avrebbe dovuto trasformarsi in concessione. Cfr. provv. n. 10650 del 17 aprile 2002, A267 - *Diano/Tourist Ferry Boat-Caronte Shipping-Navigazione Generale Italiana*, in Boll. n. 16/02.

Tabella 1: Gli approdi nello Stretto di Messina

Approdo	Operatori	Parte occupata	Scadenza concessione
Rada S. Francesco (ME)	C&T	Intero approdo	Settembre 2013
Porto di Messina (ME)	RFI	Stazione Marittima\$	Dicembre 2022
	Meridiano	Banchina Peloro*	n.d.
	Metromare	Banchina galleggiante	n.d.
Tremestieri (ME)	C&T-RFI-Meridiano	Intero approdo	Settembre 2014
Porto di Reggio Calabria (RC)	RFI	Stazione Marittima	Indeterminata
	Meridiano	Banchina Margottini	n.d.
Porto di Villa S. Giovanni (RC)	RFI	Stazione Marittima	n.d.
	C&T	Metà approdo	n.d.

\$ la Stazione Marittima copre quasi tutta l'area del porto dedicata al cabotaggio nello Stretto.

*solo il sabato.

IV. I FATTI

a) L'evoluzione degli assetti di mercato

14. Dagli accertamenti condotti risulta che il mercato del trasporto marittimo nello Stretto di Messina è caratterizzato da una domanda particolarmente rigida, in quanto esprime un bisogno di mobilità che non può essere soddisfatto altrimenti.

Dal lato dell'offerta, accanto a C&T, principale operatore e a RFI (i due operatori che storicamente detengono la generalità degli approdi esistenti sui due lati dello Stretto), a partire dal 2000 ha fatto il suo ingresso nel mercato Meridiano (all'epoca Diano), che oggi ha una presenza molto più ridotta in termini di approdi e frequenza delle corse¹¹.

Dopo l'ingresso nel mercato di Meridiano c'è stata un'evoluzione degli assetti di mercato. In primo luogo è stato istituito il *terminal* Tremestieri (2006) dedicato al traffico merci e gestito da un'impresa comune a cui partecipano C&T, RFI e Meridiano.

In secondo luogo, RFI, che prima operava solo con i traghetti a marchio Bluvia e prevalentemente per il traghettamento dei treni sullo stretto, è entrato nel mercato con la propria controllata Blufferies (2010), che opera sia tramite navi bidirezionali (traghettamento gommatto e passeggeri) che mezzi veloci (questi ultimi nel trasporto di passeggeri) e, attraverso la partecipazione al Consorzio Metromare, ha acquisito una posizione crescente nel trasporto di passeggeri senza auto al seguito.

15. Pur in un contesto caratterizzato da una generale contrazione dei flussi di traffico, nel periodo compreso tra il 2009 e il 2012 sono lievemente aumentate le quote di RFI e Meridiano nel segmento del trasporto di merci (tabella 2.a), presumibilmente in conseguenza dell'apertura del *terminal* Tremestieri.

¹¹ L'ingresso di Diano, nel 2000, è stato fortemente ostacolato, fino alla sua marginalizzazione, dalle condotte predatorie poste in essere da C&T e sanzionate da questa Autorità. Cfr. provv. n. 10650 del 17 aprile 2002, A267 - *Diano/Tourist Ferry Boat-Caronte Shipping-Navigazione Generale Italiana*, in Boll. n. 16/02.

Tabella 2.a: Quote di mercato nello Stretto di Messina (numero di mezzi pesanti), 2009-2012

	C&T	RFI	Meridiano
2009	69,2	19,2	11,6
2010	67,2	20,5	12,4
2011	66,0	20,8	13,2
2012	66,0	20,6	13,3

Fonte: elaborazioni su dati dell'Autorità portuale di Messina.

16. Si è poi rafforzata la posizione di Blufferries principalmente come socio di Metromare, che in soli tre anni di attività ha raggiunto una quota nel trasporto passeggeri superiore al 18%, arrivando a trasportare circa 1.200.000 passeggeri senza auto al seguito su un totale di poco più di 6.500.000 di passeggeri complessivi (inclusi quelli con mezzo gommato al seguito). Ciò a fronte di una quota di poco superiore al 60% mantenuta da C&T nel periodo in questione. Meridiano ha una quota prossima al 2%, non facilmente modificabile in quanto dipendente dai vincoli di capacità produttiva connessi alla più ridotta disponibilità di spazi portuali e alla minore frequenza.

Tabella 2.b: Quote di mercato nello Stretto di Messina (numero di passeggeri), 2009-2012*

	C&T	Meridiano	RFI+Metromare	RFI	Metromare
2009	62,4	1,8	35,9	35,9	0,0
2010	63,0	1,9	35,2	26,7	8,4
2011	62,5	1,9	35,6	22,8	12,8
2012	64,4	2,4	33,3	15,1	18,2

* Il dato include, oltre ai pedoni, anche i passeggeri imbarcati con veicoli al seguito.

Fonte: elaborazioni su dati dell'Autorità portuale di Messina.

17. Contestualmente all'ingresso di Blufferries nel segmento del trasporto passeggeri, si registra un significativo aumento dei passeggeri trasportati da Metromare e una riduzione della presenza di RFI nel segmento del trasporto di autovetture a beneficio di C&T. Meridiano si attesta intorno all'1%.

Tabella 2.c: Quote di mercato nello Stretto di Messina (numero di autovetture), 2009-2012

	C&T	RFI	Meridiano
2009	89,3	9,8	0,9
2010	90,6	8,5	0,9
2011	90,7	8,1	1,2
2012	94,4	4,1	1,5

Fonte: elaborazioni su dati dell'Autorità portuale di Messina.

18. Oltre al rafforzamento di RFI nel trasporto merci e, sia pur minimo, di Meridiano rispetto all'operatore principale C&T, negli ultimi dieci anni non si è avuto di fatto alcun nuovo ingresso sul mercato. Ustica Lines ha deciso infatti di operare solo mediante il consorzio Metromare,

partecipato al 40% da Blufferries (RFI), e conseguentemente di non porre in essere una politica commerciale autonoma.

L'unico altro operatore concorrente di C&T e RFI, Meridiano, è stato coinvolto nella gestione comune del *terminal* Tremestieri.

19. Da ultimo si rappresenta che gli operatori attivi sul mercato risultano avere frequenti e qualificate occasioni di contatto. Oltre che nell'impresa comune TT (dove siedono i rappresentanti di C&T, Blufferries-RFI, Meridiano), rappresentanti di C&T e RFI siedono anche nel Comitato portuale, principale organo dell'Autorità portuale di Messina con importanti compiti anche in materia di concessioni e autorizzazioni: C&T siede in rappresentanza degli armatori, mentre RFI siede in rappresentanza delle imprese ferroviarie operanti nei porti, ma RFI è un concorrente diretto di C&T, dal 2010 anche attraverso Blufferries.

b) Gli aumenti tariffari

20. Nel contesto illustrato si collocano i sostanziali aumenti tariffari praticati almeno nell'ultimo triennio dagli operatori, principalmente C&T e RFI. Tali aumenti, a quanto risulta, sono stati introdotti con una certa frequenza e in modo sostanzialmente contestuale¹².

21. Per quanto riguarda le autovetture, sono previsti prezzi differenziati in base alla tipologia di mezzo (bici, moto, autovettura, caravan, ecc.) e alla durata del biglietto (A/R in tre giorni, in trenta giorni, ecc.).

Limitandosi alle tipologie principali di biglietto, dai dati disponibili risulta che il prezzo richiesto da C&T sulla rotta Messina (rada S. Francesco)-Villa San Giovanni (20') per un biglietto A/R entro tre giorni ha registrato nella primavera 2013 un aumento rispetto al 2010 pari al 31% (da 32 agli attuali 42 euro); invece il prezzo richiesto da RFI per un analogo biglietto sulla rotta Messina (porto)-Villa San Giovanni (35') appare aumentato fino al 53% (da 30 agli attuali 46 euro)¹³.

22. Nel caso del trasporto pedoni (passeggeri senza auto al seguito) i prezzi attualmente praticati da C&T e RFI-Blufferries (anche mediante il Consorzio Metromare) sono sostanzialmente analoghi, anzi, nel caso del servizio prestato da C&T e Metromare sulla tratta Messina-Villa S. Giovanni essi risultano identici. Tale allineamento dei prezzi persiste da tre anni. Risulta infatti che al momento dell'ingresso sul mercato di Metromare (avvenuto il 28 giugno 2010) con prezzi stabiliti dallo stesso Consorzio (pari a 2,5 euro), anche C&T, in data 1° luglio 2010, ha aumentato i prezzi da 1 euro a 2,5 euro (+150%), fissando il prezzo del biglietto allo stesso livello richiesto da Metromare. C&T ha adottato prezzi uguali anche per gli abbonamenti, sia ordinari che ridotti, utilizzando gli stessi criteri di quelli di Metromare per usufruire delle agevolazioni: l'abbonamento mensile ordinario costa 80 euro, quello agevolato 60 euro (rilasciato sia da C&T che da Metromare ai detentori di reddito familiare inferiore a 25.000 euro). Detto adeguamento dei prezzi è stato reso noto da C&T con un comunicato alla clientela, il 1° luglio 2010, in cui si legge, tra l'altro, che *"per cercare di limitare i rischi e le conseguenze negative collegate all'imbarco in eccesso di*

¹² I continui aumenti tariffari nello Stretto sono oggetto di numerosi articoli di denuncia, reperibili anche sui siti Internet della stampa locale o specializzati (ad esempio, il "Portale dello Stretto", dedicato proprio al trasporto marittimo dell'area). Solo in via esemplificativa, si può citare l'incipit di alcuni articoli ivi apparsi l'8 agosto 2012: *"Aumentano i prezzi per attraversare lo Stretto. Nessuna agevolazione per i residenti di Messina e Reggio Calabria"* e il 25 ottobre 2012: *"Proprio nella giornata di ieri, alle ore 12:00, si è concluso il primo – sicuramente non l'ultimo – sciopero dei Lavoratori della Caronte & Tourist, società che insieme alla Blufferries (del gruppo Ferrovie dello Stato), gestisce un vero e proprio duopolio nell'ambito dei trasporti tra le due sponde dello Stretto. La situazione è divenuta insostenibile, ed a farne le spese sono i soliti noti: lavoratori ed utenti. L'ultimo aumento di tariffe, che ha portato il prezzo del traghettamento della lingua di mare che separa Sicilia e Calabria, alla folle cifra di oltre 40 euro per tre giorni e di oltre 70 euro per i viaggi di durata superiore, evidentemente non è servito a nulla [...]. Crediamo pertanto, che sia opportuno rivolgersi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e al Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti"*.

¹³ Almeno fino a marzo 2013 i prezzi di C&T e RFI risultavano uguali (42 euro).

passaggeri, C&T ritiene indispensabile allineare le tariffe praticate a quelle del nuovo concessionario". Anche RFI (Bluvia) si è adeguata, fissando un prezzo pari a 2,2 euro.

23. Come sintetizzato nella tabella 3, che riporta il prezzo dei biglietti per il trasporto passeggeri e per le principali tipologie di trasporto autovetture, è chiaro l'allineamento dei prezzi tra C&T e RFI (Bluferries-Metromare) per il trasporto passeggeri (praticamente identici per C&T e Metromare) e, anche, per il trasporto autovetture; in tale segmento l'allineamento era particolarmente marcato fino alla primavera scorsa.

Tabella 3: Le tariffe del cabotaggio (euro) passeggeri e autovetture, tratta Messina - Villa San Giovanni. Principali tipologie (aprile 2013)

Passeggeri

	C&T	Metromare	RFI-Bluvia
Solo andata	2,5	2,5	2,2
A/R	5	5	
Abbonamento ordinario	80	80	
Abbonamento agevolato	60	60	

Sia C&T che Metromare prevedono l'abbonamento agevolato per i detentori di reddito familiare inferiore a 25.000 euro.

Autovetture

	C&T	RFI-Bluvia*
Solo andata	37	40
A/R in 3 giorni	42	46

*Fino alla primavera scorsa, i prezzi erano rispettivamente 36 e 42 euro.

24. Per quanto riguarda il trasporto merci le tariffe sono più articolate e i prezzi variano in funzione della lunghezza dei mezzi e del materiale trasportato, oltre che della durata del biglietto e, almeno nel caso di C&T, dei picchi di domanda.

I dati disponibili, relativi a C&T, mostrano comunque una tendenza ad aumenti di prezzi elevati; da quanto risulta, la tariffa merci di RFI non è pubblicata, occorre contattare un apposito call center per ogni specifica quotazione.

Nel caso di C&T, per quanto riguarda ad esempio la tipologia di mezzi commerciali più diffusi, di lunghezza pari a 15 metri lineari, nel periodo compreso tra aprile 2006 (avvio di Tremestieri) e maggio 2013 si registrano aumenti dei prezzi prossimi o superiori all'80% o anche al 90%¹⁴.

25. Si osserva, inoltre, che le tariffe per le merci applicate e pubblicate dagli operatori sono relative al trasporto sulla rotta Messina (Tremestieri)-Villa San Giovanni, anche se, a causa delle difficoltà operative dell'imbarco di Tremestieri, attualmente una parte del traffico merci viene dirottata sugli altri approdi di Messina. In questi casi si riduce la durata del percorso (nel caso di

¹⁴ Questi i prezzi praticati da Villa S. Giovanni (solo Andata):

aprile 2006: 101 euro; giugno 2006: 136 euro; novembre 2007: 146 euro; giugno 2008: 162 euro; maggio 2013: 184-195 euro;

questi i prezzi A/R (Voucher):

aprile 2006: 132 euro; giugno 2006: 178 euro; novembre 2007: 190 euro; giugno 2008: 211 euro; maggio 2013: 236-251 euro. Particolarmente marcato è l'incremento del *bunker surcharge*: ad esempio, nei due mesi successivi all'avvio di Tremestieri (da aprile a giugno 2006), per la tariffa solo andata da Villa S. Giovanni il valore dell'addizionale è passato da 3 euro a 15 euro; nei due anni successivi da 15 a 41 euro (con aumenti rispettivamente del 400% e del 173%). Fonti: sito della società C&T, sito www.portaledellostretto.it, segnalazione del Garante dei prezzi.

C&T addirittura si dimezza, dai quaranta minuti di Tremestieri ai venti minuti della rada S. Francesco), ma non risulta che in tale evenienza siano previste riduzioni di prezzo a beneficio degli autotrasportatori.

26. Con riferimento a Meridiano, le tariffe registrano un andamento tendenzialmente crescente ma con un livello inferiore dei prezzi, che si giustifica sulla base della diversa struttura dei costi.

V. VALUTAZIONI

a) Il mercato rilevante

27. Nei casi riguardanti intese la definizione del mercato rilevante è essenzialmente volta ad individuare le caratteristiche del contesto economico e giuridico nel quale si colloca l'accordo o la pratica concordata intercorrente tra le imprese: tale definizione, dunque, risulta funzionale alla delimitazione dell'ambito nel quale l'intesa può restringere o falsare il meccanismo concorrenziale, nonché alla decifrazione del grado di offensività dell'intesa stessa¹⁵.

28. Tenuto conto di ciò, nel caso in esame il mercato rilevante appare *prima facie* quello del trasporto marittimo di linea di mezzi gommati, sia mezzi commerciali che autovetture, e di passeggeri (con o senza veicoli gommati al seguito) nello Stretto di Messina¹⁶. Poiché i principali operatori dello Stretto risultano attivi in tutti i segmenti del mercato del trasporto marittimo di linea, una diversa definizione del mercato del prodotto non avrebbe comunque effetti sostanziali sulla valutazione complessiva della fattispecie.

Come osservato dall'Autorità in numerosi precedenti, il servizio di trasporto marittimo di linea di passeggeri, con o senza veicoli, e di merci, che fa la spola tra due porti a cadenze frequenti e regolari, presenta caratteristiche specifiche quali la regolarità del servizio, gli orari e le tariffe prefissate, che consentono di individuare un mercato del prodotto distinto rispetto alle altre modalità di trasporto marittimo di merci (quali quello esercitato con navi porta-container)¹⁷.

29. Quanto alla dimensione geografica dei mercati, questa è data dalla singola tratta servita o da fasci di rotte tra porti considerati sostituibili dal punto di vista della domanda. In tale ottica, appaiono sostituibili dal lato della domanda, nel caso del trasporto di mezzi gommati, tutte le rotte attualmente operative, vale a dire Messina (Rada S. Francesco)-Villa S. Giovanni, Messina (porto)-Villa S. Giovanni, Messina (porto)-Reggio Calabria, Messina (Tremestieri)-Villa S. Giovanni, Messina (Tremestieri)-Reggio Calabria. La parziale inagibilità che pare caratterizzare attualmente il *terminal* Tremestieri porta infatti ad utilizzare tutte le rotte citate per il trasporto di veicoli commerciali e, d'altro canto, non è da escludersi che il *terminal* in questione sia utilizzato per l'imbarco/sbarco di altre tipologie di mezzi gommati.

Nel caso del trasporto di passeggeri (senza vetture al seguito) pur in presenza di servizi che potrebbero apparire verticalmente differenziati - diverse sono infatti la durata del percorso e la frequenza delle partenze -, data anche la particolare rigidità della domanda, appaiono sostituibili dal lato della domanda tutte le rotte attualmente utilizzate per tale tipologia di trasporto, ovvero Messina (Rada S. Francesco)-Villa S. Giovanni, Messina (porto)-Villa S. Giovanni, Messina (porto)-Reggio Calabria.

¹⁵ In proposito, *ex multis*, v. Corte di Giustizia, sent. 10 marzo 1992, causa T-68/92, *Siv c. Commissione*; Consiglio di Stato, VI, sent. n. 189/2001; TAR Lazio, sent. n. 1790/2003, *Pellegrini c. Consip*.

¹⁶ Si possono *prima facie* escludere dal mercato interessato i servizi di traghetti che collegano la Sicilia con altri porti della Penisola, in considerazione delle differenze esistenti in termini di distanza, tempi di percorrenza e costi.

¹⁷ Cfr., da ultimo, provv. n. 23629, C11613 - *Compagnia Italiana di Navigazione/Tirrenia di Navigazione*, in Boll. n. 22/12.

b) Le condotte

30. Il complesso degli elementi sopra riportati fa ipotizzare l'esistenza di un'intesa unica e complessa tra gli operatori attivi nel mercato del trasporto marittimo nello Stretto di Messina, intesa volta alla concertazione sui prezzi, che hanno registrato incrementi significativi e contestuali - come testimonia in modo emblematico l'evoluzione delle tariffe del trasporto passeggeri, identiche e con aumenti fino al 150% - e alla ripartizione del mercato, che vede oggi l'ingresso del Consorzio Metromare nel trasporto passeggeri a fronte di una più spinta specializzazione di C&T nel trasporto di autovetture, e tale da sterilizzare l'ingresso dei nuovi entranti.

31. La presunta intesa sembra avere condotto all'eliminazione di ogni possibile pressione concorrenziale, sia attuale che potenziale. In particolare, con la costituzione di Blufferries, si è delineato un evidente mutamento nella strategia di RFI che, in virtù della rilevante capacità produttiva di cui dispone (principalmente in termini di approdi, *asset* produttivo limitato e indispensabile per l'ingresso sul mercato) ha posto le condizioni per esercitare un'efficace minaccia concorrenziale nei confronti del principale operatore, C&T, mettendo in discussione la sua capacità di agire senza vincoli competitivi e, conseguentemente, determinando la ricerca da parte degli operatori storici di nuovi "equilibri" idonei a soddisfare le esigenze di entrambi e a sterilizzare attuali ed eventuali nuovi concorrenti minori.

32. Negli ultimi dieci anni l'unico operatore entrato nel mercato, Metromare, è in realtà espressione diretta di Blufferries, società costituita da RFI e avente ad oggetto lo svolgimento di servizi di trasporto di passeggeri e mezzi gommati. Quanto all'altro socio di Metromare, Ustica Lines, la società con la costituzione del consorzio ha volontariamente rinunciato ad intraprendere politiche commerciali autonome.

33. Con la costituzione dell'impresa TT, partecipata pariteticamente da C&T, Blufferries e Meridiano, inoltre, sono aumentate le occasioni di contatti frequenti e qualificati tra gli operatori. A ciò si aggiunga che C&T e RFI, nella veste di armatore e impresa ferroviaria, siedono anche nel Comitato portuale dell'Autorità portuale, che si riunisce con periodicità almeno mensile.

34. Parti della presunta intesa risultano dunque gli operatori attivi nel mercato del trasporto marittimo nello Stretto di Messina, vale a dire C&T, RFI, anche mediante la propria controllata Blufferries, Meridiano e il consorzio Metromare; Ustica Lines, in quanto società controllante del consorzio Metromare; Terminal Tremestieri, in quanto impresa comune dei tre operatori C&T, RFI e Meridiano, gestore dell'approdo destinato al traffico merci nello Stretto di Messina, e quindi strumento di possibili contatti tra operatori concorrenti attivi nel mercato del trasporto marittimo nello Stretto di Messina.

c) L'applicabilità del diritto comunitario

35. Secondo il costante orientamento della giurisprudenza comunitaria un'intesa è suscettibile di pregiudicare gli scambi intracomunitari quando, sulla base di una serie di elementi oggettivi di diritto e di fatto, la stessa possa esercitare un'influenza diretta o indiretta, attuale o potenziale, sulle correnti di scambio tra Stati membri, in una misura che potrebbe nuocere alla realizzazione degli obiettivi di un mercato unico¹⁸.

L'intesa in esame appare idonea a restringere il commercio fra gli Stati membri, in violazione dell'art. 101 del TFUE, in considerazione del fatto che essa interessa la generalità degli operatori

¹⁸ Cfr. la Comunicazione della Commissione europea sulla nozione del pregiudizio al commercio fra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 Trattato CE (Commissione 2004/C 101/07, in GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004); Cfr. sentenza della Corte di giustizia delle Comunità europee dell'11 luglio 2005, C-42/84, *Remia BV e al. c. Commissione*.

attivi nel mercato interessato e che i collegamenti marittimi nello Stretto di Messina costituiscono una parte significativa del trasporto marittimo in Italia.

RITENUTO, pertanto, che le condotte sopra descritte, poste in essere da Caronte & Tourist S.p.A., Rete Ferroviaria Italiana S.p.A., Blufferies S.r.l., Meridiano Lines S.r.l., Ustica Lines S.p.A., Terminal Tremestieri S.r.l. e Consorzio Metromare dello Stretto, sono suscettibili di configurare un'intesa restrittiva della concorrenza nel mercato del trasporto marittimo di linea di mezzi gommati e di passeggeri nello Stretto di Messina in violazione dell'articolo 2 della legge n. 287/90 o dell'art.101 del TFUE;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Caronte & Tourist S.p.A., Rete Ferroviaria Italiana S.p.A., Blufferies S.r.l., Meridiano Lines S.r.l., Ustica Lines S.p.A., Terminal Tremestieri S.r.l. e del Consorzio Metromare dello Stretto, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 2 della legge n. 287/90 o dell'articolo 101 del TFUE;

b) la fissazione del termine di giorni sessanta, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali della Parte, o di persone da essa delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare, Trasporti e Farmaceutico della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Stefania Di Girolamo;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare, Trasporti e Farmaceutico della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai legali rappresentanti della Parte o da persone da essa delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 31 ottobre 2014;

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

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 I763, la notifica del provvedimento di avvio del procedimento I763 assunto dall'Autorità nell'adunanza del 26 giugno 2013 è effettuata tramite pubblicazione del presente avviso sul Bollettino dell'Autorità, pubblicato sul sito istituzionale.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1063 - REGIONE CAMPANIA - MODALITA' DI RILASCIO DELLE CONCESSIONI DI SFRUTTAMENTO DI GIACIMENTI DI ACQUE MINERALI

Roma, 24 giugno 2013

Giunta Regionale della Campania
Consiglio Regionale della Campania

Si fa seguito alla richiesta di parere formulata in data 21 maggio 2013 dalla Giunta Regionale della Campania per rappresentare quanto segue, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90.

L'art. 1, comma 113, della legge della Regione Campania n. 5/13, avente ad oggetto la disciplina delle modalità di rilascio delle concessioni di sfruttamento di giacimenti di acque minerali statuisce che “la Regione procede al rinnovo, anche anticipato, delle concessioni per l’imbottigliamento di acque minerali di cui alla legge regionale 8/2008, e al regolamento regionale 9 aprile 2010, n. 10 (...) sulla base dei chiarimenti formulati dalla Commissione europea con nota P-002995/2012 del 2 maggio 2012”¹.

L’inserimento di tale previsione nella legge finanziaria regionale 2013 è avvenuto in un’ottica di condivisione, da parte del legislatore regionale della Campania, della nota interpretativa con cui la Commissione europea² aveva ritenuto che le attività consistenti nella cura della fonte, estrazione, imbottigliamento e vendita dell’acqua non fossero configurabili come “servizi” ai sensi della direttiva 2006/123/CE (c.d. “direttiva servizi”)³.

Tramite il recepimento dell’orientamento interpretativo manifestato dalla Commissione, il legislatore regionale ha legittimato la Giunta a rinnovare le concessioni demaniali idriche per l’imbottigliamento delle acque minerali senza vincolare l’esecutivo regionale all’obbligo di indire una procedura competitiva. Occorre tuttavia rammentare che la Corte Costituzionale si è già pronunciata sull’incostituzionalità di una disposizione analoga a quella odieramente considerata, avendo censurato l’art. 2 della L.R. n. 11/2010⁴.

¹ Cfr. L.R. Campania del 6 maggio 2013, n. 5 (legge finanziaria regionale) recante “*disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale 2013-2015 della Regione Campania (legge finanziaria 2013)*”, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Campania del 7 maggio 2013, n.24.

² Cfr. Commissione europea, P-002995/2012, 2 maggio 2012.

³ Cfr. direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006, “*relativa ai servizi nel mercato interno*” (c.d. “direttiva servizi”).

⁴ Corte Cost., 19-22 luglio 2011, n. 235, pubblicata in G.U. il 27 luglio 2011.

Quest'ultima disposizione escludeva che il decreto legislativo n. 59/2010⁵, adottato in attuazione della "direttiva servizi", potesse applicarsi al rinnovo delle concessioni demaniali idriche "*in quanto afferente ad attività sanitarie sottratte alla disciplina comunitaria sui servizi ai sensi dell'art. 7, comma 1, lettera b) del medesimo decreto legislativo*". Pertanto, in vigenza di tale previsione, la competente Amministrazione Regionale risultava legittimata a rinnovare le concessioni demaniali idriche per l'imbottigliamento delle acque minerali senza essere gravata dall'obbligo di indire una procedura competitiva.

La norma in discussione è stata considerata costituzionalmente illegittima in quanto, escludendo espressamente i servizi demaniali idrici dall'ambito di applicazione del d.lgs. 59/2010, violava la ripartizione di competenze legislative operata *ratione materiae* dall'art. 117 della Costituzione.

Ora, appare possibile estendere alla nuova legge le valutazioni *illo tempore* effettuate dalla Consulta. Ed infatti, sembrerebbe che l'art. 1, co. 113, della L.R. Campania n. 5/13 disattenda la pronuncia della Corte, essendo idoneo ad incidere sulla disciplina relativa ai servizi nel mercato interno in misura analoga al provvedimento precedentemente dichiarato incostituzionale.

Il descritto quadro normativo, oltre a porre un problema di ottemperanza al giudicato costituzionale, dà luogo ad un potenziale pregiudizio per il confronto concorrenziale tra le imprese e per le esigenze di trasparenza e di efficienza proprie di un settore economico che implica l'impiego di beni demaniali. Giova a tal proposito ricordare come l'Avvocatura distrettuale dello Stato, su espressa richiesta della Giunta della Regione Campania, abbia già reso un parere sulla problematica in discussione, sottolineando l'esistenza di un obbligo di assegnazione delle concessioni demaniali tramite l'indizione di procedure di gara ad evidenza pubblica al fine di garantire l'attuazione dei principi sottesi alla direttiva servizi e, in particolare, del principio per cui "*la concessione di una utilitas pubblica, quale l'utilizzo di un bene demaniale (...), per di più per la prestazione di servizi da offrire sul mercato, deve essere preceduta da una procedura di gara*"⁶.

Siffatto parere risulta tuttavia contraddetto dalla normativa di recente adottata dal legislatore regionale.

Ai fini di un più efficace svolgimento dei meccanismi concorrenziali nel settore dell'imbottigliamento e della commercializzazione delle acque minerali, l'Autorità auspica la riforma dell'art. 1, comma 113, della legge della Regione Campania n. 5/13 e, nelle more, una immediata disapplicazione di tale disposizione nella parte in cui consente il rinnovo automatico in favore del precedente concessionario del demanio idrico.

Nell'ottica di soddisfare la fondamentale esigenza di tutela dei principi di concorrenza e di non discriminazione tra le imprese, l'Autorità ritiene che la predisposizione di un sistema di gare ispirate a criteri di trasparenza consentirebbe di affidare le concessioni demaniali idriche ai soggetti che offrono le migliori garanzie al prezzo più conveniente per un efficiente svolgimento dell'attività di imbottigliamento.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

⁵ Cfr. decreto legislativo 26 marzo 2010 n.59 (in Suppl. ordinario n. 75 alla Gazz. Uff., 23 aprile, n. 94), "*attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno*".

⁶ Parere dell'Avvocatura distrettuale, 21 settembre 2011.

AS1064 - CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA DI CARBURANTI PER AUTOTRAZIONE E GASOLIO DA RISCALDAMENTO

Roma, 3 luglio 2013

Ministro dell'Economia e delle Finanze
CONSIP S.p.A.

Con riferimento alla richiesta di parere formulata ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/90 dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, concernente le bozze del bando, del Capitolato tecnico e del disciplinare di gara a procedura aperta per la fornitura di carburanti per autotrazione e gasolio da riscaldamento mediante consegna a domicilio e dei servizi connessi per le pubbliche amministrazioni ai sensi dell'art. 26 legge n. 488/99 e s.m.i. e dell'art. 58 della legge n. 388/00, si comunica che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nella sua adunanza del 26 giugno 2013, ha ritenuto quanto segue.

Con riferimento alla modalità di aggiudicazione prescelta (prezzo più basso), l'Autorità non ritiene giustificata la previsione di un limite minimo (pari a zero) alla variazione rispetto alla quotazione di riferimento che costituisce l'oggetto dell'offerta. Non si può, infatti, escludere a priori che un'impresa particolarmente efficiente riesca a procurarsi prodotto a condizioni tali da consentirle di offrire una variazione nulla o negativa sulla quotazione all'ingrosso di riferimento. L'imposizione del limite minimo non può essere utilizzata per tutelare CONSIP e le amministrazioni da eventuali offerte anomale, nei confronti delle quali devono piuttosto essere utilizzati gli appositi strumenti individuati dalla normativa. Al riguardo, l'Autorità ritiene che potrebbe essere opportuno ricordare esplicitamente, nella documentazione di gara, che saranno effettuate regolarmente le verifiche previste dalla legge in merito alle offerte anomale. Del pari, l'imposizione di un limite minimo alle offerte non può neppure, di per sé, porre le amministrazioni al riparo dalle frodi, dato che la qualità del prodotto fornito potrebbe essere alterata anche da soggetti che offrono variazioni superiori allo zero, e dunque anche per questo aspetto è comunque necessario predisporre le adeguate – e più appropriate – verifiche. Al contrario, sotto il profilo concorrenziale, la previsione di un minimo al di sotto del quale l'offerta non può scendere, oltre a scoraggiare eventuali imprese particolarmente efficienti può servire anche come punto di riferimento per eventuali pratiche collusive.

L'Autorità ritiene quindi che sia necessario eliminare il limite minimo previsto per l'offerta di prezzo e che sia opportuno ricordare nella documentazione di gara che saranno effettuate le verifiche di legge relative alle offerte anomale.

Per ciò che concerne le altre previsioni contenute nelle predette bozze, l'Autorità ritiene che le stesse siano sostanzialmente conformi agli orientamenti espressi da questa Autorità in materia di

bandi di gara predisposti da CONSIP¹, riservandosi tuttavia, in ogni caso, di valutare gli esiti della gara, ove nel corso del suo svolgimento emergano elementi suscettibili di configurare illeciti anticoncorrenziali.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

¹ Cfr., in particolare, il parere del 30 gennaio 2003, AS251 - *Bandi predisposti dalla Concessionaria servizi informatici pubblici-CONSIP S.p.A.*

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS6410 - MSC CROCIERE-CROCIERE SUL MEDITERRANEO

Provvedimento n. 24422

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

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. 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 9 gennaio 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista;

VISTO il proprio provvedimento del 13 marzo 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. MSC Crociere S.p.A. (di seguito, anche "MSC"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel territorio italiano prevalentemente nel settore della vendita di pacchetti di crociera, forniti su una pluralità di rotte, principalmente nel Mar Mediterraneo e nel Nord Europa. MSC ha realizzato per l'anno 2011 un fatturato di circa 25 milioni di euro¹.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista, tramite il sito internet e il catalogo estate-autunno 2012 disponibile anche *on line*, consistenti nella diffusione di informazioni commerciali incomplete e contraddittorie riguardo al prezzo finale applicato per le crociere reclamizzate ed alle condizioni e ai limiti per l'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori. In particolare:

- sui siti internet *www.msccrociere.it* e *www.crocierrissime.it* il professionista avrebbe promosso i prezzi delle proprie crociere non includendo gli oneri accessori successivamente aggiunti nel corso della procedura di prenotazione, risultando notevoli difformità tra l'importo

¹ Cfr., doc. 27, all. n. 4: Relazione sulla gestione anno 2011 del Bilancio al 31 dicembre 2011.

iniziale pubblicizzato nella *home page* e quello effettivamente richiesto ai passeggeri al momento dell'acquisto;

- MSC avrebbe omesso talune informazioni, sostanziali per gli acquirenti delle crociere, riguardanti la possibilità di esercitare i propri diritti contrattuali, quali il diritto di recesso o di rimborso.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

1) *L'iter del procedimento*

3. Secondo alcune segnalazioni², tra le quali una della Guardia di Finanza Nucleo Speciale Tutela Mercati, ed in base alle informazioni acquisite agli atti tramite i rilievi d'ufficio svolti sui siti *internet* www.msccrociere.it e www.crocierrissime.it ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 2 ottobre 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento PS6410.

4. Nella comunicazione di avvio del procedimento istruttorio è stata ipotizzata la presunta scorrettezza delle condotte, laddove si pubblicizzano crociere a prezzi diversi rispetto a quelli in concreto praticati (pratica *sub A*), con possibile violazione degli articoli 20, 21, 22, del Codice del Consumo. Nella successiva comunicazione di estensione oggettiva del 27 novembre 2012 è stata contestata a MSC l'omissione di informazioni, sostanziali per gli acquirenti delle crociere, relative all'esercizio dei diritti contrattuali e idonee a determinare un ostacolo al diritto di recesso e di rimborso (pratica *sub B*), ipotizzando una violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

5. Nell'avvio è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prova sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria, con particolare riferimento ai prezzi base delle crociere pubblicizzate.

6. In data 16 novembre 2012 il professionista ha prodotto una memoria difensiva e contestuale risposta alle informazioni richieste nella comunicazione di avvio, nonché documentazione ai fini dell'assolvimento dell'onere della prova³.

7. In data 19 novembre 2012, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato una bozza del testo degli impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica contestata⁴.

8. In data 26 novembre 2012 è stata inviata una richiesta di informazioni⁵ alla società Pigi Shipping & Consulting S.r.l (di seguito, anche "Pigi Shipping") in qualità di titolare del sito www.crocierrissime.it. La risposta di Pigi Shipping è pervenuta il 12 dicembre 2012⁶.

9. In data 19 dicembre 2012 MSC ha prodotto una seconda memoria difensiva in relazione alla citata comunicazione di estensione oggettiva del procedimento⁷.

10. In data 14 gennaio 2013 è stata inviata una seconda richiesta di informazioni alla società Pigi Shipping⁸.

² Cfr. doc. 4 del 15/07/2011; doc. 5 del 22/07/2011; doc. Doc 6 e doc 6bis del 28-4-2011 e successiva integrazione del 18-5-2011; doc. 7 del 11/04/2012; doc. 8 del 10/04/2011; doc. 29 e 29bis, del 8/11/2012 e successiva integrazione del 13/11/2012, già acquisiti dalla società MSC con verbale di accesso agli atti del fascicolo del 10/10/2012 (doc. 25).

³ Doc. 27 e relativi allegati (da all. n. 1 al n. 4); doc. 27 bis e relativi allegati (dal n. 1 ad all. n. 47)

⁴ Doc. 28

⁵ Doc. 30

⁶ Doc. 33

⁷ Doc. 32

11. In data 17 gennaio 2013 è stato comunicato alla Parte il provvedimento di proroga adottato dall'Autorità il 9 gennaio 2013, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista⁹.
12. In data 28 gennaio 2013 si è svolta un'audizione con i rappresentanti della società MSC, per la discussione degli impegni presentati¹⁰.
13. In data 11 febbraio 2013 e successiva integrazione del 14 febbraio 2012 MSC ha prodotto il testo degli impegni nella versione definitiva¹¹.
14. L'Autorità nella sua adunanza del 13 marzo 2013 ha deliberato il rigetto degli impegni comunicando la propria decisione al professionista in data 19 marzo 2013.
15. In data 22 marzo 2013 è stato comunicato alla Parte il provvedimento di proroga adottato dall'Autorità il 13 marzo 2013, per particolari esigenze istruttorie¹².
16. In data 8 aprile 2013 è stata inviata alla Parte un'ulteriore richiesta di informazioni, la cui risposta è pervenuta il 2 maggio 2013¹³.
17. In data 6 maggio 2013 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria.
18. In data 16 maggio 2013 il professionista ha prodotto una memoria conclusiva¹⁴.

2) Le evidenze acquisite

(i) Il ruolo svolto da MSC nella promozione delle crociere attraverso il sito internet www.crocierrissime.it

19. Circa il ruolo svolto da MSC nella diffusione attraverso la piattaforma www.crocierrissime.it delle offerte delle proprie crociere dalla documentazione prodotta dalla società Pigi Shipping risulta che:

- il sito www.crocierrissime.it è un portale attraverso cui sono pubblicate le proposte commerciali elaborate da numerosi operatori¹⁵ attivi nel comparto delle crociere¹⁶;
- l'accordo con MSC risale al 2008 e ha ad oggetto la pubblicazione su tale sito delle offerte MSC come predisposte dal professionista; tale accordo è integrato dalle specifiche tecniche "IT Development – MSC XML Interface Specification" redatte da MSC;
- Pigi Shipping retrocede l'intero prezzo pagato dal cliente a MSC che a sua volta paga a Pigi Shipping una commissione per ogni pacchetto venduto;
- attraverso un *web service* è stata implementata l'interfaccia tra la piattaforma di Pigi Shipping e il sito di MSC¹⁷ (integrazione non prevista con altre compagnie di crociera) per l'interazione dei due sistemi ai fini della trasmissione dei contenuti promozionali e delle condizioni economiche di vendita dei servizi di crociera tramite la piattaforma www.crocierrissime.it, predisposti direttamente da MSC;

⁸ Doc. 37, 38 con 4 allegati.

⁹ Doc. 46

¹⁰ Doc. 39.

¹¹ Docc. 40 e 41

¹² Doc. 43

¹³ Docc. 44 e 45

¹⁴ Doc. 47

¹⁵ Doc. 38; si tratta delle seguenti società: Royal Caribbean, Costa Crociere, Silversea e Alpitour. Doc. 38, allegato 4: contratto di mediazione turistica con un partner che rappresenta varie compagnie marittime che pubblicizzano i rispettivi pacchetti crociera sul sito www.crocierrissime.it, quali: Carnival, Holland, Norwegian Cruise Line, Lufter Cruises, Iberos Cruceros, Viaggi del Turchese ed altre.

¹⁶ Doc. 37

¹⁷ Doc. 38, all. n. 3: IT Development MSC XML, manuale sulle specifiche tecniche.

(ii) Informazioni sui prezzi delle crociere

20. Dalla documentazione pervenuta e dalle informazioni acquisite mediante i rilievi sul sito *internet* www.msccrociere.it si evince la sistematica indicazione di un prezzo non corrispondente a quanto effettivamente pagato dal consumatore almeno a partire dal 12 agosto del 2010¹⁸.

21. Le acquisizioni effettuate in data 26 e 27 aprile 2012¹⁹ evidenziano che nella *home page* del sito www.msccrociere.it risulta essere stata promossa la crociera “*MSC Divina – 6 notti – 28 Maggio 2012 a partire da € 350...*”. All’esito di una simulazione per prenotare tale crociera è emerso che durante la procedura di acquisto della crociera [“*Sei semplici passi per realizzare il sogno di partire in crociera!*”] il prezzo di “*350 euro*” pubblicizzato sulla *home page* è riferito solo alla tariffa base e che l’utente solo nelle successive pagine *web* viene a conoscenza di ulteriori costi aggiuntivi, quale la “*Quota di iscrizione*” pari a 110 € e un’assicurazione il cui importo, nella versione del sito all’epoca rilevata, non era indicato.

22. Tale ultima informazione nella versione rilevata il 2 maggio 2012 non viene indicata nel contesto del *claim* pubblicitario ma appare solo fra i “*Termini e condizioni*” (“*T&C*”) consultabili non direttamente ma mediante apposito *link* (punto 4 dei *T&C*) . Modalità analoghe sono state utilizzate dal professionista per pubblicizzare tutte le proprie offerte di crociera, come risulta dalle diverse rilevazioni effettuate d’ufficio²⁰.

23. Dai successivi rilievi effettuati il 6 settembre 2012 risultano analoghe campagne promozionali relative alle crociere in offerta, pur con alcune modifiche marginali sotto il profilo grafico²¹.

24. In generale, nelle versioni rilevate prima dell’avvio dell’istruttoria risulta che l’avvertenza circa l’esistenza di costi aggiuntivi non inclusi nel prezzo finale (“*Le tariffe indicate non comprendono l’assicurazione obbligatoria e le quote di servizio*”) è riportata soltanto nella terza pagina *web* della procedura di prenotazione e che le componenti di costo sottaciute, integrative rispetto al prezzo pubblicizzato, riguardano:

- la *quota di iscrizione* (pari a 120€ riportata solo nel terzo step della procedura di prenotazione sebbene indicata nei *T&C*);
- l’entità del *premio di assicurazione* obbligatoria (riportato solo nei *T&C*, peraltro di entità variabile da €24 per le crociere dal valore fino a €800, a €170 per le crociere il cui prezzo è compreso tra €7.550 e €12.000 al netto delle imposte, incluse in modo accorpato nella voce “*contributo tasse*”²²);
- le *quote di servizio* (la cui esclusione nel prezzo della crociera è riportata solo nella definizione di “*pacchetto*” nel preambolo del *T&C*).

25. I rilievi d’ufficio effettuati sul sito *internet* di MSC trovano conferma nella documentazione prodotta dal professionista da cui emerge che in nessun caso i prezzi finali applicati ai consumatori per le crociere vendute corrispondono a quelli pubblicizzati nel sito *internet* e contengono sempre

¹⁸ Doc. n. 3 del 26/08/2010, allegati dal n. 1 al n. 4: denuncia della Guardia di Finanza e documentazione acquisita dal sito *internet* www.msccrociere.it in data 12/08/2010.

¹⁹ Rispettivamente docc. n. 10 e n. 11.

²⁰ Doc. 15quinques: le crociere nel Mediterraneo con nave “*MSC Divina – 5 notti – 27 Maggio 2012 a partire da € 290...*”, o con nave “*MSC Divina – 11 notti a partire da €490*”; doc. 15: la “*Crociera Mediterraneo 11 notti*” con nave “*MSC Melody*” offerta al prezzo “*a partire da €790,00**”; oppure la Crociera Nord Europa 11 notti” con nave “*MSC Lirica*”, offerta nel sito ad un prezzo “*a partire da €383,00**”, rispetto ad un prezzo di brochure barrato di “*€1.980*”, rilevata in data 10 luglio 2012; oppure la crociera nel Mediterraneo “*MSC Fantasia – 7 notti*”, proposta in vendita sul sito di MSC ad un “*prezzo a partire da 590*”, rispetto al prezzo brochure indicato come barrato di “*€1.070*”.

²¹ Docc. n. 18 e 19.

²² Doc. 20.

addebiti ulteriori rispetto alla tariffa base in relazione alla quota di iscrizione, all'assicurazione, alle tasse portuali, alle quote di servizio ecc..²³.

26. Nel corso dell'istruttoria il sito in esame è stato modificato alla data della presentazione del testo integrativo degli impegni (11 febbraio 2013)²⁴. Dagli *screen shot* prodotti agli atti dalla Parte risulta che a fianco del prezzo in offerta compare con modalità *pop up* (ovvero una finestra non fissa ma sensibile al passaggio del cursore in apertura e chiusura) nella quale viene indicato che “*sono escluse*” la quota d'iscrizione di “€130” e l'assicurazione di “€48” per passeggero, per la specifica simulazione fornita.

27. Rispetto alle precedenti rilevazioni appare un “*contributo spese per la gestione amministrativa della polizza assicurativa*” rinvenibile solo nel preambolo dei T&C alla voce “Pacchetto”²⁵. Il sito modificato secondo i termini descritti è tutt'ora in diffusione.

(iii) Informazioni in ordine ai diritti contrattuali dei consumatori (recesso e rimborso) e altri elementi informativi non di prezzo

28. In materia dei diritti contrattuali dei consumatori risulta che il contenuto dei T&C in relazione alla “revisione del prezzo” (art. 3 T&C)²⁶ è coerente con il dettato normativa di cui all'art. 40 del Decreto Legislativo n. 79/11 (“Codice del Turismo”), nella misura in cui il professionista

(i) prevede la possibilità di cambiare il prezzo pattuito per effetto dell'aumento del costo di: *a*) trasporto aereo; *b*) carburante per la propulsione della nave; *c*) diritti, tasse o commissioni per servizi, quali l'imbarco o lo sbarco presso porti o aeroporti,

(ii) riconosce il diritto di recedere dal contratto qualora si verifichi un aumento del prezzo della crociera superiore al 10% del prezzo complessivo del pacchetto,

(iii) stabilisce in 2 giorni lavorativi dalla ricezione della notifica di aumento del prezzo la possibilità di esercitare il diritto di ripensamento.

29. In ordine alle modalità di calcolo dell'aumento del 10% nel caso sub (i) *b*) (carburante), tuttavia, i T&C vigenti al momento dell'avvio stabilivano in modo generico che sarebbe stato applicato un aumento “*pari allo 0,33% del prezzo del Pacchetto per ogni dollaro (USD) di variazione dell'indice NYMEX*”. Solo la nuova versione dell'11 febbraio 2013 chiarisce le date di riferimento per il calcolo della variazione (“*al fine del calcolo della variazione del Prezzo, sarà assunto come indice WTI iniziale quello della data di stampa del catalogo e come indice WTI finale quello [vigente alla data del ...] ventesimo Giorno prima della partenza o una volta che la Società avrà ricevuto il saldo*”).

30. In relazione al *rimborso* spettante al consumatore in caso di revisione del prezzo (art. 3 T&C), di modifiche della prenotazione apportate dalla società (art. 10 di T&C) o di cancellazione della crociera da parte di MSC (art. 11 di T&C), il professionista prevede le seguenti scelte: il consumatore può optare per un pacchetto qualitativamente inferiore a quello acquistato oppure recedere dal contratto.

²³ Doc. 27bis: prima nota di deposito. In particolare, all. 1, 15, 16, 20, 24, 25, 31, 32, 33.

²⁴ Docc. 40 e 41.

²⁵ <<Per “Pacchetto” si intende la Crociera, nonché eventuali voli e/o altre prenotazioni relative all'alloggio prima e dopo la Crociera. Esso comprende la sistemazione nella cabina prescelta per tutta la durata della Crociera, il vitto a bordo (prima e seconda colazione, tè pomeridiano, pranzo, buffet di mezzanotte), il servizio trasporto bagagli nei porti di inizio e termine della Crociera, i mezzi di imbarco e sbarco nei porti dove la nave non attracca alla banchina; non comprende la quota di iscrizione, il contributo spese per la gestione amministrativa della polizza assicurativa, le bevande, le quote di servizio al personale di bordo, le Escursioni a terra, i servizi di navetta, non inclusi nel prezzo complessivo del Pacchetto>>.

²⁶ Docc. 12, 13 20. Rilievi svolti in data 7 maggio 2012 e 7 settembre 2012 sul sito www.msccrociere.it.

31. Le indicazioni circa le somme in concreto da restituire non appaiono omogenee né all'interno dei T&C né tra le diverse versioni rilevate agli atti in quanto in alcuni casi si parla di "somme già versate", in altri di "differenza di prezzo" e non è chiara la differenza tra i due parametri. Il "Prezzo" a cui si fa riferimento, infatti, è definito nella voce "Pacchetto" di cui al preambolo dei T&C e non comprende, tra le altre voci, la quota di iscrizione, il contributo spese per la gestione amministrativa della polizza assicurativa e le quote di servizio.

32. Inoltre, confrontando le diverse versioni di T&C in atti emerge che:

- la versione del 7 maggio 2012²⁷ prevede agli articoli 3, 10 e 11 dei T&C la "restituzione della differenza di prezzo" in caso di una crociera qualitativamente inferiore, ovvero "il rimborso delle somme già versate" in caso di esercizio del diritto di recesso; nulla dispone circa i tempi di restituzione delle somme di cui si tratta;

- la versione attualmente in diffusione sul sito dei T&C stabilisce agli stessi articoli che il passeggero avrà diritto al "rimborso della differenza di prezzo" in caso di diminuzione del prezzo (prima non esplicitata) o di crociera di minore qualità, mentre in caso di recesso non c'è omogeneità nel testo tra quanto previsto dall'art. 3 ("al Passeggero verrà integralmente rimborsato il Prezzo") e quanto indicato nei successivi artt. 10 e 11 ("rimborso delle somme già versate"); circa i tempi di restituzione, solo l'art. 3 stabilisce che in caso di diminuzione del prezzo o di crociera di minore qualità (escluso quindi il caso del recesso) il rimborso avverrà nel "Termine di 5 Giorni prima della data di partenza prevista".

33. Le sopra menzionate modifiche apportate dal professionista alle condizioni generali del contratto non hanno interessato la previsione che limita l'impegno della società ad offrire al passeggero le diverse soluzioni alternative solo al caso di "modifiche di portata considerevole ad uno o più elementi significativi del Contratto" (art. 10.2 di T&C), in ciò discostandosi dalla norma di settore che fa riferimento, invece, alla necessità di "modificare in modo significativo uno o più elementi del contratto" (art. 41, comma 1, del Codice del Turismo), senza distinguere in merito all'importanza dei diversi elementi contrattuali.

34. Sotto diverso profilo, in nessuna fase della procedura di prenotazione della crociera sul sito www.msccrociere.it il consumatore viene informato, se non con un *link* di rinvio all'intero testo dei T&C, delle voci di costo sottratte al rimborso nei casi sopra indicati. Si fa riferimento, ad esempio:

- alla *non rimborsabilità della polizza assicurativa* versata al momento della prenotazione: solo il catalogo che descrive i dettagli turistici delle crociere riporta, con caratteri estremamente ridotti che "Tutti i viaggiatori usufruiscono di una polizza assicurativa Europ Assistance, [...]. Tale premio non è separabile dal costo individuale della crociera, di cui è parte integrante e non è rimborsabile"²⁸; il catalogo attuale non riporta più in modo esplicito tale esclusione;

- il *costo del biglietto aereo* del volo eventualmente incluso nella crociera prenotata²⁹. Tale disposizione è riportata nell'attuale versione delle T&C disponibile *on line* nel sito del professionista.

35. Su tale ultimo profilo, si rileva che MSC non fa alcuna menzione nel corso della procedura di acquisto *on line*, delle informazioni relative al volo eventualmente incluso nella crociera. Essa si

²⁷ Doc. 12.

²⁸ Cfr. "Catalogo annuale 2012 -2013 – MSC Crociere - Brochure virtuale".

²⁹ Doc. 16, cit.: l'art. 15 di T&C specifica che il costo del volo aereo, il cui acquisto è obbligatorio in quanto compreso nel pacchetto turistico, "deve essere versato alla società in anticipo, risultando, pertanto non rimborsabile" nell'ipotesi in cui il passeggero "richieda la cancellazione della Crociera o del pacchetto", così come "le penali richieste dal Vettore aereo, in aggiunta alle altre penali eventualmente applicabili per la sola cancellazione".

libera di tale onere informativo – peraltro previsto dal Codice del Turismo³⁰ - indicando nelle diverse versioni dei T&C agli atti (art. 15) che *“La Società potrebbe non essere in grado di rendere noto in anticipo il nome della compagnia aerea o il tipo di velivolo impiegato. Tutti i trasporti aerei avverranno mediante voli charter o di linea operati da primarie compagnie aeree”*. Non vengono riportate dunque indicazioni sulle primarie compagnie partner di MSC e si mantiene l’ulteriore aleatorietà riguardo il termine entro il quale il passeggero riceverà tali informazioni. Agli atti risulta solo che tale informazione viene resa nota ai passeggeri dopo la prenotazione della crociera e l’avvenuto pagamento³¹.

(iv) La risposta all’attribuzione dell’onere della prova

36. L’onere della prova attribuito contestualmente alla comunicazione di avvio del 2 ottobre 2012 riguardava principalmente i *claim* iniziali dei prezzi pubblicizzati di alcune specifiche crociere³².

37. MSC, ai fini dell’assolvimento dell’onere della prova, il 16 novembre 2012³³ ha trasmesso un certo numero di fatture³⁴ riferite alla vendita di ciascuna crociera. La Parte ritiene di aver assolto l’incombente istruttorio fornendo dati aggregati riferiti all’insieme dei passeggeri facenti parte di un’unica prenotazione/nucleo e asserendo che la media unitaria sia dimostrativa del prezzo applicato a ciascun passeggero³⁵. Dalla documentazione fiscale prodotta a supporto di tale argomentazione, si evincono nella totalità di casi voci aggiuntive di costo (quota d’iscrizione, premio assicurativo, commissioni d’entità variabile da €0³⁶ a € 498,80³⁷, nonché quota di servizio, c.d. *“service charge”*³⁸) addebitate a ciascun passeggero salito a bordo; i pochi esempi di valori medi inferiori al prezzo pubblicizzato corrispondono alla presenza di bambini³⁹ o a crociere

³⁰ Cfr. Codice del Turismo: art. 36, comma 1, lett. g) rubricato (Elementi del contratto di vendita di pacchetti turistici) “g) ove il pacchetto turistico includa il trasporto aereo, il nome del vettore e la sua eventuale non conformità alla regolamentazione dell’Unione europea;(…)” e art. 38 comma 1, lett a), rubricato (Opuscolo informativo) “L’opuscolo indica in modo chiaro e preciso: a) la destinazione, il mezzo, il tipo, la categoria di trasporto utilizzato; [...]”.

³¹ Dalla documentazione agli atti risulta infatti che il professionista si sarebbe limitato ad inserire un link in corrispondenza del bottone “Trova la tua crociera” recante l’avvertenza che il nome del vettore e del velivolo sarà reso noto “entro 72 ore dalla prenotazione effettuata. In caso di prenotazione a 310 gg. dalla partenza, le informazioni saranno rese note quanto prima, ma in ogni caso non oltre 3 mesi antecedenti la partenza”. (doc. 40 e 41).

³² I claim pubblicitari riguardo al prezzo base reclamizzato riguardavano alcune crociere, tra cui: 1) la crociera “MSC Divina – 6 notti – 28 Maggio 2012 a partire da €350...”; 2) la Crociera Mediterraneo 11 notti”, con nave “MSC Melody”, pubblicizzato [“a partire da €790,00*”]; 3) la “Crociera Nord Europa 8 notti”, con nave “MSC Opera” il cui prezzo pubblicizzato [“a partire da €64,00*”], seguiva il prezzo base barrato (“€1260,00*”).

³³ Doc. 27ter (prot. 0061844).Seconda nota di deposito documenti riguardanti la documentazione richiesta in sede di attribuzione dell’onere della prova formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del 2.10.2012.

³⁴ Doc 27ter da all. n. 1 ad all. n. 28

³⁵ Doc. 27ter, all. n. 9 fattura n° 12-SA-0051838 del 9.7.2012 relativa alla vendita della crociera MSC Melody per due persone di cui un ragazzo per il quale non è indicato se viaggia gratis o meno.

³⁶ Doc. 27ter, all. 5 relativo alla crociera MSC Armonia con destinazione Sharm el Sheick fattura del 12.11.2012 n° pratica 010716059)

³⁷ Doc. 27ter, all. 19, relativo alla crociera MSC Melody fattura del 13.11. 2012 n° pratica 009565279).

³⁸ Doc. 27ter, all. n. 12 (fattura dell’11.4.2012 n. 12-SA-0013509 per la crociera MSC Melody).

³⁹ A titolo di esempio si citano i seguenti documenti: doc. 27ter, all. n. 1 valido come esempio per tutti: fattura di crociera MSC Divina partenza il 28.5.2012 per due adulti e due bambini (di cui non è chiaro se hanno viaggiato gratis) è stata venduta complessivamente a €885 (se l’importo è solo riferito ai due adulti la quota per singolo passeggero sarebbe di €442 per passeggero adulto, ossia d’importo superiore al prezzo “a partire da €350” reclamizzato), a cui sono stati aggiunti i costi relativi alle quote di iscrizione (€60), il contributo emissione della polizza assicurativa di €96, per un totale di un prezzo finale pari a €141.

di bassa stagione⁴⁰ oppure a offerte speciali relative a pacchetti diversi da quelli oggetto dell'onere⁴¹.

3) *Le argomentazioni difensive delle Parte*

38. In via generale, il professionista ha eccepito l'inerzia dell'Autorità che ha avviato il procedimento istruttorio solo dopo due anni dalla data dell'unica segnalazione della Guardia di Finanza. Al riguardo la Parte ha evidenziato che "il protrarsi ingiustificato della fase preistruttoria per più di due anni" non avrebbe consentito una tempestiva rimozione da parte della società delle condotte contestate con riflessi sulla quantificazione dell'eventuale sanzione.

39. Inoltre, la Parte ha rappresentato l'illegittimità del secondo provvedimento di proroga dei termini di fine istruttoria "per particolari esigenze istruttorie". Secondo la Parte, l'Autorità avrebbe potuto stabilire la proroga del termine per particolari esigenze istruttorie solo in una fase iniziale del procedimento o in sede di estensione oggettiva del procedimento, come stabilito nell'art. 7, comma 3, del Regolamento sulle procedure istruttorie. Le due decisioni di proroga avrebbero, quindi, allungato ingiustificatamente la durata dell'istruttoria.

40. MSC ha inoltre sostenuto che le modalità di promozione delle crociere rilevate sul sito www.crocierissime.it sarebbero addebitabili all'agente turistico Pigi Shipping S.r.l., titolare del suddetto sito.

41. Nel merito, con riguardo alla segnalazione della Guardia di Finanza, le simulazioni e i calcoli effettuati dal segnalante riguardano l'acquisto di una crociera per due persone, la cui offerta consisteva nel vendere il secondo biglietto ad un prezzo scontato del 70% rispetto al prezzo del primo passeggero e, pertanto, calcolando la media aritmetica dei costi totali relativi ai titoli di viaggio acquistati per due persone, il prezzo della crociera corrisponderebbe a quello pubblicizzato⁴².

42. Inoltre, la società evidenzia che all'epoca delle rilevazioni effettuate dalla Guardia di Finanza, risalenti oramai al 2010, il sito www.msccrociere.it non consentiva l'acquisto *on line* delle crociere ma aveva esclusivamente funzione informativa e di consultazione, in quanto i consumatori avrebbero poi dovuto recarsi presso le agenzie di viaggio per la prenotazione.

43. Secondo la Parte sarebbero già state apportate importanti modifiche alle pagine web, volte ad assicurare la massima trasparenza delle informazioni offerte già nella *home page*, - come documentato nella successiva integrazione degli impegni dell'11 febbraio 2013.

44. In relazione ai costi aggiuntivi del prezzo finale, MSC ha rilevato che le informazioni circa l'esistenza di un'assicurazione obbligatoria è disponibile al consumatore già al quinto *step* della procedura di acquisto e non solo fra i "Termini e condizioni". Per quanto concerne le altre voci di costo, quali la "quota d'iscrizione €130" e l'assicurazione "€34 p.p.", il sito sarebbe stato modificato l'11 febbraio 2013 (testo impegni) con l'inserimento di una finestra che si apre con modalità *pop-up* in corrispondenza del prezzo al passaggio del cursore, come evidenziato negli *screen shot* prodotti contestualmente al testo provvisorio della citata integrazione degli impegni⁴³. Infine, riguardo all'informativa circa la variazione del prezzo della crociera in conseguenza

⁴⁰ Doc. 27, all. 2, crociera MSC Divina con partenza l'8.10.2012 e ritorno il 15.10.2012; doc. 27, all. 22, crociera MSC Divina con partenza il 28.1.2012 e ritorno il 3.11.2012; doc. 27, all. 29, crociera MSC Divina anno 2012 con partenza il 25.11.2012 e ritorno il 6.12.2012;

⁴¹ Doc. 27ter, all. 26

⁴² Doc. 27: memoria del 16.11.2012, pag. 8.

⁴³ Doc. 40 dell'11.2.2013, pag. 6.

dell'aumento del carburante, la Parte ha sostenuto di non avere mai applicato alcuna maggiorazione e, pertanto, di non poter depositare alcuna documentazione al riguardo.

45. In relazione alle informazioni sui diritti dei consumatori, MSC ha osservato in primo luogo che per i contratti a distanza il Codice del Consumo esclude, all'art. 55, la possibilità di esercitare il diritto di recesso ai contratti di fornitura di servizi relativi all'alloggio, ai trasporti, alla ristorazione, al tempo libero, quando all'atto della conclusione del contratto il professionista si impegna a fornire tali prestazioni ad una data determinata o in un periodo prestabilito.

46. Pertanto, l'operatore non è tenuto a comunicare al passeggero, prima del viaggio, le informazioni relative al diritto di recesso riconosciuto al turista dagli artt. 40 ["Revisione del prezzo" per aumenti superiori al 10%, ndr], 41 ["Modifiche delle condizioni contrattuali" da parte dell'operatore, ndr] e 42 ["Diritti del turista in caso di recesso o annullamento del servizio" di cui agli artt. 40 e 41, ndr].

47. Al consumatore dovrebbe essere comunicato soltanto il diritto di ripensamento accordato al passeggero nel caso di contratto negoziato fuori dai locali commerciali o a distanza di cui all'art. 38, comma 1, lettera h) del Codice del Turismo⁴⁴.

48. In ogni caso, la Parte ha affermato di avere già posto rimedio inserendo nella seconda pagina del processo di prenotazione del sito di MSC apposite indicazioni⁴⁵.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

49. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 17 maggio 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

50. Con parere pervenuto in data 11 giugno 2013, 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:

- ai fini del giudizio di scorrettezza della pratica commerciale, le informazioni risultano oscure laddove il professionista pubblicizza crociere a prezzi diversi da quelli concretamente praticati; scarsa accessibilità, chiarezza e trasparenza caratterizzano le informazioni relative agli oneri aggiuntivi richiesti al momento dell'acquisto di una crociera; rileva infine il profilo della violazione dei diritti contrattuali spettanti ai consumatori;
- i messaggi in oggetto sono tali da non permettere al consumatore interessato una libera, consapevole ed autodeterminata valutazione circa la convenienza o meno dell'offerta.

⁴⁴ Cfr. art. 38, rubricato (Opuscolo informativo) "1. L'opuscolo indica in modo chiaro e preciso: [...] h) i termini, le modalità, il soggetto nei cui riguardi si esercita il diritto di recesso ai sensi degli articoli da 64 a 67 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, nel caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali o a distanza; [...]".

⁴⁵ Doc. 47, memoria del 16.5.2013, pag. 19: "Prima di proseguire con gli step di prenotazione prendi visione dei termini e condizioni generali di vendita con particolare attenzione alla procedura di prenotazione e acconto, alle condizioni di cancellazione della prenotazione, alle condizioni di recesso, agli eventuali costi aggiuntivi (ad es. pacchetti vari, escursioni, ecc.), alle condizioni di variazioni della tariffa nei casi specificamente indicati (variazione del costo del trasporto aereo, del costo del carburante, nonché dell'importo dei diritti, tasse o commissioni per i servizi d'imbarco/sbarco presso porti e aeroporti), nonché alle informazioni di carattere generale quanto a visti, passaporto e obblighi sanitari (per maggiori informazioni consulta la sessione 'documenti d'espatrio')".

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Questioni preliminari

51. Si evidenzia, in via preliminare, che le condotte contestate, considerate nel loro insieme, sono funzionalmente connesse ed integrano un'unica pratica ingannevole ed omissiva riconducibile ad un'unica strategia commerciale attuata da MSC per reclamizzare e vendere *on line* le proprie crociere.

52. In merito alla riconducibilità in capo a MSC delle informazioni commerciali diffuse sulla piattaforma *www.crocierissime.it*, l'accordo con Pigi Shipping e il disciplinare tecnico che integra le due piattaforme informatiche mette a disposizione del pubblico, tramite un link al sito *www.msccrociere.it*, i contenuti, nonché le condizioni e le modalità di fruizione delle offerte ideate e realizzate integralmente dal professionista. Pertanto, la società MSC è da ritenersi l'unico soggetto destinatario del presente provvedimento.

53. Per quanto concerne le questioni procedurali eccepite dalla Parte con riferimento alla presunta tardività dell'avvio da parte dell'Autorità, si evidenzia che la fase preistruttoria non deve comunque essere sommaria, ma sufficientemente analitica e non vincolata, quindi, ad un arco temporale limitato al fine di verificare la presenza di possibili profili suscettibili di condurre ad un necessario ed ulteriore approfondimento.

54. Relativamente alla ulteriore contestazione della presunta illegittimità del secondo provvedimento di proroga per particolari esigenze istruttorie, si rappresenta che, contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, ai sensi dell'art. 7, comma 2, del Regolamento in materia di procedure istruttorie la proroga è prevista "*in presenza di particolari esigenze istruttorie, nonché in caso di estensione soggettiva ed oggettiva del procedimento*" nulla indicando circa la necessità che tali esigenze si manifestino all'inizio dell'istruttoria.

Valutazioni di merito

55. Il procedimento avviato in data 2 ottobre 2012 ha tratto origine dalle modalità di promozione delle diverse offerte pubblicate nel sito del professionista come rilevate nel periodo aprile-settembre 2012. Successivamente all'avvio e all'estensione oggettiva del procedimento, il professionista ha in parte modificato le indicazioni commerciali e il contenuto dei Termini e Condizioni presenti sul proprio sito, non eliminando, tuttavia, le criticità all'epoca contestate relative alla sistematica differenza tra prezzi base pubblicati nel sito e quelli in concreto applicati per effetto di oneri aggiuntivi non esplicitati (quali la copertura assicurativa, le quote d'iscrizione ecc.) nonché la scarsa trasparenza, lacunosità e, in alcuni casi la scorrettezza delle informazioni circa i diritti, i termini e le condizioni di fruibilità delle crociere.

Informazioni ingannevoli ed omissive sui prezzi delle crociere

56. Le informazioni relative ai prezzi diffuse sul sito di MSC e nelle condizioni generali di vendita delle crociere costituiscono i principali strumenti informativi a disposizione dei potenziali acquirenti. Infatti, per acquisire ulteriori e più chiare informazioni il consumatore sarebbe tenuto ad assolvere un onere aggiuntivo recandosi presso le agenzie o intermediari di viaggio.

57. Rispetto alle condotte contestate, sussistono gravi omissioni informative in ordine al prezzo in concreto applicato. Infatti, le offerte turistiche di crociere di MSC sono pubblicizzate ad un prezzo iniziale notevolmente inferiore rispetto a quello effettivamente praticato dal professionista. Le evidenze documentali confermano i profili contestati in sede di avvio dell'istruttoria.

58. Al riguardo, al momento dell'avvio del procedimento *la quota d'iscrizione* non era indicata nel sito del professionista se non alla fine del processo di acquisto e nei T&C. Nella nuova

versione del sito tale voce di costo appare in modalità *pop up* e include le tasse portuali⁴⁶. Tale inclusione non è chiarita nel sito e le imposte di cui si tratta continuano a rimanere non definite in modo separato, anche dopo aver scelto la crociera e quindi i porti di partenza e di arrivo. La quota d'iscrizione, quindi, come risulta agli atti, una volta scelta la crociera è fissa.

59. Ulteriori costi aggiuntivi sono sottaciuti o, per lo meno, individuabili con difficoltà e tardivamente in sezioni diverse dalla pagina iniziale nella quale è collocato il *claim* principale del prezzo. Si fa riferimento, in particolare, al *premio di assicurazione* obbligatoria il cui importo nella precedente versione veniva reso noto solo nella fase finale della prenotazione (step 5). Nella versione attualmente in diffusione il premio assicurativo per persona reclamizzato nella pagina iniziale dell'offerta, pari ad "€24 p.p.", è il minimo, esentasse, addebitabile al passeggero, come risulta nella tabella riportata nell'art. 4 delle T&C. Il costo dell'assicurazione, come risulta in atti, è di entità variabile (da 24 a 170 euro + imposte) ed aumenterà proporzionalmente in base al valore della crociera, il quale a sua volta non corrisponderà mai al costo inizialmente reclamizzato.

60. Pertanto, il semplice inserimento nella nuova versione del sito della finestra che si apre in modalità *pop up* accanto al prezzo promozionale della crociera, all'interno della quale vengono inserite le voci di costo aggiuntivo riguardanti la quota di iscrizione e l'assicurazione, non rappresenta, a livello informativo, un elemento di immediata percezione per i consumatori circa il prezzo finale del viaggio che sarà loro applicato.

61. Considerazioni analoghe riguardano l'assenza di ogni informazione, nella precedente versione del sito, relativa all'applicazione dell'ulteriore onere rappresentato dalle *quote di servizio*. Tale indicazione era riportata in modo generico nei T&C e non veniva quantificata. Anche la versione attuale del sito mantiene tali lacune informative, non risultando l'entità delle *quote di servizio* immediatamente conoscibili nella loro esatta entità conferendo incertezza circa l'esatta quantificazione di tale voce di costo, che viene richiesta dal professionista solo in fase di *check out* della crociera. Sul punto, va considerato che la presentazione del prezzo di promozione e la sua scomposizione, deve indicare tutte le componenti di costo determinabili *ex ante*, esse devono essere presentate in modo tale da essere immediatamente intelligibili e non devono, dunque, essere introdotte passo dopo passo costringendo il consumatore a effettuare operazioni di calcolo per pervenire ad un'esatta percezione del corrispettivo per i servizi di crociera offerti. Per le voci di costo non determinabili *ex ante* il professionista avrebbe dovuto perlomeno inserire un *link* che rinviava alla descrizione delle variabili e/o dei diversi *range* di importi eventualmente addebitabili, senza esporre il solo valore minimo. Infatti, al consumatore deve essere garantito di conoscere già nella fase di aggancio il prezzo complessivo del pacchetto proposto, comprensivo di tutte le voci di costo, in quanto elemento essenziale al fine di valutare l'effettiva convenienza dell'offerta e compiere scelte consapevoli.

62. Infine, si osserva che a seguito della richiesta di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi ai prezzi in concreto praticati ai viaggiatori, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, il professionista ha prodotto documentazione inadeguata e non rappresentativa ai fini dell'incombente istruttorio avendo fornito dati aggregati e medi nonché fatture non dimostrative dell'eventuale adempimento all'onere, come indicato al punto (iv) delle Risultanze istruttorie.

⁴⁶ Come dichiarato dal professionista nell'audizione svolta del 28 gennaio 2013. Doc. 39 dell'indice, p. 3.

Informazioni omissive in ordine ai diritti contrattuali dei consumatori (recesso e rimborso) e altri elementi informativi non di prezzo

63. Numerose lacune informative sono rinvenibili delle modalità con le quali il professionista rende edotti i consumatori circa i loro diritti successivi all'acquisto della crociera. Si fa riferimento, in particolare, alla difficoltà di verificare il calcolo dell'aumento del prezzo concordato a seguito di incrementi del carburante, alla informativa resa sulla possibilità di recedere o optare per altre soluzioni di viaggio, all'entità dei rimborsi connessi alle diverse opzioni nonché alle carenze che contraddistinguono ulteriori elementi informativi, resi noti solo successivamente alla conclusione del contratto.

64. Le omissioni informative sono rinvenibili, in primo luogo, nell'articolo 3.1 T&C precedente, laddove l'informativa in ordine alla possibilità di recedere conseguente all'aumento del 10% del prezzo complessivo della crociera per aumento del costo del carburante risultava inadeguata. In particolare, le modalità di calcolo del rincaro erano descritte in maniera generica ed oscura, senza fornire alcuna data di riferimento per tale calcolo o ipotesi esemplificative. La nuova versione dei T&C dell'11 febbraio 2013 sana l'aspetto temporale indicando con precisione l'intervallo di riferimento (data di stampa del catalogo e 20° giorno prima della partenza o data del saldo) ma continua a non riportare alcun esempio di applicazione concreta del calcolo, in modo da risultare ancora non sufficientemente chiaro tale aspetto per il consumatore. Al riguardo va considerato che detti costi dovrebbe essere adeguatamente documentati dal venditore al fine di permettere al consumatore di verificare la richiesta del professionista sulla variazione unilaterale del prezzo, elemento quest'ultimo essenziale del contratto e una delle principali variabili del comportamento economico del consumatore. Nel caso di specie, il professionista non ha fornito alla clientela nelle condizioni generali di contratto pubblicate nei propri cataloghi un'informativa chiara e completa in ordine alle modalità di calcolo delle proprie richieste del c.d. *fuel surcharge*. La circostanza che il professionista non abbia mai applicato aumenti di prezzo a seguito del *fuel surcharge* risulta influente ai fini della valutazione della completezza, correttezza e trasparenza degli elementi informativi essenziali per le scelte economiche dei consumatori.

65. Contraddittorie appaiono altresì le informazioni relative alle somme da rimborsare ai viaggiatori nel caso in cui optino per una crociera qualitativamente inferiore o esercitino il diritto di recesso nelle diverse ipotesi stabilite nei T&C (aumento del prezzo superiore al 10%, modifiche o cancellazioni del contratto da parte del professionista). Al riguardo, si è accertato che i T&C, agli artt. 3, 10 e 11 nelle diverse versioni agli atti, fanno riferimento a importi definiti in modo diverso, parlando alternativamente di "*restituzione della differenza di prezzo*" o di "*il rimborso delle somme già versate*". Tale disomogeneità già di per sé è foriera di confusione per il consumatore. Inoltre, le somme già versate includono in tutto o in parte gli oneri aggiuntivi non ricompresi, invece, nel prezzo del pacchetto che, come emerso dalle risultanze istruttorie, non comprende la quota di iscrizione, il contributo spese per la gestione amministrativa della polizza assicurativa e le quote di servizio.

66. In relazione ai tempi entro i quali il professionista dovrebbe corrispondere il rimborso dovuto, solo nella nuova versione dei T&C e limitatamente alla restituzione della differenza di prezzo in caso di diminuzione dello stesso (art. 3.2ii penultima alinea) è stabilito il "*Termine di 5 Giorni prima della data di partenza prevista*". Nessuna previsione riguardo tempi certi di restituzione attiene al caso di recesso –per ogni motivo che rende esigibile tale diritto– e ai rimborsi parziali per tutte le altre ipotesi in cui essi sono stabiliti (artt. 3, 10 e 11). Tale informativa non è peraltro in linea con l'art. 42, comma 1, del Codice del Turismo che stabilisce che il rimborso sia in caso di recesso sia in caso di restituzione parziale deve essere corrisposto "*entro*

sette giorni lavorativi dal momento del recesso o della cancellazione [...]". La discordanza, nel caso di specie, concerne sia l'intervallo di tempo sia la data di riferimento entro cui tale scadenza viene calcolata. Sul punto si osserva che, anche a voler sostenere, come fa MSC, che non grava sul professionista l'onere di riprodurre nelle proprie condizioni generali di vendita tutte le regole giuridiche astrattamente applicabili ad un determinato rapporto contrattuale, l'operatore commerciale è tenuto, quanto meno, a non indicare solo parzialmente i propri doveri nei confronti dei consumatori, selezionando le informazioni contenute nella disciplina applicabile solo per la sua esclusiva finalità commerciale. Tale condotta può, infatti, risultare fuorviante per il consumatore, inducendolo a ritenere di potere esercitare i propri diritti contrattuali solo nei casi, alle condizioni e nei limiti prestabiliti dal professionista nelle proprie condizioni generali di vendita delle crociere che non contengono per lo meno un rinvio alla normativa di riferimento.

67. Ulteriori carenze informative in ordine alla possibilità di esercizio dei diritti contrattuali dei passeggeri sono rinvenibili nel successivo articolo 10.2 dei T&C laddove, nel riconoscere al passeggero i diritti di recesso e di rimborso in caso di modifiche della prenotazione apportate dalla società, fa riferimento a "*modifiche di portata considerevole ad uno o più elementi significativi del Contratto*". Pretendere che gli elementi della modifica contrattuale che fanno azionare i diritti di recesso e rimborso per il consumatore siano unilateralmente qualificati "*significativi*" dal professionista, peraltro senza alcuna base riferibile alle norme di settore, limitano l'ambito di esercizio di tali diritti contrattuali. Pertanto la previsione in esame costituisce una rilevante omissione informativa in ordine alla individuazione degli elementi della crociera o del pacchetto e delle modifiche *in grado di incidere in modo significativo sugli stessi elementi* e, di conseguenza, sulla fruibilità della vacanza.

68. Inoltre, indicazioni lacunose sono ancora rinvenibili in tutte le fasi della procedura di prenotazione sul sito *www.msccrociere.it* in relazione alle voci di costo sottratte al rimborso, quali la polizza assicurativa e il costo del biglietto aereo del volo eventualmente incluso nella crociera. Tale carenza informativa determina effetti pregiudizievole sulle scelte economiche dei consumatori i quali non vengono messi in condizione di comprendere nella sua interezza la complessiva portata economica del rapporto di consumo instaurato con MSC.

69. Da ultimo, si osserva che in tutte le versioni dei messaggi è presente una generica indicazione, riportata nell'art. 15.1. dei T&C, circa l'impossibilità per la società di rendere noto in anticipo il nome del vettore aereo e del tipo di velivolo o altro mezzo di trasporto utilizzato, ove inclusi nella crociera, limitandosi a dire che si tratta di voli di linea o charter operati da primarie compagnie aeree. Come emerso nel corso dell'istruttoria, il professionista è tenuto a fornire l'indicazione del vettore aereo operativo del volo sin dal primo contatto pubblicitario, coerentemente con quanto disposto dal codice del turismo⁴⁷. Secondo un consolidato orientamento dell'Autorità, confermato anche dalla giurisprudenza amministrativa, l'indicazione del nome del vettore aereo costituisce una rilevante informazione per le scelte economiche dei consumatori i quali potrebbero scegliere tra diversi pacchetti turistici proprio in funzione delle compagnie aeree più note ai fini di un viaggio ipoteticamente più confortevole e di maggiore fiducia.

Conclusioni

70. Per le su esposte motivazioni, le condotte di MSC, considerate nella loro unitarietà e riconducibili ad una unica pratica commerciale, sono da ritenersi ingannevoli e omissive in ordine alla prospettazione delle informazioni relative al prezzo - che deve essere immediatamente intelligibile e facilmente quantificabile ai fini di una corretta ed immediata cognizione da parte del

⁴⁷ Cfr. art. 36, comma 1, lett. g) e art. 38, comma 1, lett. a), Codice del Turismo.

consumatore del costo complessivo dei servizi di crociera pubblicizzati comprensivi degli oneri aggiuntivi - e all'esercizio dei diritti contrattuali dei viaggiatori.

71. La pratica in esame è da ritenersi scorretta anche sotto il profilo della diligenza professionale ragionevolmente esigibile dal professionista. Al riguardo, va considerato che MSC svolge la propria attività turistica a livello internazionale in un settore, quale quello della vendita di crociere, caratterizzato da continui contatti con il pubblico e per il quale è richiesto uno standard di diligenza informativa elevato al fine di preservare i consumatori da fuorvianti informazioni in ordine ad un servizio che comporta esborsi significativi e la cui mancata fruizione, nei termini inizialmente prospettati, può determinare un serio pregiudizio economico per gli acquirenti.

72. In conclusione, i comportamenti sopra esaminati, posti in essere dal professionista attraverso internet e catalogo disponibile anche on line, integrano una violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera d) e g) e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto contrari alla diligenza professionale e idonei a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei destinatari relativamente alle modalità, limiti e condizioni economiche di fruibilità delle crociere reclamizzate sul sito di MSC.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

73. 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€ tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

74. 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.

75. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della notevole dimensione del professionista, del fatto la pratica è suscettibile di avere un significativo impatto in ragione dell'avvenuta diffusione capillare dei messaggi pubblicitari attraverso la rete *internet*, dell'elevato livello di penetrazione delle stesse comunicazioni commerciali, capaci di raggiungere un numero significativo di consumatori, nonché del considerevole pregiudizio economico rappresentato dall'entità dei supplementi richiesti e dalle quote non rimborsabili.

76. Per quanto riguarda la durata della violazione, risulta che la pratica commerciale è stata realizzata mediante la diffusione di comunicazioni promozionali a partire almeno dal mese di agosto 2010 ad oggi.

77. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a MSC Crociere S.p.A. nella misura di 150.000 € (centocinquantamila 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, comma 2, 21, comma 1, lettere *d*) e *g*), e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di fuorvianti informazioni circa la prospettazione del prezzo delle crociere pubblicizzate ed all'esercizio dei diritti contrattuali dei viaggiatori, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

DELIBERA

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

b) di irrogare a MSC Crociere S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro);

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

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 del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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

PS8279 - CIR-CONSULENZA FINANZIARIA

Provvedimento n. 24423

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

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. 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

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;

VISTO il proprio provvedimento del 13 marzo 2013, con il quale è stata deliberata la non adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. C.I.R. Italia S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Il professionista, operante nel settore delle consulenze, a privati, concernenti i debiti, ha realizzato, per l'anno di imposta 2011, un fatturato di 359.500 euro.
2. CODACONS, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nell'aver diffuso, tramite il sito internet www.professionalprogress.it, un messaggio volto a promuovere ingannevolmente la facile possibilità di cancellare dalle banche dati dei cattivi pagatori i nominativi interessati, facendosi pagare, in anticipo, un importo pari ad €490. Le cancellazioni non possono effettuarsi, infatti, ove non ricorrano i presupposti di legge e non siano decorsi i tempi previsti dalla normativa.

4. Il messaggio, segnalato nel mese di maggio 2012 da un'Associazione di consumatori e successivamente riscontrato fino al mese di gennaio 2013, nel rilevare che "*una domanda frequente che viene fatta da chi si accinge a richiedere nuovi prestiti è quella di poter esser cancellati dalla banca dati dei cattivi pagatori*", presenta il professionista quale società che "*nasce per soddisfare le esigenze di tutti quei clienti che per un motivo o per l'altro non riescono ad accedere al mercato del credito ed hanno bisogno di essere riabilitati finanziariamente*". Il messaggio, inoltre, nella versione diffusa a maggio 2012, invita i consumatori a "*non perdere tempo con richieste di finanziamento che ti vengono continuamente bocciate sempre per gli stessi motivi. Affidati a chi di questo mestiere ha fatto una missione. Cos'è un piccolo investimento paragonato a ciò che potrai ottenere in cambio, riavere il tuo futuro? Effettua ora la tua cancellazione per ritornare presto e nuovamente finanziabile e meritevole, come già sei, sul mercato del credito. Acquista ora la tua cancellazione!*" e, in una seconda versione, riscontrata a gennaio 2013, sottolinea "*la solfa è sempre la stessa – non hai pagato una o più rate del tuo o dei*

tuoi prestiti/mutui? – sei stato segnalato per una sofferenza o un pignoramento a causa di un momento di difficoltà (...) ma anche la risposta purtroppo è sempre la stessa: non sei più finanziabile (...) purtroppo ti senti dire che non c'è niente da fare, che non dipende da loro, che tutto è automatizzato e, se ti dice bene, che devi aspettare non so quanto tempo per essere di nuovo finanziabile! (...) se vuoi continuare a fare “richieste di cancellazione” fallo pure, se vuoi invece seriamente risolvere non perdere altro tempo! Acquista ora la tua cancellazione al costo di sole 490 €. Adesso tocca solo a te decidere del tuo futuro!”

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 31 gennaio 2013 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8279 nei confronti del professionista per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

6. 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 del servizio offerto ed alla possibilità di conseguire i risultati prospettati.

7. In data 25 marzo 2013 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. 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) 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.”

Nello specifico, quindi, si rileva che:

- la notizia sul fatto che pende una richiesta di credito è conservata non oltre 180 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.

3) le altre evidenze

9. Nel corso del procedimento si è rilevato che il messaggio è stato diffuso da maggio 2012 a gennaio 2013.

4) Le argomentazioni difensive del professionista

10. Nel corso del procedimento il professionista ha rilevato che l'eventuale utente non sarebbe potuto mai essere fuorviato perché non poteva acquistare il servizio, in quanto la funzionalità del sito, con riferimento ai servizi relativi a prenotazione e incasso, non è mai stata attiva e che da febbraio il sito è stato bloccato e non è più visibile sul web.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

11. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 20 maggio 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

12. Con parere pervenuto in data 11 giugno 2013, 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:

- il comportamento posto in essere dal professionista risulta idoneo a indurre in errore le persone alle quali è rivolto e, a causa della sua scorrettezza, è suscettibile di pregiudicare il comportamento economico dei destinatari, inducendoli al contatto con il suddetto professionista in luogo di altri, in base a erronei convincimenti su caratteristiche essenziali del prodotto oggetto della comunicazione commerciale;
- il messaggio omette di specificare che le cancellazioni non possono effettuarsi ove non ricorrano i presupposti di legge e non siano decorsi i tempi previsti dalla normativa di settore, inducendo, al contrario, il consumatore medio a ritenere di poter senz'altro accedere a tale servizio;
- la formulazione e l'impostazione del messaggio sono idonee a indurre in errore il consumatore medio riguardo alla prestazione allo stesso offerta, dal momento che lo stesso è indotto a ritenere di poter ottenere con facilità la cancellazione del proprio nominativo dalle banche dati dei cattivi pagatori.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

13. Il messaggio in esame enfatizza la possibilità, tramite il servizio offerto dal professionista, di cancellare dalle banche dati dei cattivi pagatori i nominativi interessati.

14. 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, tra l'altro, non è in alcun modo indicato.

15. Quanto prospettato nel messaggio non appare, quindi, veritiero e attendibile. In base alle suindicate considerazioni, il messaggio in esame, quindi, deve ritenersi ingannevole in quanto idoneo a indurre in errore i consumatori riguardo alle caratteristiche e agli asseriti vantaggi del servizio promosso.

16. 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 ai 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 la modalità di pagamento on line non fosse attiva.

17. 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 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.

18. La pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 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

19. Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, 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, 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.

20. 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.

21. 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 aver raggiunto un considerevole numero di consumatori.

22. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che il messaggio è stato diffuso dal mese di maggio 2012 al mese di gennaio 2013.

23. 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, 21 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;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società C.I.R. Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla C.I.R. Italia 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.

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 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.

Il presente provvedimento verrà notificato 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, 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

PS8288 - ITELSI-STEMMA GUARDIA DI FINANZA

Provvedimento n. 24424

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

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;

VISTO il proprio provvedimento dell'11 aprile 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Itelsi S.r.l. (di seguito, anche "Itelsi"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attualmente soggetta a procedura fallimentare.
2. La Guardia di Finanza, Compagnia di Chiavari, in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nella diffusione sul proprio sito internet *www.itelsi.com*, dal 9 maggio 2012 al 10 dicembre 2012, di un messaggio pubblicitario, relativo ad una offerta per servizi "voce" e "dati e internet", oggetto di una "convenzione" con la Guardia di Finanza, nel quale è pubblicato lo stemma Araldico del Corpo.

4. Secondo la segnalazione della Guardia di Finanza il professionista, contrariamente a quanto riportato nel sito, non avrebbe instaurato alcuna convenzione con la Guardia di Finanza avente ad oggetto l'offerta tariffaria pubblicizzata e non avrebbe ricevuto alcuna autorizzazione alla spendita dello stemma araldico del Gruppo.

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

5. A fronte di una richiesta di collaborazione del 4 luglio 2012, il Nucleo Speciale Tutela Mercati con comunicazione del 6 dicembre 2012, ha evidenziato l'inesistenza di convenzioni tra la Guardia di Finanza e il professionista aventi ad oggetto specifiche promozioni tariffarie nonché di accordi per l'utilizzo da parte dell'impresa dello stemma Araldico del Corpo.

Attività istruttoria

6. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 19 dicembre 2012 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8288 nei confronti del professionista per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 23, lettera *d*), del Codice del Consumo.

7. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza della pratica, in quanto idonea, mediante l'utilizzo non autorizzato dello stemma della Guardia di Finanza e per il riferimento ad una "convenzione" inesistente, a indurre in errore il consumatore medio riguardo le caratteristiche dell'offerta, le qualifiche dell'operatore, le convenzioni in essere e i riconoscimenti ricevuti dal professionista da parte del Comando della Guardia di Finanza, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. È stata inoltre contestata l'idoneità della pratica ad indurre uno specifico gruppo di consumatori, i militari del corpo, a ritenere che esista una particolare e specifica convenzione, concordata tra le parti, per usufruire dei servizi ivi pubblicizzati a condizioni agevolate.

8. In data, 15 gennaio 2013 la comunicazione di avvio del procedimento è tornata al mittente per trasferimento del destinatario.

9. A fronte della richiesta di collaborazione del 17 gennaio 2013, il Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza ha comunicato all'Autorità in data 28 febbraio 2013 di aver provveduto alla notifica della comunicazione di avvio del procedimento il 6 febbraio 2013 nei confronti del curatore fallimentare del professionista.

10. In data 19 aprile 2013 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

11. Dalla segnalazione dalla Compagnia di Chiavari della Guardia di Finanza pervenuta in Autorità il 10 maggio 2012 si evince che, il Comando Regionale Liguria della Guardia di Finanza ha valutato in senso negativo la proposta commerciale di sottoscrizione di una convenzione per servizi "voce" e "dati e internet", proveniente dal professionista, comunicandone il relativo diniego con lettera del 21 febbraio 2012 e che, l'utilizzo dello stemma Araldico della Gdf da parte del professionista non è mai stato autorizzato dal Comandante Generale della Guardia di Finanza. Tali evidenze risultano confermate dalla indagini svolte per conto dell'Autorità dal Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza (cfr § 3).

12. Le pagine internet contestate, risultano diffuse dal 9 maggio 2012 e almeno sino al 10 dicembre 2012.

13. Il professionista non ha presentato, nel corso del procedimento, alcuna memoria difensiva.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 16 maggio 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

15. In data 4 giugno 2013, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, richiamando le statuizioni dell'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato in merito all'*actio finium regundorum* tra Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ha ravvisato l'impossibilità di rendere il parere richiesto.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Sulla competenza dell'Autorità

16. In via preliminare, si osserva che il presente procedimento ha ad oggetto un messaggio pubblicitario - fattispecie ricompresa nella definizione di pratica commerciale di cui all'articolo 18, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

17. L'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del decreto-legge 6 luglio 2012, n. 95, convertito nella legge n. 135/12¹ - che va letto alla luce dell'articolo 19, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 3, comma 4, della Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori - stabilisce che l'Autorità garante della concorrenza e del mercato è competente ad accertare e sanzionare le pratiche commerciali scorrette, con la sola esclusione di quelle poste in essere in settori per i quali esista una regolazione di fonte comunitaria, con finalità di tutela del consumatore, affidata ad altra autorità munita di poteri inibitori e sanzionatori e limitatamente agli aspetti regolati.

18. Si tratta di condizioni cumulative e di stretta interpretazione, in quanto derogano ad una direttiva di armonizzazione massima quale è la Direttiva 2005/29/CE.

19. In base a tali condizioni, la normativa settoriale può trovare applicazione in luogo di quella generale solo rispetto agli aspetti specifici delle pratiche commerciali scorrette non coperti dalle disposizioni del Codice del consumo. Tale situazione non ricorre ovviamente là dove la legge settoriale non rivesta carattere speciale limitandosi a richiamare il rispetto di precetti di carattere generale, quali ad esempio la buona fede, o la trasparenza dell'informazione.

20. In relazione alla prima condizione ("*regolazione di fonte comunitaria, con finalità di tutela del consumatore*") va osservato che nel settore delle telecomunicazioni il Codice delle Comunicazioni Elettroniche di cui al Decreto Legislativo 259/2003 recepisce diverse direttive europee². Si tratta, quindi, di una norma nazionale che ha senz'altro una radice comunitaria.

21. Solo la Direttiva 2002/22/CE³ relativa al servizio universale⁴ e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica affronta la materia della trasparenza delle

¹ L'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, della legge n. 135/12 (c.d. *spending review*) recita: "L'importo massimo delle sanzioni di cui all'articolo 27, commi 9 e 12, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, in materia di pratiche commerciali scorrette, la competenza ad accertare e sanzionare le quali è dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, escluso unicamente il caso in cui le pratiche commerciali scorrette siano poste in essere in settori in cui esista una regolazione di derivazione comunitaria, con finalità di tutela del consumatore, affidata ad altra autorità munita di poteri inibitori e sanzionatori e limitatamente agli aspetti regolati, è aumentato a 5.000.000 di euro".

² Il Codice delle Comunicazioni elettroniche ha come base giuridica 5 direttive comunitarie:
- direttiva 2002/19/CE del 7 marzo 2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (direttiva accesso);
- direttiva 2002/20/CE del 7 marzo 2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (direttiva autorizzazioni);
- la direttiva 2002/21/CE del 7 marzo 2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (direttiva quadro);
- direttiva 2002/22/CE del 7 marzo 2002, del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (direttiva servizio universale);
- direttiva 2002/77/CE del 16 settembre 2002 della Commissione, relativa alla concorrenza nei mercati delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica.

³ Direttiva modificata dalla direttiva 2009/136/CE recepita nel Codice delle Comunicazioni Elettroniche con il D.Lgs. 28 maggio 2012, n. 70.

⁴ Il cui fine, sulla base del considerando 4 della direttiva 2009/136/CE "consiste nel fornire agli utenti che ne fanno richiesta un allacciamento alla rete pubblica di comunicazione in postazione fissa e ad un prezzo abbordabile. L'esigenza riguarda la fornitura di servizi telefonici, telefax e di trasmissione dati a livello locale, nazionale e internazionale, che gli Stati membri possono limitarsi a fornire per la postazione o residenza principale dell'utente finale. Non dovrebbero esistere limitazioni quanto ai mezzi tecnici utilizzati, tecnologie con filo o senza filo, per rendere disponibili detti servizi né disposizioni vincolanti che stabiliscano quali operatori debbano assumersi la totalità o parte degli obblighi di servizio universale".

informazioni per gli utenti facendo salve, esplicitamente, le norme comunitarie in materia di tutela dei consumatori e le norme nazionali conformi al diritto comunitario.

22. In particolare, l'art. 21 prevede, al comma 1, che le autorità nazionali di regolamentazione possano imporre alle imprese di pubblicare informazioni trasparenti, comparabili, adeguate e aggiornate in merito ai prezzi e alle tariffe vigenti, a eventuali commissioni per cessazione di contratto e alle condizioni generali vigenti in materia di accesso e di uso dei servizi forniti agli utenti finali e ai consumatori, conformemente all'allegato II della direttiva.

23. L'allegato in esame elenca le informazioni di cui l'autorità di regolamentazione deve garantire la pubblicazione⁵ ma non si occupa del contenuto dei *claim* pubblicitari, ossia delle modalità con cui le informazioni, rese conoscibili mediante la pubblicazione, entrano, poi, nella comunicazione pubblicitaria, volta alla commercializzazione di un determinato prodotto o servizio. Del resto, che la direttiva non intervenga a disciplinare direttamente la pubblicità risulta confermato dal fatto che le informazioni elencate nell'allegato II possono essere pubblicate a cura o dell'autorità di regolamentazione o delle imprese. La scelta offerta dalla direttiva riguardo il soggetto su cui ricade l'onere di pubblicazione esclude, infatti, che l'obbligo di pubblicazione assolvere ad una funzione pubblicitaria, intesa nel senso di promozione commerciale del servizio.

24. L'art. 21 della direttiva 2002/22/CE prevede poi altre misure informative per il consumatore a carico delle autorità di regolamentazione tra le quali la promozione di piattaforme di confronto delle offerte e informazioni di pubblica utilità⁶ o interesse fornite dall'Autorità di regolamentazione in forma standardizzata⁷. L'onere di pubblicazione esclusivamente in carico al regolatore conferma la natura non pubblicitaria di tali informazioni.

25. Alla luce di quanto fin qui rilevato, le disposizioni della direttiva n. 2002/22/CE non si pongono, dunque, in un rapporto di specialità rispetto alla direttiva 2005/29/CE tale da giustificare la deroga alle sue disposizioni. Per cui, il contrasto tra discipline risulta già escluso a livello comunitario.

26. L'art. 21 e l'allegato II della direttiva 2002/22 sono stati recepiti, letteralmente, nell'art. 71 e nell'allegato 5 del Codice delle Comunicazioni Elettroniche, rispetto al quale valgono le medesime considerazioni sopra svolte.

27. L'unica norma nazionale di rango primario nel settore delle telecomunicazioni dove è menzionata la parola "pubblicità" è la legge istitutiva dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (legge n. 249/97) che all'art. 1, comma 6, lettera b), punto 5, dispone che la Commissione per i Servizi e i Prodotti (CSP) dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni "*in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite, emana i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge e regola l'interazione organizzata tra il fornitore del prodotto o servizio o il gestore di rete e l'utente, che comporti acquisizione di informazioni dall'utente, nonché l'utilizzazione delle informazioni relative agli utenti*". Questa norma, tuttavia, non avendo derivazione comunitaria, non è idonea ad escludere l'applicazione della normativa generale in materia di pratiche commerciali scorrette. Si tratta, peraltro, di una norma priva del carattere di

⁵ Nel dettaglio, 1) nome e indirizzo dell'impresa, 2) servizi telefonici offerti [descrizione, servizi inclusi, tariffe generali (che coprono accesso, costi di utenza, manutenzione e informazioni sugli sconti e sulle formule tariffarie speciali o destinate a categorie di utenti specifiche), indennizzi, manutenzione, condizioni contrattuali generali e durata minima], 3) dispositivi di risoluzione delle controversie, 4) informazioni in merito ai diritti inerenti al servizio universale

⁶ Quali la fornitura di informazioni sulle tariffe speciali, sui numeri di emergenza, sulle limitazioni all'accesso e le misurazioni del traffico, sul trattamento dei dati personali e il loro inserimento negli elenchi, sulle tariffe destinate ai disabili.

⁷ Attività illegali, contenuti dannosi che possono attentare al rispetto degli altrui diritti e libertà, i rischi per la sicurezza e per i dati personali.

specialità in quanto riconosce una competenza, senza dettare alcuna disciplina dettagliata in materia di pubblicità.

28. In conclusione, la direttiva comunitaria 2002/22 e le norme nazionali di recepimento disciplinano le informazioni da rendere di pubblico dominio – secondo formati standardizzati definiti dalla regolamentazione settoriale - al fine di migliorare la trasparenza del mercato delle telecomunicazioni e aumentare la possibilità di confronto e di scelta dell'utente, prevedendo sanzioni per le imprese in caso di inottemperanza all'obbligo di pubblicare sul proprio sito e/o di comunicare all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni gli schemi tariffari in vigore. La tutela dell'utente ivi perseguita, pur rilevante, ha natura diversa e complementare rispetto a quella offerta dalla normativa a tutela del consumatore dalla pubblicità ingannevole e, in generale, dalle pratiche commerciali scorrette; essa riguarda aspetti specifici e può esercitarsi solo "*limitatamente agli aspetti regolati*" come indicato dal citato art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del decreto legge n. 95 del 2012.

29. Prescindendo, quindi, dalla completezza degli schemi tariffari e dalla loro forma pubblica, la valutazione della correttezza di messaggi pubblicitari che invitano il consumatore all'acquisto di un bene o servizio e di come immagini, voci e scritte possano risultare ingannevoli agli occhi del consumatore medio rientrano pienamente nella competenza dell'Autorità.

30. Va, in ogni caso, precisato che se si dovesse accedere ad una diversa interpretazione del rapporto tra la normativa settoriale e quella generale in materia di pratiche commerciali scorrette, in virtù della quale la mera esistenza di una disciplina settoriale sarebbe sufficiente a derogare all'applicabilità delle disposizioni della direttiva 2005/29/CE, si opterebbe per una soluzione interpretativa in contrasto con il diritto comunitario. Quest'ultimo, infatti, al fine di garantire l'obiettivo di armonizzazione massima della direttiva 2005/29/CE, ha circoscritto l'ambito di operatività della deroga entro i limiti definiti dall'articolo 3, comma 4, della direttiva, precludendo interpretazioni volte ad escludere l'applicazione delle disposizioni di carattere generale in un intero settore. Per l'ordinamento comunitario, l'applicazione parallela e complementare della direttiva 2005/29/CE con le direttive settoriali rappresenta la regola e le sue deroghe delle eccezioni, ammissibili solo quando la disciplina speciale si occupi in modo specifico di determinati aspetti delle pratiche commerciali scorrette e solo limitatamente a tali profili; situazione questa sicuramente non rinvenibile nel caso di specie, per le ragioni precedentemente indicate. Né in senso contrario può essere richiamato l'orientamento espresso nelle Adunanze Plenarie del Consiglio di Stato, ormai definitivamente superato dopo l'articolo 23, comma 12 *quinquiesdecies*, del decreto-legge n. 95 del 2012.

Valutazioni di merito

31. La pratica commerciale oggetto del presente procedimento consiste nella prospettazione, da parte del professionista, nell'ambito di una campagna pubblicitaria diffusa tramite il proprio sito internet, diretta a promuovere alcune offerte per servizi voce e dati internet, di informazioni non rispondenti al vero circa la sussistenza di una specifica promozione tariffaria dedicata alla Guardia di Finanza in forza di una convenzione in realtà inesistente, nonché nella pubblicazione dello stemma Araldico del Gruppo senza alcuna autorizzazione.

32. Al riguardo, le evidenze in atti dimostrano che il professionista non ha mai instaurato alcuna convenzione con la Guardia di Finanza relativamente ad un servizio di telefonia e di invio sms e dati. Infatti, dalla segnalazione della Compagnia di Chiavari della Guardia di Finanza emerge che il Comando Regionale Liguria della G.d.f. ha valutato in senso negativo una proposta commerciale proveniente dal professionista comunicandone il relativo diniego con lettera del 21 febbraio 2012.

Tali evidenze risultano confermate dalla indagini svolte per conto dell'Autorità dal Nucleo Speciale Tutela Mercati.

33. Dalle risultanze istruttorie emerge, inoltre, che l'utilizzo dello stemma Araldico della Guardia di Finanza da parte del professionista non è mai stato autorizzato, così come richiesto dalla legge, dal Comandante Generale del Corpo.

34. Pertanto, la pratica commerciale risulta ingannevole in violazione dell'art. 21, comma 1 lettera f) del Codice del Consumo, in quanto idonea, mediante la falsa prospettazione di una convenzione con la Guardia di Finanza e la spendita mai autorizzata dello stemma araldico del Gruppo, a indurre in errore il consumatore medio circa l'esistenza di una affiliazione o di un accreditamento dell'operatore presso la Guardia di Finanza, inducendolo così a orientare le proprie scelte di consumo verso il professionista in virtù di tale falso presupposto.

35. La pratica, inoltre, risulta ingannevole in violazione dell'art. 20, commi 2 e 3, e dell'art. 21, comma 1, lettere b) e f), del Codice del Consumo, nella misura in cui è idonea a generare nel membro medio del gruppo di consumatori al quale la stessa si riferisce, i militari della Guardia di Finanza, per un verso, l'idea di poter usufruire dei servizi ivi pubblicizzati a condizioni agevolate sulla base del falso presupposto che la stessa sia oggetto di una particolare e specifica convenzione concordata tra le parti, in realtà, mai conclusa; per altro verso, l'idea che esista una affiliazione o un accreditamento dell'operatore presso l'Arma in ragione, oltre che della citata convenzione, anche della spendita, in realtà mai autorizzata, dello stemma araldico del gruppo.

36. Tale ultima condotta inoltre, deve ritenersi di per sé ingannevole in violazione dell'art. 23, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto consistente nella rappresentazione dello stemma araldico senza aver ricevuto alcuna autorizzazione da parte del Comandante Generale della Gdf.

37. Quanto, infine alla contrarietà alla diligenza professionale, non si riscontra nel caso di specie da parte del professionista il normale grado di competenza ed attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell'attività svolta, con particolare riferimento alla prospettazione di informazioni non rispondenti al vero circa l'esistenza di una convenzione con la Guardia di Finanza avente ad oggetto l'offerta tariffaria pubblicizzata e la spendita dello stemma araldico del Gruppo in assenza di una autorizzazione in tal senso, considerata anche la lunga durata della diffusione delle informazioni ingannevoli.

38. In conclusione, alla luce delle considerazioni svolte, la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, lettere b) e f), e 23, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea ad indurre in errore il consumatore medio nonché il membro medio del gruppo al quale il messaggio si riferisce.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

39. Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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.

Nel caso di specie si tiene altresì conto che parte della condotta si è realizzata nel periodo di vigenza della disciplina sanzionatoria previgente che prevedeva un massimo edittale inferiore, pari a 500.000 euro.

40. 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.

41. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione della pratica avvenuta tramite il sito *internet* del professionista. Con riguardo alla condotta posta in essere e al pregiudizio potenziale arrecato, in termini di idoneità ad alterare sensibilmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole, si rileva che, sulla base di quanto illustrato in motivazione, essa presenta un contenuto grave.

42. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 9 maggio 2012 al 10 dicembre 2012.

43. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Itelsì S.r.l. nella misura di 70.000 € (settantamila euro).

44. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza attenuante in quanto il professionista è in stato di fallimento, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 lettere *b)* e *f)*, e 23, lettera *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la falsa prospettazione dell'esistenza di una convenzione con la Guardia di Finanza e la spendita mai autorizzata dello stemma araldico del Gruppo, a indurre in errore il consumatore medio e il membro medio del gruppo di consumatori al quale la stessa si riferisce in merito alle qualifiche dell'operatore e alle caratteristiche del servizio offerto dal professionista;

DELIBERA

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

b) di irrogare alla società Itelsì S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila 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 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 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

PS8901 - JOKER-COSTUMI DI CARNEVALE

Provvedimento n. 24425

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*", come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO l'art. 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Joker S.r.l. (di seguito, Joker) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore della produzione e vendita all'ingrosso di giochi e giocattoli. La società presenta per l'anno 2012 un fatturato di circa 4.400.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nella diffusione delle confezioni di un costume per carnevale sulle quali compare l'immagine di un bambino con indosso un vestito raffigurante una fragola mentre, all'interno delle confezioni non è rinvenibile l'intera maschera carnevalesca, così come raffigurata sulle confezioni di cui trattasi, ma c'è solo il cappellino e la sagoma della fragola.

3. Il vestito viene raffigurato sulle confezioni indosso ad un bambino e risulta composto da un cappellino, una sagoma raffigurante il frutto, una calzamaglia verde con delle foglie in corrispondenza delle caviglie e nella parte alta a destra della confezione compare l'indicazione della taglia e la corrispondenza della stessa in relazione all'altezza indicata in centimetri.

4. In particolare da una segnalazione pervenuta il 19 febbraio 2013 emerge che la confezione risulta essere stata diffusa e rinvenibile in commercio nel mese di febbraio 2013.

5. Ciò premesso, la pratica commerciale oggetto del procedimento consiste nella diffusione di informazioni non corrette in ordine al contenuto delle confezioni della maschera carnevalesca per bambini a forma di fragola ovvero nell'omissione di informazioni rilevanti in ordine al reale contenuto delle confezioni di cui trattasi.

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

6. In relazione alla condotta commerciale sopra descritta in data 12 aprile 2013, è stato avviato nei confronti della società Joker S.r.l. il procedimento istruttorio PS8901.

7. In tale sede è stata, in particolare, ipotizzata la violazione delle disposizioni di cui agli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1, del Codice del Consumo.

Contestualmente all'avvio è stato richiesto al professionista di fornire informazioni in merito al contenuto effettivo delle confezioni oggetto del procedimento *de quo*, ai canali utilizzati per la vendita della maschera a forma di fragola ed al prezzo di vendita della stessa, alle taglie ed ai modelli esistenti, alla data di inizio di commercializzazione del prodotto di cui trattasi, al numero ed al tipo di punti vendita ove la maschera era reperibile distinguendo tra la grande distribuzione ed i negozi c.d. tradizionali che vendono i prodotti in questione, ed infine è stata chiesta la copia dell'ultimo bilancio della società.

8. In data 19 marzo 2013 il professionista ha presentato una memoria difensiva ed ha contestualmente risposto alla richiesta di informazioni.

9. In data 9 maggio 2013 è stata comunicata alla parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

10. Nelle difese si afferma che il periodo di commercializzazione del prodotto è circoscrivibile ai mesi da settembre 2012 a febbraio 2013; in tale periodo, sono state vendute 85 confezioni del costume a forma di pera e 104 confezioni del costume a forma di fragola a clienti tradizionali, mentre nella grande distribuzione, in particolare alla catena Auchan, sono state vendute 732 confezioni di costumi fragola/pera assortiti. Il prezzo delle maschere di cui trattasi è di 16,27 euro. Il contenuto delle confezioni delle maschere è composto dalla sagoma dei frutti e dal cappellino ed i costumi vengono prodotti in taglia unica consigliata per i bambini tra i cinque e i sette anni.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

11. Nella memoria difensiva la società Joker ha sostenuto che le confezioni la cui raffigurazione esterna non corrisponde al contenuto effettivo non sono idonee ad indurre in errore perché in nessuna parte delle confezioni delle maschere per bambini a forma di fragola e di pera di cui trattasi viene affermato che la tuta sia inclusa nella confezione stessa. Effettivamente il contenuto delle confezioni è composto dalla sola sagoma del frutto e dal relativo cappellino ed esiste in un'unica taglia. La parte, peraltro, afferma che le maschere di cui trattasi sono un prodotto assolutamente marginale e che in nessuna parte delle confezioni viene indicato che la tuta è inclusa nelle confezioni stesse.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

12. Oggetto del presente provvedimento è il messaggio diffuso sulle confezioni delle maschere da bambini a forma di fragola e di pera che costituisce una pratica commerciale.

13. Con specifico riferimento alle indicazioni riportate sulle confezioni dei prodotti di cui trattasi si rileva che le confezioni, sia della maschera a forma di fragola che quella a forma di pera, riportano l'immagine di un bambino con indosso una calzamaglia verde con delle foglie alle caviglie una sagoma che raffigura il frutto ed un cappellino sulla testa con l'indicazione della taglia e la corrispondenza della stessa in relazione all'altezza indicata in centimetri.

14. Risulta agli atti ed è stato confermato dall'operatore nelle difese depositate nell'ambito del procedimento, che in realtà le confezioni oggetto del procedimento contengono solamente la sagoma del frutto ed il cappellino e sono prodotte in un'unica taglia per bambini tra i cinque ed i sette anni.

15. Ciò premesso, la raffigurazione apposta sulle confezioni che mostrano oltre alla sagoma del frutto anche la calzamaglia, in assenza di qualunque avvertenza che consenta ai destinatari di

comprendere che all'intero delle confezioni la tuta con le foglie alle caviglie non è inserita, è idonea ad indurre in errore i destinatari del messaggio in ordine alle caratteristiche del prodotto commercializzato.

16. Sul punto, si rileva che quanto affermato dalla parte nelle difese in merito alla circostanza che in nessuna parte delle confezioni si afferma che la tuta è inserita nelle confezioni stesse, non può essere accolta. Infatti, tutti gli elementi grafici riportati sulla confezione tendono ad avvalorare l'idea che la confezione contenga una maschera di carnevale completa di ogni sua parte.

17. Si consideri in merito che la mera raffigurazione della maschera è, in assenza di qualunque specificazione in ordine alla circostanza che il contenuto della confezione è diverso da quanto raffigurato, idonea ad avvalorare la certezza che il prodotto che si acquista sia composto da tutti i pezzi raffigurati nel messaggio pubblicitario. Messaggio che si configura come il veicolo per informare i destinatari sul contenuto delle confezioni dei prodotti posti in vendita. L'ingannevolezza del messaggio risulta altresì rafforzata dalla presenza di un rettangolo sulle confezioni di cui trattasi con l'indicazione della taglia e la relativa altezza in centimetri della maschera. Infatti, questo elemento avvalora ulteriormente l'idea che vi siano diverse taglie dei costumi a forma di fragola e/o pera con diverse lunghezze delle calzamaglie raffigurate sulle confezioni.

18. Alla luce di quanto sopra esposto si ritiene che la condotta del professionista sostanziata nella diffusione dei messaggi pubblicitari veicolati tramite le confezioni dei prodotti di cui trattasi risulta scorretta in violazione degli art. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1, del Codice del Consumo.

19. Riguardo alla condotta oggetto del provvedimento *de quo* sussiste un deficit di diligenza professionale, atteso che i principi di correttezza e buona fede impongono in generale ai professionisti di informare correttamente i consumatori in ordine alle caratteristiche dei prodotti posti in vendita tanto più quando si tratta di prodotti per bambini.

20. Pertanto, sulla base di quanto precede, il messaggio oggetto del presente provvedimento risulta scorretto in violazione dell'art. 21, lettera *b)*, e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo in quanto omette di indicare l'esatto contenuto delle confezioni di cui trattasi utilizzando una raffigurazione idonea ad ingannare i destinatari dei messaggi circa il reale contenuto delle confezioni.

V. 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 500.000 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 potenziale idoneità dei messaggi ad indurre i consumatori in errore circa il contenuto della confezione a causa dell'immagine riprodotta sulla confezione.

24. Riguardo poi alla durata della violazione, la pratica commerciale risulta diffusa nel solo mese di febbraio 2013. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria in 5.000 €(cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Joker S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione.

b) che alla società Joker S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila 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.

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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.

Il presente provvedimento verrà notificato 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. 27, comma 13, del Codice del Consumo, 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'articolo 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

PS9026 – RHEINGOLF/EXPO-GUIDE

Avviso di avvio di procedimento istruttorio

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Informativa di avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 6, 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 **PS9026 – RHEINGOLF/EXPO-GUIDE**.

LE PARTI

Expo Guide S.C., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società, con sede legale in Messico, gestisce una banca dati on line denominata "*Guida per fiere ed espositori*", accessibile tramite il sito internet www.expo-guide.com, consultabile in diverse lingue, fra cui l'italiano, contenente informazioni sulle fiere programmate e in corso in diversi paesi europei ed extra-europei, oltre che sugli espositori e sugli organizzatori di tali eventi.

Confconsumatori – Confederazione Generale dei Consumatori, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons Veneto, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons Valle d'Aosta, Federconsumatori, Federconsumatori Lombardia/Milano, Federconsumatori Valle d'Aosta, Federconsumatori Toscana/Arezzo, Movimento Consumatori, Movimento Consumatori Varese, in qualità di associazioni segnalanti.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

Expo Guide S.C. fornisce un servizio oneroso in abbonamento della durata di tre anni, non liberamente richiesto dalle microimprese destinatarie della pratica commerciale, consistente nell'apposizione di un annuncio pubblicitario sull'annuario telematico presente sul sito internet del professionista all'indirizzo www.expo-guide.com. Le microimprese vengono a conoscenza dell'esistenza del vincolo contrattuale solo a seguito dell'invio del primo sollecito di pagamento della quota annuale, al quale segue, in caso di infruttuoso riscontro, l'invio di ulteriori solleciti ed intimazioni di pagamento accompagnati dalla minaccia di intraprendere nei loro confronti azioni legali di recupero credito. Il professionista, inoltre, ostacola di fatto l'esercizio del diritto di recesso dal servizio in abbonamento.

III. AVVISO

Con la presente si informano i soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento, che con comunicazione del 11 luglio 2013 (prot. n. 36848) è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti del Professionista, volto ad accertare l'eventuale violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettere *d*) ed *e*) nonché dell'art. 26, comma 1, lett. *f*) del Codice del Consumo.

Si informa inoltre che i soggetti interessati hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente gli elementi indicati nell'art. 10 del Regolamento.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Servizi della Direzione Generale tutela del consumatore ed il riferimento PS9026.

PS9026 – RHEINGOLF/EXPO-GUIDE*Avviso di avvio di procedimento istruttorio*

Oggetto: Comunicazione di **avvio del procedimento** ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo), nonché ai sensi dell'art. 6 del "*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 e contestuale **richiesta di informazioni** ai sensi dell'art. 12, comma 1, del Regolamento. **Procedimento per l'eventuale sospensione provvisoria** ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 8 del Regolamento.

I. Le Parti

1. Expo Guide S.C. (di seguito, anche Expo-Guide), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, let. *b*), del Codice del Consumo. Tale società, con sede legale in Messico, gestisce una banca dati on line, denominata "*Guida per fiere ed espositori*", accessibile tramite il sito internet www.expo-guide.com, consultabile in diverse lingue, fra cui l'italiano, contenente informazioni sulle fiere programmate e in corso in diversi paesi europei ed extra-europei, oltre che sugli espositori e sugli organizzatori di tali eventi.

2. Confconsumatori – Confederazione Generale dei Consumatori, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons Veneto, Coordinamento di Associazioni per la tutela dell'Ambiente e dei Diritti di Utenti e Consumatori – Codacons Valle d'Aosta, Federconsumatori, Federconsumatori Lombardia/Milano, Federconsumatori Valle d'Aosta, Federconsumatori Toscana/Arezzo, Movimento Consumatori, Movimento Consumatori Varese.

II. La pratica commerciale

3. Con segnalazioni pervenute nel periodo settembre 2011 – giugno 2013 oltre un centinaio di microimprese, ai sensi dell'art. 18, comma 1, let. *d-bis*) del Codice del Consumo, hanno segnalato che Expo-Guide iscrive, unilateralmente ed a loro insaputa, i dati aziendali che le riguardano in un database presente esclusivamente on line sul sito internet www.expo-guide.com, al solo fine di promuovere la sottoscrizione di un abbonamento pluriennale ad un servizio di annunci pubblicitari a pagamento. Il professionista, in particolare, con il pretesto di far verificare e correggere alle microimprese eteronomamente pre-iscritte i dati inseriti nel database telematico, procede all'invio nei loro confronti di una comunicazione dai toni intimidatori al fine di condizionarne indebitamente il processo decisionale e far sì che sottoscrivano un abbonamento triennale. Expo-Guide, dopo aver atteso la scadenza dei termini per prevenire il consolidarsi del vincolo contrattuale, ostacolando di fatto l'esercizio del diritto di recesso, compulsa le microimprese inviando loro ripetuti solleciti di pagamento delle rate annuali dell'abbonamento e procede, nel caso in cui non vadano a buon fine, a reiterarli insieme alla minaccia di adire le competenti autorità giudiziarie per recuperare il credito indebitamente vantato.

4. In particolare, in ordine a tale complessa pratica commerciale, sono individuabili le condotte di seguito descritte.

i) *Indebito condizionamento del processo decisionale delle microimprese tramite la pre-iscrizione unilaterale delle microimprese nel database telematico ai fini della sottoscrizione del servizio in abbonamento di annunci pubblicitari a pagamento*

5. La pratica commerciale asseritamente realizzata dal professionista trae origine dalla pre-iscrizione delle microimprese, che hanno *aliunde* provveduto ad iscriversi a eventi fieristici di futura realizzazione al fine di prendervi parte, nel database on line del professionista presente sul sito internet www.expo-guide.com e denominato “Guida per fiere ed espositori”. Tale pre-iscrizione non viene in alcun modo richiesta dalle microimprese coinvolte le quali, in questa fase della pratica commerciale, sono completamente all’oscuro di questo fatto, in quanto il professionista non procede a comunicare loro alcunché.

6. In seguito alla fase di pre-iscrizione Expo-Guide provvede a contattare per la prima volta le microimprese coinvolte mediante l’invio, a mezzo posta o via e-mail, di una lettera nella quale, con toni perentori e intimidatori, lo stesso invita i destinatari a verificare i dati registrati, servendosi anche della denominazione sociale dell’ente che organizza l’evento fieristico al quale è iscritta la microimpresa contattata, senza tuttavia avere alcuna autorizzazione in tal senso da parte del titolare del segno distintivo speso.

7. In particolare, il tenore della lettera inviata alle microimprese risulta il seguente “*Gentili Signori, Nel modulo allegato, troverete le informazioni riguardanti la Vostra impresa attualmente presenti in archivio. Se la conferma della validità dei dati della Vostra impresa non dovesse essere ricevuta in tempo, i Vostri dati potrebbero essere cancellati nel prossimo processo di revisione. L’aggiornamento della Vostra iscrizione già esistente nella guida espositori è essenziale per garantire una comunicazione priva di problemi per tutti i visitatori che volessero contattarVi, e per garantire che vengano pubblicati solo dati accurati. Poiché siete responsabili per la partecipazione a fiere della Vostra impresa, Vi chiediamo di presentare ogni correzione necessaria dei Vostri dati su www.expo-guide.com. Una volta corretta, la Vostra registrazione gratuita sarà pubblicata fra i risultati di ricerca prioritari. Se dovesse essere Vostra intenzione piazzare un’inserzione a pagamento, vogliate usare il modulo d’ordine allegato. Modificare i dati gratuitamente può solo essere fatto in linea. Expo-Guide è indipendente, oggettiva e non affiliata ad alcun organizzatore di fiera o operatore di marketing. Auspicando che i dati vengano controllati attentamente, e che si proceda alla loro attualizzazione, cogliamo l’occasione per porgere i nostri più distinti saluti*” (enfasi aggiunta). Un *fac-simile* di tale lettera è pubblicata anche sul sito internet www.expo-guide.com. Il re-invio da parte delle microimprese del modulo che Expo-Guide allega alla predetta comunicazione determina la sottoscrizione inconsapevole dell’abbonamento triennale al servizio di annunci pubblicitari a pagamento, consistenti nel collocare nei singoli account unilateralmente creati nella fase di pre-iscrizione un’apposita sezione denominata “*Integrated Website*” contenente dati già pubblicamente rinvenibili quali: sito internet, anno di fondazione, numeri di contatto (telefono e fax), nominativo della persona di contatto, partita IVA e livello di attività; nonché della descrizione generica dell’attività della microimpresa e localizzazione geografica della sede mediante il servizio gratuito *Google Maps*.

ii) *Invio di indebiti e ripetuti solleciti di pagamento nei confronti delle microimprese, accompagnati dalla minaccia di intraprendere azioni giudiziarie per il recupero del credito vantato*

8. Expo-Guide, successivamente alla sottoscrizione dell’abbonamento da parte delle microimprese secondo le modalità descritte al punto precedente, procede all’invio di un avviso di pagamento per un importo pari a 1.271 euro, equivalente al corrispettivo dovuto per il primo anno.

9. Nel caso in cui il professionista non riesca a riscuotere il credito con la prima richiesta, reitera l'invio del sollecito di pagamento della rata e degli interessi di mora maturati sul credito, a cui fa seguito, nel caso di infruttuoso riscontro, la notifica di un ulteriore sollecito a cura del proprio dipartimento giuridico. Per questa via Expo-Guide rende edotte le microimprese asseritamente debtrici del fatto che, nel caso in cui continuino a perseverare nell'inadempimento del credito, si provvederà all'esecuzione in via coatta dello stesso. In particolare, la suddetta nota legale reca la seguente formula "*Il presente è il Vostro ultimo sollecito. Se la fattura pendente (vedasi sotto) non dovesse venire saldata entro il termine ultimo di sette giorni, non ci lascerete altra opzione che procedere per il recupero del credito*" (enfasi aggiunta).

10. Nei solleciti di pagamento successivi al primo il professionista computa, per la prima volta nel calcolo della somma dovuta, anche gli interessi e le spese di mora maturati, con aggravio dell'esposizione debitoria delle microimprese coinvolte dalla pratica commerciale.

iii) Ostacoli all'esercizio del diritto di recesso da parte delle microimprese

11. Il professionista si assicura che le microimprese incorrano nel vincolo contrattuale pluriennale impedendo di fatto a queste ultime di esercitare il diritto di recesso. Infatti, le modalità di sottoscrizione dell'abbonamento sono tali che i soggetti coinvolti assumono consapevolezza di essersi contrattualmente impegnati solo dopo aver ricevuto la prima sollecitazione di pagamento, relativa al rateo annuale dovuto per il primo anno di abbonamento, che Expo-Guide ha cura di inviare solo quando sono già spirati i termini per l'esercizio del diritto di recesso.

12. A tale riguardo, la facoltà di recesso concessa alle microimprese viene riportata in forma inintelligibile nella parte bassa del modulo di correzione/sottoscrizione dei dati, mediante l'impiego di caratteri di dimensioni decisamente più ridotte rispetto al resto del contenuto del documento.

III. Possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale

13. I comportamenti descritti al punto II della presente comunicazione potrebbero integrare ipotesi di violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lett. *d*) ed *e*), nonché 26, comma 1, lett. *f*) del Codice del Consumo, in quanto idonei a esercitare un indebito condizionamento e limitare così in maniera significativa la libertà di scelta delle microimprese in merito alla fruizione di un servizio a titolo oneroso e non richiesto avente ad oggetto l'inclusione in un database telematico sul sito internet www.expo-guide.com.

14. Expo-Guide, infatti, pone in essere una pratica commerciale aggressiva in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo che si articola in diverse condotte e si serve di strumenti attuativi eterogenei, ponendosi in contrasto con la diligenza professionale e risultando idonea ad alterare il comportamento economico delle microimprese.

15. L'inclusione non richiesta di riferimenti delle microimprese che partecipano ad eventi fieristici ("pre-iscrizione"), all'interno del database on line consultabile sul proprio sito internet www.expo-guide.com costituisce l'espedito sul quale si poggia la costruzione dell'intera pratica. Il tenore intimidatorio della lettera inviata potrebbe condizionare indebitamente la libertà di scelta delle microimprese in quanto il professionista, spendendo anche il nome dell'ente fieristico che organizza l'evento cui queste ultime intendono partecipare, minaccia la possibile cancellazione dal database nei confronti dei soggetti che non provvederanno alla correzione e/o alla conferma dei dati commerciali unilateralmente ed eteronomamente inseriti nello stesso. Attraverso tale meccanismo Expo-Guide coarta la volontà delle microimprese spingendole ad abbonarsi sulla scorta del timore di essere de-registrate e quindi di non poter prendere parte all'evento fieristico

che le riguarda. L'aggressività della pratica commerciale altera in tale misura il processo decisionale delle microimprese, che esse, come risulta dalle centinaia di segnalazioni ricevute, non sono in grado di attivarsi con la modalità gratuita di correzione dei propri dati agendo direttamente dal sito internet di Expo-Guide, ma sono sempre portate a re-inviare il modulo e, quindi, a sottoscrivere l'oneroso servizio in abbonamento.

16. Inoltre, le microimprese assumono piena consapevolezza del fatto di aver sottoscritto l'abbonamento oneroso ad un servizio non voluto soltanto nel momento in cui Expo-Guide fa loro pervenire la prima richiesta di pagamento successivamente alla scadenza dei termini per esercitare il diritto di recesso, frapponendo, di fatto, un ostacolo insormontabile all'esercizio di tale facoltà. La neutralizzazione del diritto di recesso, mediante le modalità innanzi descritte costituirebbe uno degli elementi che, nel caso di specie, concorrono a connotare l'aggressività della pratica contestata ai sensi dell'art. 25, comma 1, let. d) del Codice del Consumo.

17. Al fine di ottenere il pagamento del servizio non richiesto, Expo-Guide provvede all'inoltro di ripetuti avvisi ed intimazioni, rinnovati allo scadere di ogni annualità, che potrebbero configurare una pratica *ex se* aggressiva ai sensi dell'art. 26, comma 1, let. f) del Codice del Consumo. Potrebbe, altresì, concorrere ad aumentare il carattere aggressivo ed intimidatorio della pratica commerciale, la circostanza che il professionista non si limita solo ad inviare tali solleciti di pagamento ma minaccia di agire coattivamente nei confronti delle microimprese innanzi alle competenti autorità giudiziarie. Anche tale aspetto concorrerebbe a corroborare l'aggressività della pratica commerciale oggetto di contestazione, potendo integrare gli estremi di una violazione dell'art. 25, comma 1, let. e) del Codice del Consumo.

IV. Presupposti per la sospensione provvisoria della pratica

18. Sulla base degli elementi acquisiti sussistono nel caso di specie i presupposti perché l'Autorità deliberi, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, la sospensione provvisoria dell'intera pratica commerciale, che riguarda la mancata informativa alle microimprese riguardo la loro pre-iscrizione, unilaterale ed eteronoma, nell'annuario telematico, l'utilizzo delle informazioni ivi contenute per rivolgere alle microimprese una comunicazione commerciale aggressiva al fine di condizionarle indebitamente alla sottoscrizione di un abbonamento pluriennale avente ad oggetto l'erogazione di un servizio pubblicitario a pagamento sul sito internet www.expo-guide.com, l'invio di continui solleciti di pagamento, fuori dei termini per esercitare il diritto di recesso, accompagnati anche dalla minaccia di intraprendere azioni legali di recupero credito per un servizio non richiesto consapevolmente.

19. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, le diverse condotte in cui si articola la pratica commerciale contestata presentano, come sopra indicato, profili di aggressività tali da limitare considerevolmente la libertà di scelta delle microimprese, inducendole ad assumere una decisione di natura commerciale, l'iscrizione all'annuario telematico, che non avrebbero altrimenti preso.

20. Sotto il profilo del *periculum in mora*, la pratica commerciale risulta tuttora in atto, come dimostra l'elevato numero di segnalazioni che si continuano a ricevere quasi quotidianamente e dunque potenzialmente idonea, in virtù dell'elevato numero di eventi fieristici che vengono organizzati nel corso dell'anno, a coinvolgere un numero crescente di microimprese.

V. Modalità e termini istruttori

21. Sulla base di quanto precede, con la presente si comunica:

- a) l'avvio del procedimento, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare le ipotesi di violazione menzionate al **punto III**;

- b) che il responsabile del procedimento è il dott. Luca Biffaro;
- c) che il procedimento si concluderà entro **210 giorni** dalla data di protocollo della presente comunicazione, ai sensi dell'art. 7 del Regolamento;
- d) che il responsabile del procedimento provvederà a comunicare, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria;
- e) che il responsabile del procedimento richiederà il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento;
- f) che l'ufficio presso cui le Parti possono accedere agli atti del procedimento, previa richiesta scritta e contatto telefonico per stabilire le modalità dell'accesso, è la Direzione Servizi della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore (tel. 06/85821574, fax. 06/85821539). L'accesso potrà essere effettuato direttamente dalle Parti o da persona delegata per iscritto;
- g) che le Parti possono presentare memorie scritte e documenti entro **30 giorni** dal ricevimento della presente. **Il termine indicato è ridotto a 15 giorni con riferimento a memorie e documenti utili alla valutazione dei presupposti per l'eventuale sospensione provvisoria della pratica commerciale, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento.**

VI. Richiesta di informazioni

22. Al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale sopra illustrata, si chiede a Expo Guide S.C. di voler fornire, **entro 30 giorni** dal ricevimento della presente, le informazioni (corredate dalla relativa documentazione, anche a rilevanza interna), di seguito precisate:

1. descrivere l'organizzazione dell'impresa specificando la struttura societaria ed organizzativa (amministrativa e tecnica) di supporto a livello centrale, europeo e in Italia;
2. indicare i criteri con cui sono state selezionate le microimprese italiane a cui è stata inviata la lettera contenente l'offerta promozionale di Expo-Guide corredata del modulo di correzione dei dati;
3. fornire il numero degli eventi fieristici registrati nel vostro sito specificando, per ciascun anno, l'elenco di quelli ai quali è registrato almeno un partecipante italiano;
4. fornire il numero, l'elenco dei sottoscrittori italiani e la data dell'abbonamento triennale oneroso alla banca dati on line nel periodo settembre 2011 a tutt'oggi;
5. fornire il numero di soggetti ai quali è stato concesso il recesso a seguito della richiesta in tal senso;
6. ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

23. Le informazioni e i documenti richiesti, nonché le eventuali memorie, possono essere trasmessi anche su adeguato supporto informatico.

24. Ai sensi dell'art. 11, comma 7, del Regolamento, è possibile indicare le specifiche informazioni e le parti dei documenti forniti di cui si chiede di salvaguardare la riservatezza o la segretezza, indicando le motivazioni che giustificano tale richiesta. A tal fine, si chiede cortesemente di trasmettere anche una versione non confidenziale dei documenti contenenti informazioni riservate.

25. Nell'attesa degli elementi informativi richiesti, si rammenta che, ai sensi dell'art. 27, comma 4, del Codice del Consumo, il soggetto interpellato è sottoposto, con provvedimento dell'Autorità, ad una sanzione amministrativa pecuniaria da 2.000 a 20.000 euro se rifiuta o ometta senza giustificato motivo di fornire le informazioni o di esibire i documenti richiesti, ovvero ad una sanzione amministrativa pecuniaria da 4.000 a 40.000 euro se fornisce informazioni o esibisce documenti non veritieri.

26. Ai fini della quantificazione della eventuale sanzione pecuniaria di cui all'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo e all'ars. 23, comma 12-*quinquiesdecies* del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135 si chiede a Expo Guide S.C. di voler fornire copia dell'ultimo bilancio approvato ovvero idonea documentazione fiscale da cui emergano i risultati economici relativi all'esercizio considerato.

27. Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al caso in questione, si prega di citare la Direzione Servizi della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore ed il riferimento PS9026. Per eventuali chiarimenti ed informazioni è possibile rivolgersi al dottor Luca Biffaro, al numero 06/85821574, fax. n. 06/85821539.

28. Si allega informativa ai sensi dell'art. 13 del Decreto Legislativo n. 196/2003.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Informativa sul trattamento dei dati personali (art. 13 del D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196)

Si informa che i dati personali che la riguardano acquisiti dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (titolare del trattamento) sono utilizzati solamente per lo svolgimento delle attività ad essa demandate dalla disciplina della *Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del Consumo" e successive modificazioni*, nonché del *Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145* e dalla disciplina del *Decreto Legislativo n. 70/2003*.

Il conferimento di questi dati è strettamente funzionale allo svolgimento di tali attività e il relativo trattamento sarà 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 comunicati a soggetti pubblici sulla base delle disposizioni di legge o regolamento ed eventualmente ai soggetti privati che vi abbiano interesse in applicazione della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi. I medesimi dati possono essere diffusi nel bollettino e sul sito istituzionale dell'Autorità (www.agcm.it) nei limiti consentiti dalla legge e dai regolamenti.

Nei confronti dei dati che lo riguardano l'interessato può esercitare i diritti di cui all'art. 7 del Decreto Legislativo n. 196/2003 (ad esempio, il diritto di accedere ai propri dati e di ottenerne la comunicazione in forma intelligibile, chiederne eventualmente la rettifica o l'aggiornamento), rivolgendo un'istanza all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

CLAUSOLE VESSATORIE

CV32 - REGES-MOROSITÀ PREGRESSE SERVIZI IDRICI

Provvedimento n. 24421

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, pubblicato nella G.U. n. 200 del 28 agosto 2012;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Re.G.E.S. – Reggio Gestione Entrate e Servizi S.p.A.(di seguito, REGES), società a cui il Comune di Reggio Calabria ha affidato i servizi di accertamento, liquidazione e riscossione delle entrate di natura tributaria e patrimoniale in relazione anche al servizio idrico integrato.

2. Comune di Reggio Calabria, in qualità di soggetto concedente la gestione del servizio idrico e che ha adottato il modulo contrattuale contenente la clausola oggetto di valutazione nel presente provvedimento.

3. Unione Nazionale Consumatori della Calabria (di seguito UNC Calabria), in qualità di associazione segnalante.

II. LA CLAUSOLA OGGETTO DI VALUTAZIONE

4. La clausola oggetto di valutazione è relativa alla richiesta di pagamento delle morosità pregresse contenuta nel modulo in uso per la voltura dell'utenza del servizio idrico. In particolare, alla pagina 2, nella sezione dedicata alla documentazione da allegare, al punto B, "*Nuovo Allaccio e Voltura*" è riportata la seguente previsione per la richiesta di voltura: "*(solo per la voltura) dimostrazione dell'avvenuto pagamento delle fatturazioni relative all'utenza da volturare e non andate in prescrizione*".

5. Il modulo, che è scaricabile dal sito di REGES all'indirizzo www.reges-spa.it/servizioidricointegrato.htm, si articola in un'istanza indirizzata formalmente al Sindaco del Comune di Reggio Calabria – Ufficio Acquedotti e si compone di quattro pagine prestampate con sezioni da riempire da parte del richiedente¹.

¹ Cfr. doc. 12 del fascicolo istruttorio.

Nella prima pagina, sono riportati i campi relativi ai dati personali del soggetto che formula l'istanza, al titolo di possesso e all'indirizzo dell'immobile nonché all'oggetto della richiesta (nuovo allaccio, voltura dell'utenza, cessazione dell'utenza, sostituzione del contatore, spostamento del punto di presa, modifica del recapito postale).

Nella seconda pagina, al di sotto dei campi destinati alla sottoscrizione della richiesta, è riportato l'elenco dei documenti da allegare e degli adempimenti connessi alla presentazione dell'istanza. La tipologia di documenti è distinta a seconda dell'oggetto della richiesta.

Nella terza e quarta pagina, sono riportate le norme di attuazione e i campi destinati ad essere riempiti dagli Uffici in caso di accettazione dell'istanza.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) *L'iter del procedimento*

i) **L'attività preistruttoria: la moral suasion**

6. In data 31 ottobre 2012², perveniva una segnalazione dell'UNC Calabria in cui si lamentava che la voltura del servizio idrico nel Comune di Reggio Calabria fosse subordinata alla richiesta di pagamento e all'esibizione di copia dei bollettini dei versamenti degli ultimi cinque anni relativi all'utenza da volturare.

7. In allegato alla richiesta di intervento di UNC Calabria, è stata depositata copia di una richiesta della predetta documentazione (bollettini di pagamento delle utenze degli ultimi cinque anni) da parte di REGES indirizzata ad un utente in data 22 giugno 2010. Inoltre, è stata depositata in atti una successiva comunicazione del 25 luglio 2011 della Commissione Nazionale per la Vigilanza sulle Risorse Idriche³ indirizzata al Comune di Reggio Calabria ove il Presidente della predetta Commissione esprimeva perplessità proprio in merito alla congruità/vessatorietà della richiesta di dimostrare il pagamento dell'utenza idrica nei precedenti cinque anni (termine di prescrizione) da parte del richiedente la voltura⁴.

8. A seguito della predetta richiesta di intervento dell'UNC Calabria, con nota trasmessa in data 23 novembre 2012 dalla Direzione Clausole Vessatorie della Direzione Generale della Tutela del Consumatore, formulata ai sensi dell'articolo 21, comma 4 del Regolamento (*moral suasion*)⁵, REGES è stata informata della probabile vessatorietà ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo, della clausola descritta al punto II del presente provvedimento. Dalla lettura della nota di risposta di REGES, pervenuta in data 24 dicembre 2012⁶ nonché da alcune rilevazioni d'ufficio⁷, risulta che la predetta clausola contenuta nel modulo era ancora in uso.

² Cfr. doc. 8. La richiesta di intervento di UNC Calabria fa seguito ad una precedente segnalazione pervenuta dalla stessa associazione in data 27 settembre 2007 ed acquisita agli atti del procedimento (cfr. doc. 1) a seguito della quale era stata fatta una richiesta di informazioni degli Uffici del 25 febbraio 2010 (doc. 6) formulata nell'ambito del fascicolo istruttorio PS3549 a cui REGES aveva risposto con nota del 9 marzo 2010 (doc.7).

³ Tale ente è stato soppresso con articolo 21, comma 20, del Decreto Legge 6 dicembre 2011, n. 201 convertito con Legge 22 dicembre 2011, n. 214.

⁴ In particolare, il testo della predetta comunicazione della Commissione Nazionale per la Vigilanza sulle Risorse Idriche riporta le seguenti considerazioni: "Al riguardo, a questa Commissione, verificata la congruità delle altre condizioni richieste, permangono perplessità relativamente all'obbligo di presentare i bollettini dei versamenti degli ultimi cinque anni, sembrando che tale previsione ponga in capo al nuovo utente le eventuali inadempienze di una precedente utenza".

⁵ Cfr. doc. 9.

⁶ Cfr. doc. 11.

⁷ Cfr. doc. 12.

ii) Il procedimento

9. Alla luce degli elementi raccolti in sede preistruttoria, in data 1° febbraio 2013, è stato avviato il procedimento *CV32 – Reges-morosità pregresse servizi idrici* nei confronti della società REGES.

10. Nella comunicazione di avvio del procedimento, è stato rappresentato alla società REGES che la clausola descritta al punto II del presente provvedimento, in sé e tenuto conto delle altre clausole contrattuali, avrebbe potuto essere vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 del Codice del Consumo in quanto tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

11. In particolare, nella comunicazione di avvio, è stato rappresentato che la clausola in esame subordina in maniera generalizzata la richiesta di voltura di un'utenza idrica già attiva al previo pagamento, da parte del consumatore richiedente la voltura, delle morosità pregresse e non ancora prescritte relative a consumi idrici precedenti, dunque, al pagamento di corrispettivi che potrebbero non essere correlati ad alcuna controprestazione nei confronti del predetto consumatore; ciò, oltretutto, in relazione ad un servizio fornito in regime di monopolio nell'area geografica interessata.

12. Informata l'Autorità nella sua adunanza del 31 gennaio 2013, ai sensi dell'art. 21, comma 6, del Regolamento, è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 bis, comma 1, del *Codice del Consumo* tramite la pubblicazione di un comunicato sul sito istituzionale dell'Autorità.

13. Nell'ambito della consultazione, in data 13 febbraio 2013, sono pervenute le osservazioni di Assoconsumatori.

14. In data 25 febbraio 2013, è pervenuta la memoria di REGES.

15. In data 18 marzo 2013, UNC Calabria ha prodotto copie di alcune note di diffida inviate dall'associazione segnalante a REGES e al Comune di Reggio Calabria⁸.

16. In data 9 maggio 2013, il procedimento è stato esteso nei confronti del Comune di Reggio Calabria. Contestualmente alla predetta comunicazione, ai sensi dell'articolo 12, comma 1 del Regolamento, veniva formulata una richiesta di informazioni al Comune di Reggio Calabria.

17. A seguito della predetta comunicazione di estensione del 9 maggio 2013, in data 3 giugno 2013, REGES ha depositato un'ulteriore nota difensiva⁹. In data 4 giugno 2013, è pervenuta una memoria del Comune di Reggio Calabria con le informazioni richieste nella comunicazione di estensione del 9 maggio 2013¹⁰.

18. In data 4 giugno 2013, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

19. Né REGES né il Comune di Reggio Calabria hanno presentato istanza di accesso agli atti del fascicolo nel corso del procedimento.

b) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell'Autorità

20. Nel corso della consultazione, sono pervenute le osservazioni di Assoconsumatori che ha rilevato la vessatorietà della clausola oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio, sottolineando che essa comporta una sensibile menomazione del diritto alla libera disponibilità della proprietà immobiliare, perché se un inquilino non paga e va via dal domicilio lasciando una morosità per l'utenza dell'acqua, il proprietario dell'immobile sarebbe impossibilitato ad affittare nuovamente il locale per cause che non dipendono da lui.

⁸ Cfr. doc. 16.

⁹ Cfr. doc. 18.

¹⁰ Cfr. doc. 19.

c) Le argomentazioni svolte da REGES e dal Comune di Reggio Calabria e gli elementi forniti nel corso del procedimento

i) REGES

21. REGES, nella memoria del 25 febbraio 2013¹¹, ha eccepito preliminarmente una carenza di legittimazione, rappresentando di adoperare la modulistica del Comune di Reggio Calabria e di applicare le norme regolamentari deliberate da tale ente. REGES gestisce i servizi di accertamento, liquidazione e riscossione delle entrate tributarie in regime di appalto di cui il Comune di Reggio Calabria mantiene la titolarità. Il modulo contrattuale oggetto del presente provvedimento è stato approvato con deliberazione della giunta comunale n. 250 del 14 novembre 2011.

REGES ha, inoltre, rilevato che la sezione del modulo contrattuale ove è contenuta l'indicazione oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio non rientrerebbe nell'ambito della tutela amministrativa contro le clausole vessatorie di cui all'articolo 37 bis del Codice del Consumo in quanto si limiterebbe ad una mera elencazione di documenti da allegare.

22. Nel merito, la Parte ha rilevato che la clausola in esame non condizionerebbe la voltura al pagamento dei debiti pregressi né la voltura sarebbe condizione per l'accoglimento della richiesta del servizio. La previsione in esame sarebbe giustificata dall'esigenza di tutelare da un ingiusto danno economico il precedente titolare del servizio. In particolare, il nuovo subentrante che non procede alla tempestiva voltura del contratto potrebbe utilizzare la fornitura idrica rinvenuta nell'immobile intestata al precedente titolare. Il subentrante non sarebbe obbligato al pagamento di alcun corrispettivo perché il contratto non sarebbe a lui intestato, mentre risulterebbe obbligato il precedente intestatario che rimarrebbe debitore per un uso a lui non imputabile. Pertanto, è stato previsto che, per volturare l'utenza, occorre dimostrare l'avvenuto pagamento dei canoni pregressi e ancora non prescritti da quando il soggetto subentrante è divenuto proprietario e/o utilizzatore dell'immobile.

23. La Parte ha rilevato che la clausola in esame fa riferimento all'articolo 10, comma 2, delle "Norme di attuazione" che fa parte del modulo oggetto della presente valutazione. Tale previsione stabilisce che *"il cessionario resta tenuto al pagamento dei consumi accertati per misurazioni eseguite nel periodo successivo alla sua immissione in possesso dell'immobile servito, ovvero dei consumi collegati, per il medesimo periodo, a norma dell'articolo 3, comma 3, in tutti i casi in cui la misurazione sia stata impossibile"*¹². Pertanto, ai sensi della predetta disposizione, la documentazione da allegare e di cui si fa riferimento nel modulo sarebbe solo quella concernente il pagamento delle fatturazioni relative al debito imputabile al godimento del nuovo utente. Al riguardo, è stato rilevato che nel momento in cui l'utente chiede la voltura dell'utenza deve comprovare il pagamento del canone relativamente al periodo successivo alla decorrenza di utilizzo del servizio idrico indicato nella domanda posto che il godimento effettivo potrebbe essere antecedente.

24. La Parte ha escluso che la clausola in esame sia da considerarsi vessatoria in quanto il soggetto che subentra nella proprietà o nel possesso di un immobile, per assicurarsi legittimamente la fornitura idrica, dovrebbe procedere alla stipula di un regolare contratto di somministrazione, chiedendo un nuovo allaccio, ove l'immobile non ne sia già provvisto, oppure chiedere la voltura del contratto già in corso e non disdettato con il precedente intestatario dell'immobile.

¹¹ Cfr. doc. 15.

¹² L'articolo 3, comma 3, oggetto di rinvio da parte dell'articolo 10 delle "norme di attuazione" stabilisce che "Nel caso in cui per qualunque causa non sia possibile accertare il consumo effettivo, l'importo dovuto dall'utente è calcolato in base al consumo statisticamente riferibile, per le utenze domestiche, alla composizione del nucleo familiare e, per le utenze ad usi diversi, alla categoria dell'attività svolta".

Il nuovo subentrante sarebbe chiamato al pagamento del solo corrispettivo commisurato alla fruizione del servizio a lui riferibile con decorrenza dal tempo della disponibilità dell'immobile. Sarebbe per converso suscettibile di censura per il suo carattere vessatorio la clausola che imponesse il pagamento per tale periodo all'intestatario formale, non utilizzatore della fornitura anche se responsabile per aver negligenemente mantenuto in essere un allaccio idrico in suo nome, cedendo di fatto il godimento a terzi.

25. La Parte ha depositato in atti copie di fascicoli di volture con il pagamento di canoni pregressi, non prescritti e a carico del volturante alla data di utilizzo dell'immobile su cui insiste l'utenza, rappresentando che il recupero trae origine dalla ritardata voltura del contratto di somministrazione di acqua potabile rispetto alla data di effettivo subentro nella disponibilità dell'immobile e, quindi, dell'utilizzo dell'acqua che continua nelle more ad essere fatturata all'intestatario, non più utilizzatore, del contratto in essere.

26. Si segnala che, con nota del 9 marzo 2010, acquisita al fascicolo e citata nella comunicazione di avvio del 1° febbraio 2013¹³, REGES aveva dichiarato che “operativamente” il pagamento dei canoni scaduti e non pagati viene richiesto esclusivamente nei casi di domanda di voltura presentata dagli eredi che, nella loro specifica qualità di successori, sono obbligati al pagamento degli insoluti del *de cuius* derivanti dalla sottoscrizione del contratto di somministrazione di acqua potabile.

ii) Comune di Reggio Calabria

27. Nel richiamare integralmente le argomentazioni sviluppate da REGES, il Comune di Reggio Calabria ha rappresentato che non sarebbe mai richiesto al nuovo utente di dimostrare il pagamento per periodi precedenti alla data del suo effettivo utilizzo dell'immobile e quindi per periodi in cui il servizio idrico è stato fruito da un precedente titolare. Quest'ultimo resterebbe l'unico obbligato al pagamento dei corrispettivi fatturati in tali periodi pregressi.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

28. In via preliminare, si ritiene che destinatari del presente provvedimento siano la società REGES e il Comune di Reggio Calabria.

Il modulo ove è contenuta la clausola oggetto della presente valutazione è utilizzato da REGES nello svolgimento dell'attività di riscossione e fornitura del servizio per conto del Comune di Reggio Calabria ed è scaricabile dal sito di REGES che se ne avvale¹⁴. Sotto il profilo dell'imputabilità, tali elementi rendono irrilevante la circostanza che non abbia partecipato all'elaborazione materiale dello stesso, come sostenuto da REGES nelle proprie difese.

Per quanto concerne il Comune di Reggio Calabria, come desumibile dagli elementi in atti, quest'ultimo ha proceduto all'approvazione formale del modulo con deliberazione della giunta comunale n. 250 del 14 novembre 2011.

29. Non è altresì condivisibile l'argomentazione di REGES tesa a considerare la clausola in esame come sottratta all'ambito di intervento dell'Autorità ai sensi dell'articolo 37 bis del Codice del Consumo. Infatti, si tratta di un'indicazione relativa alla documentazione richiesta per la voltura del servizio idrico e costituisce parte integrante del modulo contrattuale reso disponibile da REGES per un nuovo allaccio o per la voltura del servizio. Tale modulo rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 37-bis del Codice del Consumo che espressamente ricomprende clausole

¹³ Cfr. doc. 7.

¹⁴ Cfr. doc.12 cit.

inserite nei contratti tra professionisti e consumatori che si concludono “con la sottoscrizione di moduli [sottolineatura aggiunta], *modelli o formulari*”.

30. Nel merito, nell’ambito della competenza attribuita all’Autorità dall’articolo 37 bis del Codice del Consumo, consistente nel promuovere una tutela amministrativa dei consumatori rispetto alle clausole vessatorie presenti in condizioni generali di contratto, moduli, modelli o formulari predisposti unilateralmente da professionisti e sottoposti alla sottoscrizione dei consumatori¹⁵, si ritiene che la previsione per la richiesta di voltura della “*dimostrazione dell’avvenuto pagamento delle fatturazioni relative all’utenza da volturare e non andate in prescrizione*”, descritta al punto II del presente provvedimento, sia tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto di fornitura del servizio idrico e abbia natura vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo. Rileva al riguardo anche la circostanza che la clausola oggetto di valutazione è relativa ad un servizio fornito in regime di monopolio nell’area geografica interessata.

31. In particolare, la clausola in esame, nel subordinare in maniera generalizzata (ad esempio, non confinata a specifiche situazioni in cui si abbia evidenza di probabili comportamenti opportunistici/fraudolenti da parte degli stessi utenti ovvero a specifiche ipotesi quale quella dell’erede) la richiesta di voltura di una utenza idrica già attiva al previo pagamento delle morosità pregresse del precedente contraente e, dunque, al pagamento di corrispettivi anche non correlati ad alcuna controprestazione da parte dell’impresa nei confronti del consumatore che richiede la voltura, ha l’effetto di determinare un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto¹⁶. La predetta clausola – nella sua genericità – impone, infatti, la dimostrazione del pagamento delle fatturazioni relative all’utenza da volturare e non andate in prescrizione a prescindere dalla prova circa il periodo e l’identità del soggetto che ne abbia effettivamente fruito.

32. Occorre osservare che la valutazione di vessatorietà della disposizione contenuta nel modulo di richiesta della voltura dell’utenza idrica nei termini sopra illustrati non è esclusa dalla circostanza che la clausola sia stata approvata con atto della giunta comunale.

33. Dal punto di vista soggettivo, la giurisprudenza considera suscettibili di essere sottoposti alla valutazione di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo in tema di clausole vessatorie anche gli atti posti in essere da un ente pubblico nell’ambito dell’erogazione di un servizio economico. Proprio con riferimento al servizio idrico, la giurisprudenza della Cassazione ha avuto modo di sottolineare che: “*Nell’ambito della disciplina di tutela del consumatore posta dagli artt. 1469 bis c.c. e ss. [ora articolo 33 e ss. del Codice del Consumo], la qualità di professionista è propria anche delle persone giuridiche pubbliche, quando gestiscono attività imprenditoriali, qual è il servizio idrico integrato, in ragione di quanto previsto dalla L. 5 gennaio 1994, n. 36, art. 13, comma 2, a proposito dell’equilibrio tra ricavi e costi di gestione*”¹⁷.

¹⁵ In particolare, il comma 1 dell’articolo 37 bis prevede che “L’Autorità garante della concorrenza e del mercato, sentite le associazioni di categoria rappresentative a livello nazionale e le camere di commercio interessate o loro unioni, d’ufficio o su denuncia, ai soli fini di cui ai commi successivi, dichiara la vessatorietà delle 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”.

¹⁶ Sul punto si richiamano anche le considerazioni svolte dalla Commissione Nazionale per la Vigilanza sulle Risorse Idriche nella comunicazione allegata alla richiesta di intervento dell’UNC Reggio Calabria ove la predetta Commissione esprimeva perplessità proprio in merito allo squilibrio insito nella richiesta di dimostrare il pagamento dell’utenza idrica nei precedenti cinque anni (termine di prescrizione) da parte del richiedente la voltura. Cfr. doc. 8 cit.

¹⁷ Cfr. Cass. Cassazione civile sez. III, 2 gennaio 2006, n. 2.

34. In ordine al rapporto con l'articolo 10, comma 2, delle "norme di attuazione"¹⁸, richiamato da REGES e dal Comune di Reggio Calabria nelle proprie difese al fine di escludere la vessatorietà della clausola in esame, si rileva che la predetta disposizione sembra essere attuata in senso "ampliativo" dalla clausola oggetto di contestazione. Infatti, mentre la previsione richiamata dalla Parti (articolo 10 comma 2 citato) impone al cessionario il pagamento di importi per periodi di effettivo godimento del servizio, la clausola in esame ha l'effetto di richiedere in maniera generalizzata la "*dimostrazione dell'avvenuto pagamento delle fatturazioni relative all'utenza da volturare e non andate in prescrizione*".

35. Occorre sottolineare sul punto che, contrariamente a quanto prospettato da REGES e dal Comune di Reggio Calabria nel presente provvedimento, non è oggetto di contestazione l'imputazione del debito pregresso all'effettivo fruitore del servizio o al soggetto che sia il successore a titolo universale dell'intestatario, bensì la genericità della richiesta di dimostrare l'avvenuto pagamento delle fatture relative all'utenza da volturare e non andate in prescrizione, come testualmente riportata nella predetta sezione dedicata alla documentazione da allegare. Va rilevato che nell'esercizio della competenza attribuita dall'articolo 37 bis del Codice del Consumo, l'Autorità svolge una valutazione astratta di 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. Tale valutazione prescinde dalle condotte adottate in concreto in sede di esecuzione dei singoli contratti anche laddove esse siano in ipotesi difformi a quanto stabilito nella clausola prevista nel modulo contrattuale in esame; circostanza che la segnalazione dell'UNC Calabria pervenuta in data 31 ottobre 2012 e la documentazione ivi allegata sembrano peraltro smentire.

36. Alla luce delle considerazioni svolte, la clausola in esame integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33 comma 1, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la clausola contenuta nella pagina 2 del modulo per la voltura dell'utenza del servizio idrico fornito da REGES per conto del Comune di Reggio Calabria, nella sezione dedicata alla documentazione da allegare, al punto B, descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 del Codice del Consumo in quanto tale da determinare, a carico dell'utente consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO, che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà della clausola oggetto della presente valutazione sul sito dell'Autorità e della Parte ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione avvenga soltanto sul sito di REGES, dal quale è scaricabile il modulo oggetto della presente valutazione per la durata di 30 giorni consecutivi e che non si ritengono sussistenti elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

DELIBERA

che la clausola contenuta nella pagina 2 del modulo per la voltura dell'utenza del servizio idrico fornito da REGES per esteso per conto del Comune di Reggio Calabria, nella sezione dedicata alla

¹⁸ Di seguito, si riporta il testo della previsione richiamata "il cessionario resta tenuto al pagamento dei consumi accertati per misurazioni eseguite nel periodo successivo alla sua immissione in possesso dell'immobile servito, ovvero dei consumi collegati, per il medesimo periodo, a norma dell'articolo 3, comma 3, in tutti i casi in cui la misurazione sia stata impossibile".

documentazione da allegare, al punto B, descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

DISPONE

a) che la società Re.G.E.S. – Reggio Gestione Entrate e Servizi S.p.A. pubblici, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37-*bis* del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per trenta giorni consecutivi sulla *home page* del sito *www.reges-spa.it* con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito *www.reges-spa.it*.

Ai sensi dell'articolo 37 bis, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza, l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4 e 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 comunicazione dello 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 comunicazione del parere stesso.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ai sensi dell'art. 21, comma 8, del Regolamento.

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla sua adozione, in apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chiappa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

CV32 - REGES-MOROSITÀ PREGRESSE SERVIZI IDRICI

Allegato al Provvedimento n. 24421

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 26 giugno 2013 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 1° febbraio 2013, è stato avviato il procedimento *CV32-Reges-morosità pregresse servizi idrici* nei confronti della società Re.G.E.S. – Reggio Gestione Entrate e Servizi S.p.a. (di seguito REGES)

[OMISSIS]

La clausola oggetto di valutazione è relativa alla richiesta di pagamento delle morosità pregresse contenuta nel modulo in uso per la voltura dell'utenza del servizio idrico. In particolare, alla pagina 2, nella sezione dedicata alla documentazione da allegare, al punto B, "Nuovo Allaccio e Voltura" è riportata la seguente previsione per la richiesta di voltura: "*(solo per la voltura) dimostrazione dell'avvenuto pagamento delle fatturazioni relative all'utenza da volturare e non andate in prescrizione*".

[OMISSIS]

Nella comunicazione di avvio del procedimento, è stato rappresentato alla società REGES che la clausola descritta al punto II del presente provvedimento, in sé tenuto conto delle altre clausole contrattuali, avrebbe potuto essere vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 del Codice del Consumo in quanto tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

In particolare, nella comunicazione di avvio, è stato rappresentato che la clausola in esame subordina in maniera generalizzata la richiesta di voltura di un'utenza idrica già attiva al previo pagamento, da parte del consumatore richiedente la voltura, delle morosità pregresse e non ancora prescritte relative a consumi idrici precedenti, dunque, al pagamento di corrispettivi che potrebbero non essere correlati ad alcuna controprestazione nei confronti del predetto consumatore; ciò, oltretutto, in relazione ad un servizio fornito in regime di monopolio nell'area geografica interessata.

[OMISSIS]

In data 9 maggio 2013, il procedimento è stato esteso nei confronti del Comune di Reggio Calabria.

[OMISSIS]

Occorre sottolineare sul punto che, contrariamente a quanto prospettato da REGES e dal Comune di Reggio Calabria nel presente provvedimento, non è oggetto di contestazione l'imputazione del debito pregresso all'effettivo fruitore del servizio o al soggetto che sia il successore a titolo universale dell'intestatario bensì la genericità della richiesta di dimostrare l'avvenuto pagamento delle fatture relative all'utenza da volturare e non andate in prescrizione, come testualmente riportata nella predetta sezione dedicata alla documentazione da allegare.

[OMISSIS]

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la clausola contenuta nella pagina 2 del modulo per la voltura dell'utenza del servizio idrico fornito da REGES per conto del Comune di Reggio Calabria, nella sezione dedicata alla documentazione da allegare, al punto B, descritta al punto II del presente provvedimento, è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 del Codice del Consumo in quanto tale da determinare, a carico dell'utente consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto;

RITENUTO, che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà della clausola oggetto della presente valutazione sul sito dell'Autorità e della Parte ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 1, del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione avvenga soltanto sul sito di REGES, dal quale è scaricabile il modulo oggetto della presente valutazione per la durata di 30 giorni consecutivi e che non si ritengono sussistenti elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

DELIBERA

che la clausola contenuta nella pagina 2 del modulo per la voltura dell'utenza del servizio idrico fornito da REGES per esteso per conto del Comune di Reggio Calabria, nella sezione dedicata alla documentazione da allegare, al punto B, descritta al punto II del presente provvedimento è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXIII- N. 27 - 2013

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, 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
