



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXII - n. 28

**Publicato sul sito www.agcm.it
25 luglio 2022**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A550 - CATENA DI FRANCHISING ORIGINAL MARINES	
<i>Provvedimento n. 30221</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	13
C12462 - GRUPPO FLORENCE/LUCIANO BARBETTA-MANIFATTURE MODA SARTORIALE	
<i>Provvedimento n. 30222</i>	13
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	18
AS1849 - ABBANOVA SPA - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RECAPITO DELLE BOLLETTE E DEI SOLLECITI DI PAGAMENTO DELLE PROPRIE UTENZE DEL SERVIZIO IDRICO	18
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	21
PS11743 - E.A.S. ENTE ACQUEDOTTI SICILIANI-PRESCRIZIONE BIENNALE	
<i>Provvedimento n. 30224</i>	21
PS11887 - INFOCERT-PUBBLICITÀ PEC	
<i>Provvedimento n. 30225</i>	47
PS11920 - BNL-PREAMMORTAMENTO TECNICO MUTUI IMMOBILIARI	
<i>Provvedimento n. 30226</i>	58
PS11947 - ABBANOVA-PROBLEMI DI FATTURAZIONE	
<i>Provvedimento n. 30227</i>	69
PS11979 - TIKTOK-TRASPARENZA E OMISSIONI INFORMATIVE	
<i>Provvedimento n. 30228</i>	98
PS11990 - TIKTOK-CRYSTAL DROPS	
<i>Provvedimento n. 30229</i>	114
PS12032 - FLUX-BIGPRICE/PROBLEMATICHE VARIE SU VENDITE ON LINE	
<i>Provvedimento n. 30230</i>	130
PS12037 - I LOVE MY BODY RESEARCH-BMT BIO MOLECULAR TEST	
<i>Provvedimento n. 30231</i>	166
PS12148 - LEAD CAREER-ONLINE CV	
<i>Provvedimento n. 30232</i>	174
PS12190 - FREE NOW-CLEAN AIR FEE	
<i>Provvedimento n. 30233</i>	183
PS12194 - CREDIT AGRICOLE-SUPERBONUS EDILIZIO-CESSIONE DEL CREDITO	
<i>Provvedimento n. 30234</i>	202
PS12195 - BANCA PICCOLO CREDITO VALTELLINESE -SUPERBONUS EDILIZIO-CESSIONE DEL CREDITO	
<i>Provvedimento n. 30235</i>	210
PS12184 - YUKA	
<i>Provvedimento n. 30237</i>	217

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A550 - CATENA DI FRANCHISING ORIGINAL MARINES

Provvedimento n. 30221

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 14-ter;

VISTA la legge 18 giugno 1998, n. 192 e, in particolare, l'articolo 9;

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

VISTA la “*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*”, adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino del 17 settembre 2012, n. 35;

VISTO il proprio provvedimento del 3 dicembre 2021, n. 29930, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 9, comma 3-bis, della legge 18 giugno 1998, n. 192 e dell'articolo 14 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, nei confronti della società Original Marines S.p.A., in relazione a condotte applicate nei confronti della propria rete di affiliati;

VISTA la comunicazione del 10 marzo 2022, con la quale la società Original Marines S.p.A ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito “*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*”;

VISTA la propria delibera del 5 aprile 2022, n. 30084, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 7 aprile 2022, degli impegni proposti dalla società Original Marines S.p.A sul sito *internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni sugli impegni presentate dai terzi interessati in data 9 maggio 2022;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni presentate da Original Marines S.p.A in data 7 giugno 2022;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Original Marines S.p.A. (di seguito Original Marines, OM o la Società) è una importante azienda di moda, avente una rete commerciale, in Italia, di circa 480 negozi, la maggior parte in *franchising*. Nel 2018 è avvenuta la fusione con Trader S.r.l., società attiva nella gestione di punti vendita; nel 2019 la Società ha cambiato denominazione sociale da Imap Export S.p.A. a Original

Marines. Il fatturato totale relativo al 2020 realizzato da Original Marines è stato pari a circa 134 milioni di euro.

2. I segnalanti Angym di Costa Maurizio, Dilla s.r.l., Edma s.r.l., E. S., Feluca s.r.l., FEDEP di Magagnin Catia; MB di Massimo Migliaccio, MA.BE Sas di Migliaccio Massimo e co, Riccardo S.n.c. di Perico Gian Paolo & c., S.M. e Scolastica s.r.l. sono imprenditori titolari di contratti di franchising con Original Marines, ormai cessati.

II. LA SEGNALAZIONE

3. La segnalazione pervenuta in data 4 marzo 2021, successivamente integrata nelle date del 24 marzo, 8 novembre e 15 novembre 2021, raccoglieva le lamentele di diversi ex operatori nella vendita al dettaglio di abbigliamento a marchio Original Marines.

4. In particolare, la ricostruzione del “sistema Original Marines” fornita dai segnalanti identificava un insieme di condizioni contrattuali gravose, grazie alle quali Original Marines avrebbe accentrato su di sé tutte le principali scelte imprenditoriali del punto vendita, riversando sugli affiliati i propri rischi di impresa e condizionando la loro possibilità di operare efficacemente sul mercato. Original Marines avrebbe definito il valore e la composizione degli ordini attraverso un controllo di tipo informatico sul punto vendita, avrebbe imposto promozioni e prezzi di rivendita e, al contempo, impedito di effettuare campagne promozionali di vendita se non a seguito di espressa e preventiva autorizzazione, proprio al fine di “evitare la concorrenza con gli altri punti vendita aderenti al programma Original Marines”.

5. Original Marines avrebbe, inoltre, operato sul mercato, fino al 2017, con una società consociata – Trader S.r.l. – attiva in zone spesso limitrofe a quelle dei punti vendita, affiliati con un contratto di *franchising*, la quale avrebbe beneficiato di condizioni più favorevoli rispetto agli altri affiliati cannibalizzando, così, i punti vendita concorrenti.

III. LE CONDOTTE CONTESTATE NEL PROVVEDIMENTO DI AVVIO

6. Nel provvedimento di avvio, deliberato dall’Autorità in data 3 dicembre 2021, sono state ipotizzate, come possibile abuso di dipendenza economica, ai sensi dell’art. 9 della Legge 198/1992, una serie di condotte poste in essere da Original Marines nei confronti dei propri affiliati, consistenti nell’imposizione di un insieme di condizioni e di obblighi idonei a condizionarne indebitamente l’attività imprenditoriale. Con specifico riferimento al rapporto negoziale con Original Marines, nel provvedimento di avvio si erano evidenziate una serie di clausole idonee a radicare una situazione di dipendenza economica dell’affiliato e altre potenzialmente abusive, quali quelle che sembravano assegnare speciali prerogative a Original Marines consistenti nella definizione del valore e della composizione degli ordini, anche attraverso un controllo di tipo informatico sul punto vendita e meccanismi di riassortimento automatico, nella imposizione di promozioni e prezzi di rivendita e, al contempo, nell’impedire di effettuare campagne promozionali di vendita (art. 8, 9.2).

IV. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

7. In data 15 dicembre 2021 si sono svolte ispezioni nella sede di Original Marines.

8. Nel corso del procedimento istruttorio, in data 19 gennaio 2022¹, Original Marines ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede ispettiva e, in data 17 febbraio 2022, ha presentato una memoria preliminare, contestualmente ad una prima versione degli impegni², depositati in via definitiva il 10 marzo 2022³.

9. Le Parti hanno effettuato l'accesso al fascicolo in diverse occasioni⁴.

V. GLI IMPEGNI DI ORIGINAL MARINES

i) Il sub-procedimento di valutazione degli impegni

10. Con delibera del 5 aprile 2022, n. 30084, l'Autorità ha ritenuto non manifestamente infondati gli impegni presentati in data 10 marzo 2022, disponendone la pubblicazione sul proprio sito *internet* in data 7 aprile 2022, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le proprie osservazioni.

11. Entro il termine fissato per la conclusione del *market test*, sono pervenute esclusivamente le osservazioni dei denunciati.

12. In risposta all'esito della consultazione pubblica, in data 7 giugno 2022, Original Marines ha presentato la versione definitiva dei propri impegni, allegata al presente provvedimento e di cui costituisce parte integrante; in tale versione gli impegni originari sono stati integrati con modifiche accessorie.

13. Original Marines ha, altresì, depositato una memoria di accompagnamento delle modifiche accessorie, nella quale ha illustrato le stesse a valle della consultazione pubblica, nonché dato conto delle motivazioni per le quali ha ritenuto di non dare seguito ad alcune osservazioni formulate dai partecipanti al *market test*⁵.

ii) Il contenuto degli impegni sottoposti a market test

14. Gli impegni originariamente proposti da Original Marines, e sottoposti a *market test*, consistevano, in sintesi, nelle misure descritte di seguito.

Impegno 1: al fine di chiarire l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione degli ordini di acquisto della merce, nonché l'assenza di quantitativi minimi di acquisto, ferma restando la facoltà del *franchisor* di formulare una proposta non vincolante per l'affiliato, OM si impegna a modificare gli artt. 8.1 e 8.2 dei contratti di *franchising* espungendo dal testo ogni riferimento a "quantità minime" e prodotti da acquistare obbligatoriamente.

Impegno 2: al fine di chiarire l'assenza di automatismi nei meccanismi di riassortimento delle merci che non siano stati previamente pattuiti tra le parti, OM si impegna ad aggiungere nei contratti di *franchising* il comma 8.2-*bis* che esplicitamente definisce il riassortimento "facoltativo" e senza

¹ Cfr. doc. 89.

² Cfr. doc. 95.

³ Cfr. doc. 102.

⁴ Cfr. docc. 87, 101, 108 e 110.

⁵ Cfr. doc. 111

obblighi di acquisto minimo, salva la facoltà di stabilire forme di automatismo di comune accordo con le parti^{*6}.

Impegno 3: al fine di chiarire l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione dei prezzi di rivendita, ferma restando la facoltà del *franchisor* di raccomandare prezzi di rivendita (in considerazione del *know-how* dell'affiliante e della strategia commerciale del programma ORIGINAL MARINES), OM si impegnava a modificare l'art. 9.1 dei contratti di *franchising* espungendo ogni riferimento a listini prezzi "ufficiali".

Impegno 4: sempre al fine di chiarire l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento all'attuazione delle campagne promozionali (autonomamente definite o raccomandate dal *franchisor*), nonché l'esigenza di tenere conto della strategia commerciale del programma ORIGINAL MARINES, OM si impegnava a modificare l'art. 9.2 dei contratti di *franchising* espungendo ogni riferimento al divieto di concorrenza tra rivenditori e a eventuali autorizzazioni richieste per l'attuazione o il rifiuto di svolgere campagne promozionali.

iii) Tempi e modalità di implementazione degli impegni proposti

15. Entro 30 giorni dalla notifica del provvedimento di accoglimento impegni da parte dell'Autorità, OM si è impegnata a comunicare a tutti i *franchisee* titolari di contratti vigenti di *franchising* la disponibilità ad apportare al contratto le modifiche sopra illustrate, concedendo un termine di 30 giorni per comunicare l'eventuale adesione; la modifica del contratto sarà perfezionata entro 30 giorni dalla comunicazione di adesione del *franchisee*. OM si impegna altresì a proporre le formulazioni alternative delle clausole ai nuovi soggetti con cui stipulerà in futuro contratti di *franchising*.

iv) Le principali osservazioni dei terzi interessati

16. Come si è anticipato le uniche osservazioni pervenute sono quelle degli *ex franchisee* segnalanti.

17. Nel dettaglio i segnalanti contestano i seguenti punti degli impegni.

Impegno 1

a) L'impegno 1 non sarebbe idoneo perché non comprenderebbe i prodotti "Intimo" e "Basic Fundamental", ma solo i prodotti facenti parte del c.d. "Campionario". Per l'"Intimo" e per il "Basic fundamental" l'affiliante fornisce un pacchetto di base obbligatorio e tale obbligatorio non sarebbe minimamente intaccata dalle modifiche *ex adverso* proposte tramite l'"Impegno n. 1";

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

⁶ Si ricorda che O.M. ha precisato, nella memoria depositata, che fino al 2017 il riassortimento per il campionario moda operava automaticamente: quando un articolo "veniva venduto per oltre il [50-60%] dell'ordine iniziale (o, nel caso di articolo acquistato in quantitativi più importanti, per oltre il [50-60%] + [omissis]), veniva riassortito in modo automatico dall'azienda con uno sconto del [40-50%], tale da garantire all'affiliato una maggiore marginalità".

1. Tale meccanismo è stato abbandonato e attualmente "prevede che l'affiliato abbia a disposizione, mediante il sistema informatico, l'elenco delle giacenze del magazzino di OM. Consultando l'elenco e in funzione delle esigenze del punto vendita, l'affiliato può inviare l'ordine di acquisto del singolo capo nella taglia e nel colore richiesti e trasmetterlo ad OM. Pertanto, si tratta di un meccanismo "manuale" privo di automatismi di sorta. Con tale modalità, OM man mano che la stagione volge al termine o prima di eventuali promozioni tipiche (ad esempio la mid season sale) applica sconti che vanno dal [20-30%] al [40-50%] ed in alcuni casi anche oltre".

2. Con riferimento al riassortimento di Intimo e Basic Fundamental, che sono commerciabili tutto l'anno, in base a quanto riferito da O.M. "l'affiliato sceglie poi liberamente se e come proseguire nei riassortimenti, utilizzando la seguente procedura di programma: [omissis]". Cfr. doc. 95.

- b) permane il riferimento all'“assortimento standard” che sarebbe totalmente indeterminato ed indeterminabile;
- c) l'“Impegno n. 1” e la modifica proposta da Original Marines alle clausole n. 8.1 e 8.2 non concernerebbe l'art. 6.1⁷ dei Contratti, che costituirebbe uno strumento per l'ingresso nel contratto di ulteriori obblighi di adeguamento del Franchisee a direttive del Franchisor che hanno contenuto indeterminato ed indeterminabile;
- d) l'impegno non eliminerebbe la figura dell'“agente di zona” che essendo retribuito mediante una provvigione proporzionale a quanto venduto, si troverebbe in una posizione portatrice di interessi in radicale conflitto con il *franchisee*.

Impegno 2

18. Anche con riferimento all'impegno 2, i denunciati sottolineano che lo stesso si riferirebbe esclusivamente ai prodotti di campionario e che non inciderebbe sugli obblighi di adeguamento a quanto previsto nelle comunicazioni di cui all'art. 6.1.

Impegno 3

19. Rimarrebbe impossibile per il *franchisee* determinare liberamente il prezzo di rivendita al pubblico in quanto:

- a) i capi arriverebbero già prezzati;
- b) il prezzo dei prodotti è indicato anche sul sito *internet*;
- c) l'art. 6.1 renderebbe possibile l'invio di “comunicazioni vincolanti” riguardanti proprio il prezzo di vendita dei prodotti, che finirebbero per frustrare anche la portata delle modifiche proposte con l'Impegno n. 3;
- d) l'imposizione dei prezzi di rivendita sarebbe una finalità dichiarata dal Presidente di OM nel corso di un'udienza del novembre 2019.

Impegno 4

20. L'impegno non sarebbe efficace in quanto:

- a) non prevede l'abrogazione dell'art. 6.1, e dunque delle “comunicazioni vincolanti” dallo stesso espressamente previste. È proprio attraverso tale ultimo meccanismo contrattuale che Original Marines Spa ha potuto inviare centinaia di comunicazioni impositive ai Franchisee delle continue promozioni;
- b) può essere reso del tutto non operativo mediante pubblicazione sul sito *web* del Franchisor (come per i prezzi di rivendita) del prezzo dei prodotti in promozione.

21. I segnalanti, infine, sostengono che gli impegni non coprono tutte le criticità contemplate in avvio quali:

- a) quelle che la Ecc.ma Autorità definisce, a pag. 2 del proprio provvedimento di apertura istruttoria, come “dubbe operazioni finanziarie volte a mantenere artificialmente *la solvibilità degli affiliati*”;
- b) i vincoli previsti dal sistema informatico di cui all'art. 5 dei Contratti di *franchising*;
- c) le modalità di rimborso delle promozioni (imposte o anche effettuate con l'adesione del *franchisee*).

⁷ Art. 6.1: “Il Franchisor metterà a disposizione del Franchisee il proprio know-how commerciale e tecnico per l'avviamento e la gestione del Punto Vendita, anche attraverso l'attività dell'Agente di zona se esistente, fornendo all'uopo comunicazioni, guide operative e manuali il cui contenuto avrà carattere vincolante per il Franchisee”.

v) Le modifiche accessorie apportate da Original Marines ad esito del market test

22. Original Marines, al fine di superare le obiezioni dei segnalanti, ha introdotto alcune modifiche accessorie per chiarire l'oggetto degli impegni e aggiunto un ulteriore impegno volto a chiarire gli impegni precedenti.

23. In particolare, con riferimento all'impegno 1:

a) O.M. ha aggiunto un esplicito inciso nell'art. 8.1 volto a chiarire che la modifica si applica anche alla dotazione iniziale dei capi estranei ai campionari stagionali. Tale modifica impatta anche sull'impegno 2 chiarendo che le regole del riassortimento valgono anche per tale tipologia di prodotti;

b) rispetto al ruolo dell'Agente di zona, Original Marines ha osservato di non servirsi più di tale figura e ha espunto dall'art. 6.1 ogni riferimento in merito.

24. Infine, Original Marines ha introdotto un nuovo impegno volto a chiarire la portata dei precedenti. Come illustrato, secondo i Segnalanti, il comma 6.1 del contratto di *franchising*, che prevede il trasferimento da parte del *Franchisee* all'affiliato del know-how commerciale e tecnico necessario per l'avviamento e la gestione del punto vendita, anche mediante comunicazioni, guide operative e manuali dal contenuto vincolante per l'affiliato, potrebbe astrattamente consentire all'affiliante di impartire "*direttive ... che hanno contenuto indeterminato ed indeterminabile...*" e per tale via "*incidere anche sul perimetro dei doveri di approvvigionamento del Franchisee*" vanificando l'effetto degli impegni.

Analoghe considerazioni vengono svolte dai Segnalanti a proposito della ipotizzata incidenza del comma 6.1 sulla portata delle clausole in materia di riassortimenti (comma 8.2-bis), prezzi di rivendita (comma 9.1) e campagne promozionali (comma 9.2). Al fine di sgombrare ogni dubbio, Original Marines propone la seguente modifica accessoria agli impegni, attraverso un impegno n. 5 che integra l'art. 6 per chiarire che "*le previsioni del comma 6.1 non possono rimettere in discussione quanto previsto ai commi 8.1, 8.2, 8.2-bis, 9.1 e 9.2*".

VI. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

25. Venendo all'esame degli impegni, con riferimento all'Impegno 1, lo stesso chiarisce, a livello contrattuale, l'autonomia decisionale del *Franchisee* riguardo alla definizione degli ordini di acquisto della merce (ivi inclusa la dotazione iniziale dei capi estranei ai campionari stagionali), nonché l'assenza di quantitativi minimi di acquisto. La clausola contrattuale appare ora bilanciata e idonea a salvaguardare sia l'autonomia imprenditoriale del *franchisee*, sia la legittima pretesa del *franchisor* di fornire un'indicazione di massima alla luce del *know-how* maturato e della visione di insieme che gli consente di apprezzare, in una prospettiva più ampia, le tendenze del mercato e le esigenze del singolo punto vendita.

26. Riguardo all'Impegno 2, il modello di riassortimento di Original Marines, secondo quanto riferito dalla Società, appare bilanciato e in grado di garantire la libertà di scelta del rivenditore, che in ogni caso beneficia di sconti (dal 25 al 40%) per la merce riassortita. Alla luce dell'impegno e della modifica accessoria proposti, che rendono il riassortimento del tutto facoltativo anche per i capi non stagionali, non si ritiene che sussistano ulteriori preoccupazioni concorrenziali rispetto a questa clausola contrattuale.

27. Venendo all'impegno 3, lo stesso chiarisce l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione dei prezzi di rivendita, ferma restando la facoltà del *franchisor* di raccomandare prezzi di rivendita sulla base del proprio *know-how*. Tale facoltà deve ritenersi coerente con la causa del contratto di *franchising* che valorizza anche il complesso delle informazioni di cui l'affiliante dispone per gestire al meglio la propria rete. Allo stesso tempo si ritiene che, al contrario di quanto sostenuto dai Segnalanti, la stampa dei prezzi dei cartellini e la loro pubblicazione sul sito *internet* della società non costituisca un impedimento all'autonomia decisionale dei rivenditori che rimangono liberi di apporre le variazioni ritenute più opportune.

28. L'impegno 4 garantisce la libera determinazione dell'affiliato anche nel decidere se aderire o meno alle promozioni lanciate da Original Marines, espungendo dal testo contrattuale l'obbligo di ottenere l'autorizzazione della società in caso di decisione di non adesione alle promozioni proposte o lancio di nuove promozioni. Rimane un onere di comunicazione che si ritiene coerente e equo rispetto al legittimo controllo della rete che il *franchisor* esercita in linea con la causa contrattuale. Qualora il rivenditore non ritenga conveniente le promozioni proposte da OM, come paventato dai segnalanti, potrà sempre decidere di non aderire al fine di salvaguardare la piena marginalità del punto vendita.

29. Original Marines ha, inoltre, proposto un nuovo impegno che costituisce in realtà una modifica accessoria ai primi 4, volto chiarire, anche alla luce delle preoccupazioni sollevate dai denunciati, che i precedenti impegni da 1 a 4 non possono essere vanificati attraverso l'uso distorto delle comunicazioni e guide che il *franchisor* si riserva di inviare alla propria rete per diffondere il proprio *know-how* e le direttive sulla gestione dei punti vendita, sue legittime prerogative in base alla causa contrattuale.

30. La circostanza che gli impegni saranno prontamente implementati entro 30 giorni su tutti i contratti in essere e sui futuri li rende idonei ad avere un impatto esteso su tutta la rete Original Marines.

31. Da ultimo si osserva che, sulla base delle informazioni acquisite anche in sede ispettiva e della documentazione fornita da Original Marines, è emerso che la società Trader s.r.l. era concessionaria del marchio Original Marines ed effettuava in autonomia acquisti di merci dai medesimi produttori di OM.

VII. CONCLUSIONI

32. Sulla base di quanto esposto, si ritiene che gli impegni proposti da Original Marines siano complessivamente idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali connesse ai profili di abuso di dipendenza economica ipotizzati nel procedimento di avvio, ai sensi dell'art. 9 della legge 198/1992.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da Original Marines risultano idonei a far venire meno i profili di criticità oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da Original Marines ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

a) di rendere obbligatori per la società Original Marines S.p.A. gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione dell'art. 9 della legge n. 198/1992, ai sensi dell'articolo 14-*ter*, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società Original Marines S.p.A. presenti all'Autorità, entro novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti.

Il presente provvedimento sarà 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12462 - GRUPPO FLORENCE/LUCIANO BARBETTA-MANIFATTURE MODA SARTORIALE

Provvedimento n. 30222

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione del Gruppo Florence S.p.A. pervenuta in data 17 giugno 2022;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Gruppo Florence S.p.A. (di seguito, Gruppo Florence) deriva da un progetto nato a novembre 2020, su iniziativa di Fondo Italiano d'Investimento SGR S.p.A. (FII), di VAM Investment Group S.p.A. (VAM) e di Italmobiliare S.p.A. (IMB), volto a creare un *hub* industriale nel settore dell'abbigliamento di lusso in grado di sopperire ad alcune criticità che caratterizzano le imprese italiane del settore manifatturiero dell'abbigliamento di lusso.

2. Il Gruppo Florence è attualmente soggetto al controllo congiunto, in via indiretta, da parte di FII - a sua volta controllata da Cassa Depositi e Prestiti S.p.A. (CDP) - e di VAM, il cui capitale sociale è detenuto al 50,1% da Argenta Holdings S.a.r.l., al 24,95% da DAMIT S.r.l. ed al 24,95% da Tages S.p.A.

3. Nello specifico, il Gruppo Florence è soggetto al controllo esclusivo di Florence InvestCo che detiene circa il 65% del capitale sociale, mentre il restante 35% è detenuto dai soci di minoranza e, in via del tutto residuale, dal *management* dello stesso Gruppo Florence. Il capitale di Florence InvestCo è attualmente detenuto da VAM 23 Invest S.r.l. (VAM 23), interamente controllata da VAM, FII ed IMB.

4. Nel 2021, il fatturato mondiale realizzato dal Gruppo Florence è stato pari a [100-517]* milioni di euro, di cui [100-517] milioni in Europa e [31-100] milioni di euro in Italia. Se si considerano CDP e VAM, il fatturato mondiale è stato pari a circa [30-40] miliardi di euro, di cui [20-30] miliardi di euro realizzati in Europa e [20-30] miliardi di euro in Italia.

5. Luciano Barbetta S.r.l. (Barbetta) è attiva nella produzione e vendita di capi di abbigliamento per i *brand* del lusso, con particolare riferimento a capi in *jersey*. Barbetta è soggetta al controllo esclusivo da parte di BRB Holding S.r.l..

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

6. Nel 2021, il fatturato mondiale di Barbetta è stato pari a [31-100] milioni di euro, di cui [31-100] milioni di euro realizzati in Italia.

7. Manifatture Moda Sartoriale S.r.l. (MMS), svolge unicamente servizi di supporto *intercompany* (in particolare, attività di confezione e stiro) in favore di Barbetta ed è controllata in via esclusiva da BRB Holding S.r.l.. Nel 2021, MMS ha realizzato un fatturato pari a [1-10] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'operazione consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo da parte del Gruppo Florence su Barbetta e MMS. Nel dettaglio, BRB Holding S.r.l. (BRB) e il Gruppo Florence hanno sottoscritto un Contratto Preliminare di Compravendita di Quote secondo il quale il Gruppo Florence acquisterà - per sé o per altra società di nuova costituzione (NewCo) il cui capitale sociale sarà detenuto dallo stesso Gruppo Florence - da BRB il 100% del capitale di Barbetta e MMS. Contestualmente, BRB reinvestirà parte del prezzo riconosciuto a fronte di tale cessione sottoscrivendo integralmente azioni nel Gruppo Florence, detenendo così nella stessa una partecipazione pari a circa il 10%.

9. In ragione a quanto previsto dall'articolo 15 del Contratto, BRB si impegna per un periodo di tre anni dalla data di esecuzione dell'operazione a: (i) non svolgere, eccezion fatta per gli incarichi assunti in favore del Gruppo Florence o di altre società da questa controllate, in proprio, in associazione con terzi o per conto di terzi, direttamente o indirettamente, attività svolte dalle società *target* all'interno dell'UE, in Inghilterra o in Svizzera; (ii) non assumere e comunque detenere, direttamente o indirettamente, partecipazioni in società che svolgano, nei territori indicati al punto (i), alcuna attività rientrante nell'ambito delle attività svolte dalle Società *target*, con l'esclusione della partecipazione che BRB deterrà nel Gruppo Florence a seguito dell'operazione di concentrazione nonché di alcune tipologie di partecipazioni limitate ed avente natura di investimento finanziario.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

11. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n.139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 517 milioni di euro e il fatturato realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

12. Il patto di non concorrenza sottoscritto dalle parti e descritto nel paragrafo precedente può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che esso non ecceda la durata di tre anni,¹ atteso che, nel caso di specie, deve essere

¹ Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.

tutelato il valore dell'azienda oggetto di trasferimento sia in termini di avviamento che di *know-how*,² e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

13. Da un punto di vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello della produzione conto terzi e vendita *B2B* di capi di abbigliamento di lusso.

14. In particolare si tratta della ideazione, *design*, produzione e commercializzazione di un'ampia gamma di beni considerati, secondo l'orientamento comunitario e dell'Autorità³, nel loro complesso come unico ambito merceologico, quello del lusso. In tale ambito, operano sia le società *target* sia il Gruppo Florence.

15. Dal lato della domanda, i beni di lusso si qualificano come articoli di alta qualità e si caratterizzano per esser venduti a prezzi tipicamente elevati e sotto marchi prestigiosi. In ragione del valore aggiunto rappresentato dal marchio, i beni di lusso sono contraddistinti da uno scarso grado di sostituibilità con i beni che appartengono alla stessa categoria merceologica, ma che sono venduti con marchi non conosciuti, a prezzi notevolmente inferiori e in punti di vendita non di lusso.

16. Alta qualità, *design* esclusivo, immagine e prestigio dei prodotti sono dunque aspetti che pongono i beni di lusso come articoli al vertice di ogni singola categoria merceologica interessata. Di conseguenza, l'acquisto di prodotti di lusso può essere considerato, indipendentemente dal loro effettivo utilizzo e consumo, in funzione dell'immagine e dell'idea di prestigio che essi veicolano. L'acquisto di simili prodotti tende a rappresentare qualcosa di diverso rispetto alla loro semplice fruizione materiale; una tale caratteristica connessa al *lifestyle* non è riscontrabile invece in relazione a beni della stessa categoria merceologica ma destinati al consumo di massa.

17. Dal lato dell'offerta, la strategia di sviluppo seguita dalla maggior parte delle società produttrici di beni di lusso risulta incentrata sulla realizzazione di una ampia gamma di prodotti caratterizzata da un elevato grado di diversificazione ed innovazione. Lo sviluppo del concetto di marca come *lifestyle* e il costante lancio di nuovi prodotti sono indicativi di costi per modificare le produzioni (gli *switching costs* sostenuti dai produttori di beni di lusso) relativamente bassi e di una significativa sostituibilità dal lato dell'offerta. Una siffatta strategia rende inappropriata una classificazione per raggruppamenti merceologici dei singoli prodotti.

18. Ciò posto, le parti ritengono comunque possibile identificare all'interno del mercato di lusso alcuni segmenti merceologici più ristretti, come il segmento della produzione conto terzi e vendita all'ingrosso di capi di abbigliamento di lusso in *jersey*, coincidente con la specifica tipologia di capi

² Cfr. Comunicazione sulle restrizioni accessorie, cit., par. 20. In particolare, nel caso di specie, il Gruppo Florence acquisirà il *know how* specifico relativo alla produzione di capi di abbigliamento di lusso in *jersey*.

³ Si vedano, *ex multis*, provvedimento AGCM n. 21837 del 24 novembre 2010, Caso C10806 – L Capital Management-Florac/Sandro Andy-MajeStorenext-HF Biousse; provvedimento n. 21197, del 26 maggio 2010, Caso C10547 – GUCCI GROUP ITALIA/RAMO DI AZIENDADI CREAZIONI FOCARDI; provvedimento AGCM n. 21060 del 28 aprile 200. Caso C10547 – Phillips-Van Heusen/Tommy Hilfiger; provvedimento AGCM n. 20901 del 10 marzo 2010, Caso C10495 – 3I SGR/Mosaicon; provvedimento AGCM n. 20211 del 6 agosto 2009, Caso C10200 – S.L.D.J.-Cotec-Altea-Newco/Arcadia-Accademia-Atmosfera.

di abbigliamento che caratterizza la produzione di Barbetta. La definizione del mercato può comunque essere lasciata aperta in ragione dell'assenza di effetti concorrenziali di rilievo.

Il mercato geografico

19. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione del mercato può ritenersi sovranazionale, tendenzialmente mondiale ad avviso delle parti e considerando il già richiamato orientamento comunitario e nazionale.

20. Tale ipotesi trae origine da diversi elementi quali, in particolare, la presenza di un ampio numero di produttori che operano a livello mondiale; la realizzazione su scala comunque internazionale di campagne pubblicitarie, promozionali e di *marketing*; l'assenza di una particolare preferenza dei consumatori in favore di marchi nazionali; la bassa incidenza dei costi di trasporto rispetto al prezzo; particolarmente elevato, dei beni di lusso. Rileva, inoltre, la circostanza che la maggior parte degli operatori è ormai in grado di esportare i propri prodotti in tutto il mondo a partire da un limitato numero di siti produttivi.

Effetti dell'operazione

21. Sia se si consideri il mercato rilevante quello della produzione conto terzi e vendita *B2B* di capi di abbigliamento di lusso sia il solo segmento della produzione conto terzi di capi di abbigliamento in *jersey*, entrambi di dimensione mondiale, l'operazione di concentrazione non comporta alcuna criticità sotto l'aspetto concorrenziale.

22. A riguardo, si osserva che, sebbene esistano sovrapposizioni orizzontali tra le attività della società *target* e quelle del Gruppo Florence, se si prende in considerazione il mercato mondiale della produzione conto terzi e vendita *B2B* di capi di abbigliamento di lusso, la quota di Barbetta, nel 2021, è pari allo [inferiore all'1%], per una quota congiunta *post* operazione pari al [1-5%].

23. Allo stesso modo, se anche si prendesse in considerazione il segmento più ristretto per la valutazione dell'operazione, ovvero quello della produzione conto terzi di capi di abbigliamento in *jersey*, avente anch'esso, come detto, dimensione mondiale, la quota congiunta delle parti *post* operazione sarebbe pari al [5-10%] circa.

24. In tali mercati sono presenti numerosi e qualificati concorrenti.

25. In virtù di quanto considerato, si ritiene che nei mercati di riferimento l'operazione non avrà effetti pregiudizievoli per la concorrenza, non determinando modifiche sostanziali nella struttura concorrenziale degli stessi.

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

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1849 - ABBANOVA SPA - AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RECAPITO DELLE BOLLETTE E DEI SOLLECITI DI PAGAMENTO DELLE PROPRIE UTENZE DEL SERVIZIO IDRICO

Roma, 11 luglio 2022

Abbanova S.p.A.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 5 luglio 2022, ha deliberato di esprimere una segnalazione, ai sensi dell'art. 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo all'avviso di pre-informazione, pubblicato in data 21 aprile 2022 nella G.U.U.E., avente ad oggetto l'indagine di mercato proposta da Abbanova S.p.A. e finalizzata all'avvio di una procedura negoziata ai sensi dell'art. 125, comma 1, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016 per l'affidamento del servizio di recapito delle bollette e dei solleciti di pagamento delle proprie utenze del servizio idrico integrato e dei servizi a valle degli stessi.

In particolare, mediante i citati atti, codesta Stazione Appaltante ha definito le caratteristiche della procedura negoziata e le condizioni di partecipazione, le quali sembrano presentare alcuni profili suscettibili di porsi in contrasto con i principi di libera concorrenza e parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici.

Innanzitutto, appare problematica la previsione di cui all'art. 8.1.1., par. 3, del Capitolato con cui si richiede che i centri di accettazione del Recapitista dovranno essere individuati dal Recapitista, in esito all'aggiudicazione, nelle località più vicine alla sede del Consolidatore e comunque in accordo con il medesimo e con la Stazione Appaltante.

Tale previsione avvantaggia gli operatori economici che possono vantare una copertura territoriale capillare della loro rete di recapito, così da determinare un pregiudizio al corretto dispiegarsi delle dinamiche competitive nell'espletamento della procedura negoziata non consentendo la più ampia partecipazione. Ciò in quanto solo pochissimi operatori economici e segnatamente quelli particolarmente strutturati come il Fornitore del Servizio Universale possono garantire una copertura del territorio capillare, sia a livello di rete di recapito sia con riferimento ai siti dedicati all'attività di giacenza.

Inoltre, non appare condivisibile la scelta della Stazione Appaltante, all'art. 8.1.2., paragrafo 3, del Capitolato, di richiedere che l'Appaltatore garantisca il recapito delle bollette e dei solleciti bonari/constituzione in mora/atti interruttivi di prescrizione con caratteristiche rispettivamente

analoghe al servizio di posta ordinaria e quello della raccomandata A/R del Fornitore del Servizio Universale. Ciò in quanto s'impone ai potenziali concorrenti di dotarsi di servizi da prestare con l'appalto con caratteristiche analoghe ai servizi di posta ordinaria e raccomandata A/R offerti dal Fornitore del Servizio Universale, Poste Italiane, favorendo di conseguenza quest'ultimo che già fornisce questi servizi con tali caratteristiche.

Ad avviso dell'Autorità, infine, appare lesiva della concorrenza e del *favor participationis* la richiesta di un numero minimo di punti di giacenza elevato e la mancata valorizzazione delle modalità alternative rispetto ai punti di giacenza *de quibus* tra le prescrizioni previste per l'espletamento dei servizi oggetto dell'appalto.

La richiesta di un elevato numero minimo di punti di giacenza può determinare un vantaggio competitivo sproporzionato in favore di Poste Italiane, avvantaggiandola, in qualità di operatore *incumbent*, in maniera non replicabile dai concorrenti. La capillarità della rete di Poste Italiane, riconducibile sia a motivi storici, sia alla natura di Fornitore del Servizio Universale, è, infatti, ineguagliabile con particolare riguardo ai punti di giacenza della corrispondenza inesitata.

Peraltro, si evidenzia che i punti di giacenza non sono un elemento di qualità del servizio ma indice di scarsa efficienza nella fase di recapito al destinatario che non è andato a buon fine e rende necessario disporre di una rete di *back up* costituita dai punti di giacenza. Pertanto, appare opinabile la scelta della Stazione Appaltante di dare rilievo solo a tale richiesta che, come già sopra rilevato, appare idonea al contrario a favorire l'operatore dominante a discapito dei suoi concorrenti.

Sempre, poi, relativamente all'utilizzo dei soli punti di giacenza si evidenzia che la Stazione Appaltante avrebbe potuto prevedere la possibilità che gli operatori economici richiedessero l'accesso ai punti di giacenza del Fornitore del Servizio Universale, distribuiti in modo omogeneo sul territorio, di cui alla misura n. 6 del provvedimento n. 28497 del 22 dicembre 2020 dell'Autorità, anche alla luce delle successive modifiche e integrazioni da parte di AGCOM con la Delibera n. 171/22/CONS del 30 maggio 2022.

Inoltre, la Stazione Appaltante avrebbe dovuto richiedere oltre ai punti di giacenza le modalità alternative di consegna così come peraltro anche espressamente indicato nell'art. 9 delle nuove Linee Guida ANAC-AGCOM, *e.g.* passaggi multipli, recapito per appuntamento, accordi con esercizi commerciali, attribuendo pari importanza ai punti di giacenza e alle modalità alternative di consegna in questione.

Nel complesso, l'Autorità ritiene quindi che le disposizioni della *lex specialis*, tenuto conto dell'insieme degli elementi sopra evidenziati, sono suscettibili di porsi in potenziale conflitto con i principi di libera concorrenza, parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici, in contrasto con i principi concorrenziali di cui all'art. 41 della Costituzione e agli artt. 49 e 56 del TFUE, nonché con i principi di matrice europea in materia di evidenza pubblica stabiliti dall'art. 30 del D.Lgs. n. 50/2016, nella misura in cui ostacolano significativamente e in modo ingiustificato la più ampia partecipazione alla procedura

In conclusione, alla luce delle considerazioni precedenti, l'Autorità auspica che codesta Stazione Appaltante adotti misure correttive idonee a ripristinare le corrette dinamiche concorrenziali rispetto all'affidamento del servizio di recapito delle bollette e dei solleciti di pagamento delle utenze del servizio idrico integrato e dei servizi a valle degli stessi. In particolare, l'Autorità auspica che codesta Stazione Appaltante indichi una nuova procedura di gara in luogo della procedura negoziata in argomento, così da poter modificare le condizioni dell'appalto e rimuovere le criticità concorrenziali

sopra rilevate. Ciò tenuto conto che ai sensi dell'art. 125, comma 1, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016 è consentito ricorrere alla procedura negoziata *de qua* purché le condizioni iniziali dell'appalto non siano sostanzialmente modificate.

L'Autorità invita, altresì, codesta Stazione Appaltante a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le iniziative assunte con riguardo a quanto nella stessa evidenziato.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'art. 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11743 - E.A.S. ENTE ACQUEDOTTI SICILIANI-PRESCRIZIONE BIENNALE

Provvedimento n. 30224

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTI i propri provvedimenti del 14 dicembre 2021 e 23 marzo 2022 con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta una proroga del termine di conclusione del procedimento, il primo, in accoglimento di precedente istanza del Professionista¹ ed il secondo per particolari esigenze istruttorie²;

VISTO il proprio provvedimento del 31 maggio 2022, con il quale, prendendo atto della richiesta avanzata dall’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA) in relazione al rilascio del proprio parere sul caso, è stata disposta una proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Ente Acquedotti Siciliani/E.A.S. in L.C.A. (di seguito, anche “EAS”), in qualità di Professionista, ai sensi dell’art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. L’Ente è stato preposto alla gestione del servizio idrico integrato (di seguito, anche “SII”) in svariati comuni del territorio siciliano e, dal 2 gennaio 2020, è collocato in liquidazione coatta amministrativa a causa di grave deficit finanziario³.

¹ Cfr. docc. 08/11/2021, prot. n. 84086 e 15/12/2021, prot. n. 93040.

² Cfr. doc. 23/03/2022, prot. 28652.

³ Il Professionista, nel precisare che un Ente in liquidazione coatta amministrativa non è tenuto, *ex lege*, alla redazione di un bilancio se non quello finale della procedura fallimentare, nel corso del procedimento ha depositato l’ultimo documento contabile disponibile dall’EAS in liquidazione e consistente nel “Rendiconto della gestione dell’esercizio finanziario 2012” (approvato nel 2019), le cui risultanze evidenziano: a) un “disavanzo della gestione di competenza dell’anno 2012” pari a euro 2.427.301,20; b) un “disavanzo di amministrazione al 31/12/2012” pari a euro 146.165.569,67; c) un “totale attività e passività, al netto dei conti d’ordine” pari a euro 591.966.621,42 (cfr. allegato a doc. del 29 ottobre 2021, prot. n. 82126). Il Professionista precisa che, attualmente, il dissesto di EAS in LCA è stimato in circa 250 milioni di euro “ma è ancora in corso di accertamento” (doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867 – pag. 1). Il dato emerge anche dall’ordinanza del Tar Sicilia, Sez. I, n. 7 del 20 gennaio 2022, intesa a promuovere il giudizio di costituzionalità sull’art. 4 della legge Regione Sicilia 9 maggio 2017, n. 8, nell’ambito del ricorso proposto da A.M.A.P. S.p.A. c/Presidenza della Regione Siciliana e altri.

2. Federconsumatori Sicilia/Trapani-Alcamo, in qualità di associazione consumeristica segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la pratica commerciale, posta in essere da EAS, articolata in alcune condotte elusive degli obblighi fissati dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria per gli operatori del settore dei servizi idrici a partire dal 1° gennaio 2020, inerenti sia all’informativa destinata all’utenza in tema di *prescrizione biennale* o *breve* di cui alla legge n. 205/2017 (di seguito anche “PB”) – maturata su crediti riferiti a consumi pregressi e anteriori ai due anni dalla data di emissione della relativa bolletta di conguaglio/ricalcòlo – sia alla trattazione, segnatamente al rigetto, di istanze e reclami degli utenti intesi ad eccepire la PB.

4. Nello specifico, EAS:

a) ha emesso in modalità massiva, sia nel 2020 che nel 2021, documenti contabili recanti addebiti per consumi idrici pregressi, risalenti anche ad oltre due anni addietro, ivi omettendo agli utenti qualsiasi informazione/evidenza in merito alla presenza di crediti prescrivibili nonché riguardo alla possibilità di eccepirne la PB mediante un modulo predisposto *ad hoc*. Il Professionista non ha, altresì, adottato diverse modalità comunicative al fine di informare, in generale, i consumatori in merito alla vigente disciplina della PB sui crediti idrici e sulle prerogative per essa spettanti agli utenti;

b) EAS, inoltre, ha rigettato indistintamente le istanze e i reclami avanzati dagli utenti al fine di eccepire la PB sui crediti prescrivibili presenti nei suddetti documenti, escludendo in ogni caso la diretta applicabilità della disciplina di cui alla legge n. 205/2017 e ss.mm. in base a motivazioni lacunose o comunque non in linea con la disciplina legislativa e regolatoria dell’istituto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

i) L’iter del procedimento

5. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità⁴ e di alcune informazioni acquisite d’ufficio ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo⁵, il 17 settembre 2021, è stato comunicato ad Ente Acquadotti Siciliani in L.C.A. l’avvio del procedimento istruttorio PS11743 per possibile violazione degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, con riferimento al mancato adeguamento agli obblighi informativi previsti dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria sulla PB nonché in merito al rigetto opposto alle eccezioni prescrizionali presentate dagli utenti raggiunti da fatture, emesse dopo il 1° gennaio 2020, in merito ai crediti prescrivibili ivi presenti in quanto afferenti a consumi pregressi, risalenti a oltre un biennio addietro.

6. In tale sede, veniva ipotizzata l’omissività della condotta relativa all’elusione degli obblighi informativi verso i consumatori previsti da specifiche prescrizioni legislative e regolatorie, l’aggressività del comportamento del Professionista inteso al rigetto indiscriminato delle istanze di riconoscimento della PB - in base a motivazioni opache/inconferenti/contrastanti con la vigente disciplina della PB – nonché la violazione della diligenza professionale pretendibile dagli operatori

⁴ Cfr. denunce di singoli consumatori e di associazioni consumeristiche giunte nel periodo dal 12 febbraio 2020 al 15 aprile 2021.

⁵ Docc. del 25/05/2021, prot. n. 47829, e del 18/06/2021, prot. n. 53339 nonché acquisizione d’ufficio in data 17/09/2021 di documentazione dal sito internet www.easacque.it.

del settore anche in ragione della posizione della natura di referente unico e diretto, nel territorio, per gli utenti destinatari della fornitura di servizi idrici.

7. Nella medesima comunicazione di avvio del 17 settembre 2021, sono stati richiesti chiarimenti e informazioni sulle condotte attenzionate⁶.

8. Il Professionista ha fornito riscontri alla richiesta di informazioni, formulata in sede di avvio del procedimento nonché svolto osservazioni difensive con le comunicazioni trasmesse in data 30 settembre⁷, 28 ottobre⁸ e 19 novembre 2021⁹.

9. Su sua richiesta¹⁰, EAS è stato sentito in audizione il 27 ottobre 2021¹¹.

10. In data 8 novembre 2021¹², EAS in L.C.A. ha presentato istanza di proroga del termine di conclusione del procedimento sulla base della rappresentata criticità delle condizioni organizzative, operative e finanziarie dell'Ente nonché al dichiarato intento di trovare soluzioni condivise con le autorità locali di vigilanza e con gli organi consultivi della procedura di liquidazione, in merito alla corretta applicazione della disciplina della *prescrizione biennale* agli utenti dei locali servizi idrici già interessati dalle condotte oggetto di avvio. Tale istanza è stata accolta dall'Autorità che, con delibera del 14 dicembre 2021, ha disposto il differimento di sessanta giorni del termine finale del procedimento.

11. In pari data 15 aprile 2022¹³ è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

12. Entrambe le Parti hanno trasmesso memorie conclusive: Federconsumatori Sicilia-Trapani in data 29 aprile 2022¹⁴ ed EAS in data 5 maggio 2022¹⁵.

ii) La disciplina della prescrizione biennale nel settore idrico

13. La Legge n. 205 del 27 dicembre 2017 (c.d. *Legge di Bilancio 2018*), all'art. 1, commi 4 e ss., ha introdotto un nuovo regime prescizionale biennale per i crediti vantati dagli operatori nei settori

⁶ In particolare ad EAS è stato richiesto di indicare/produrre:

1. numero delle fatture di conguaglio, inclusive di consumi prescrittibili (risalenti a più di due anni) - ai sensi della *Legge di Bilancio 2018* (l. n. 205/2017), come modificata dalla *Legge di Bilancio 2020* (l. n.160/2019) - emesse mensilmente a far data dal 1° gennaio 2020 e fino alla fine del mese di agosto 2021;

2. numero delle istanze di riconoscimento della prescrizione biennale presentate dagli utenti a seguito dell'emissione delle predette fatture, distintamente nell'anno 2020 e fino alla fine del mese di agosto 2021, precisando il numero sia delle istanze accolte che di quelle rigettate e indicando, in tale ultimo caso, le motivazioni del rigetto;

3. numero di reclami pervenuti in tema di prescrizione biennale a far data dal 1° gennaio 2020 e fino alla fine del mese di agosto 2021 con indicazione delle modalità di gestione e dei relativi esiti;

4. indicazione degli estremi e invio di copia del parere reso all'E.A.S. dall'Avvocatura dello Stato in merito all'applicazione della prescrizione biennale;

5. comunicato in tema di prescrizione biennale pubblicato il 9 marzo 2021 sul sito internet di E.A.S.;

6. ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame".

⁷ Prot. n. 74867.

⁸ Prot. n. 81961.

⁹ Prot. n. 87102.

¹⁰ Doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867.

¹¹ Cfr., doc. dell'8 novembre 2021, prot. n. 84168.

¹² Doc. dell'8 novembre 2021, prot. n. 84086.

¹³ Prot. nn. 34958 e 34960.

¹⁴ Prot. n. 37531.

¹⁵ Prot. n. 39034.

delle *utilities*, ivi compreso quello dei servizi idrici: in particolare, è stato previsto il diritto dei consumatori-utenti, sia domestici che professionisti e microimprese, di eccepire la prescrizione degli importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni addietro, indicati nelle fatture emesse a partire dal 1° gennaio 2020, laddove il ritardo nella fatturazione non fosse dovuto ad *“accertata responsabilità dell’utente”*¹⁶.

14. Il medesimo art. 1 ha attribuito al Regolatore di settore – ad oggi, ARERA – il compito, tra l’altro, di definire sia *“le misure in materia di tempistiche di fatturazione tra gli operatori della filiera necessarie all’attuazione di quanto previsto al primo e al secondo periodo”* (comma 4), sia *“le misure a tutela dei consumatori determinando le forme attraverso le quali i distributori garantiscono l’accertamento e l’acquisizione dei dati dei consumi effettivi”*¹⁷.

15. In attuazione del dettato legislativo, ARERA ha emanato, in relazione al settore idrico, la Delibera n. 547/2019 individuando, nel relativo allegato B, le *“misure di rafforzamento delle tutele degli utenti finali per i casi di fatturazione di importi per il servizio idrico riferiti a consumi risalenti a più di due anni”*. Pertanto, in riferimento *“alle fatture relative al servizio idrico emesse prima del 1° gennaio 2020, con scadenza successiva a tale data, per importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni”* sono stati minuziosamente previsti vari obblighi in capo ai Gestori SII, a partire dalla trasparente comunicazione all’utente finale – con distinto ed evidenziato dettaglio in fattura oppure con documento separato – circa gli importi relativi a consumi risalenti a più di due anni nonché con riguardo al diritto di eccepire la *prescrizione biennale* mediante compilazione ed invio di modulo *ad hoc* in riferimento.

16. Sempre nell’Allegato B alla Delibera n. 547/19, ARERA ha espressamente previsto (all’art. 2.3)¹⁸, che la PB *“decorre dal termine entro il quale il gestore è obbligato a emettere il documento di fatturazione, come individuato dalla regolazione vigente”* ossia una volta trascorsi 45 giorni dalla scadenza dell’ultimo giorno del periodo di riferimento.

17. L’entrata in vigore della disciplina della PB di cui alla *legge di Bilancio 2018*, era fissata, per il settore idrico, al 1° gennaio 2020: tuttavia, il legislatore è successivamente intervenuto con l’art. 1, comma 295, della legge 27 dicembre 2019, n. 160 (*Legge di Bilancio 2020*) che, sempre con decorrenza 1° gennaio 2020, ha abrogato il comma 5 dell’art. 1, della legge n. 205/2017 (nel quale si escludeva l’operatività della PB allorché la mancata/erronea rilevazione dei dati di consumo fosse dipesa da *responsabilità accertata dell’utente*).

¹⁶ Il comma 4 dell’art. 1 della Legge di bilancio 2018, ha previsto che *“nei contratti di fornitura di energia elettrica e gas, il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni, sia nei rapporti tra gli utenti domestici o le microimprese, come definite dalla raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, o i professionisti, come definiti dall’articolo 3, comma 1, lett. c), del codice del consumo, e il venditore, sia nei rapporti tra il distributore e il venditore, sia in quelli con l’operatore del trasporto e con gli altri soggetti della filiera. Nei contratti di contratti di fornitura del servizio idrico, relativi alle categorie di cui al primo periodo, il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni”* (grassetti aggiunti). Il successivo comma 5 stabiliva che *“le disposizioni di cui al comma 4 non si applicano qualora la mancata o erronea rilevazione dei dati di consumo derivi da responsabilità accertata dell’utente”*.

¹⁷ Inoltre, il successivo comma 7 dell’art. 1 ha stabilito che l’ARERA *“può definire, con propria deliberazione, misure atte a incentivare l’autolettura senza oneri a carico dell’utente”*.

¹⁸ *il gestore è tenuto ad informare l’utente finale, utilizzando uno o più canali di comunicazione idonei a garantire completezza e trasparenza, della possibilità di eccepire la prescrizione, mediante il seguente avviso testuale: <<La fattura [specificare numero fattura] contiene importi per consumi risalenti a più di due anni, che potrebbero non essere pagati qualora la responsabilità del ritardo di fatturazione di tali importi non sia a Lei attribuibile, in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge 205/17). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di non pagare tali importi ai recapiti di seguito riportati [specificare i recapiti]>>”* (Delibera 547/2019 IDR - all. B, art. 3.2).

18. In esito a tale novella legislativa, ARERA adottava una nuova Delibera (del 26 maggio 2020, n. 186/2020/R/ldr) che, al fine di adeguare la regolazione precedente alla legge di Bilancio 2020, ha provveduto, tra l'altro¹⁹, a modificare ed aggiornare gli obblighi informativi in tema di PB, già posti in capo ai Gestori verso l'utenza dalla suddetta Delibera n. 547/19, prevedendo l'inserimento di una coerente comunicazione in fattura in merito agli importi correlati a consumi risalenti a più di due anni prima²⁰.

19. Con la Delibera n. 186/2020, ARERA ha affermato che, per effetto della novella introdotta dalla legge n. 160/2019 (in vigore dal 1° gennaio 2020), *“la PB prevista dalla Legge di Bilancio 2018 ha per presupposto il mero decorrere del tempo”*; ha inoltre ivi ribadito il carattere vincolato della disciplina contenuta nella norma primaria sulla PB (in riferimento alle leggi di Bilancio 2018 e 2020) ed il contenuto specifico ed immediatamente precettivo per gli operatori di tale disciplina primaria, in vigore, per il settore idrico, dal 1° gennaio 2020.

20. Da ultimo, in ottemperanza ad alcune pronunce del Giudice Amministrativo²¹, ARERA ha emanato la Delibera del 21 dicembre 2021, n. 610/2021/R/IDR con cui ha provveduto: a) ad aggiornare la propria regolazione confermando, nelle linee generali, il contenuto precettivo della deliberazione n. 186/2020/R/IDR, ridefinendo gli obblighi informativi per effetto della generalizzazione legislativa del termine di prescrizione biennale; b) a garantire all'utente finale un'adeguata informazione nei casi in cui il gestore ritenga di poter fatturare importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, affermando, in tali casi, la sussistenza di una causa ostativa alla maturazione della prescrizione ai sensi della normativa primaria di riferimento.

21. Nello specifico, e a rafforzata tutela degli utenti finali, la suddetta Delibera n. 610/2021 ha disposto, in sostanziale continuità con le delibere precedenti, che: *i)* nei casi di fatturazione di importi relativi a consumi risalenti a più di due anni suscettibili di essere dichiarati prescritti, il gestore predisponga un avviso testuale *standard* da allegare in fattura con il quale informare l'utente finale della presenza di tali importi, indicando le modalità per eccepire la prescrizione; *ii)* nei casi di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, ma per i quali il gestore ritiene sussistere una causa di sospensione della prescrizione, il gestore medesimo comunichi adeguatamente all'utente finale i motivi puntuali della (presunta) mancata maturazione della prescrizione del diritto al pagamento degli importi, ai sensi della disciplina primaria e generale di

¹⁹ Con la Delibera n. 186/2020, ARERA ha apportato modifiche anche all'Allegato A alla Delibera 311/2019/Idr (REMSI), di disciplina della "costituzione in mora", fissando aggiornati obblighi per i Gestori, sempre in coerenza con la novella apportata dalla Legge di Bilancio 2020. Nello specifico, in sostituzione del comma 2-bis dell'art. 4 dell'Allegato A alla Delibera 311/2019/Idr, è stato stabilito che *“qualora la costituzione in mora sia relativa ad importi non pagati per consumi risalenti a più di due anni per i quali l'utente finale non abbia eccepito la prescrizione, pur sussistendone i presupposti, il gestore è tenuto ad allegare alla comunicazione di cui al successivo comma 4.5 il seguente avviso testuale: <<“Gli importi per consumi risalenti a più di due anni possono non essere pagati, in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge 205/17) come modificata dalla Legge di bilancio 2020 (Legge n. 160/19). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di eccepire la prescrizione relativamente a tali importi, ad esempio inoltrando il modulo di eccezione della prescrizione allegato alla fattura [indicare numero fattura], ai recapiti di seguito riportati [indicare i recapiti]”>>”*.

²⁰ La delibera ARERA n. 186/2020/R/IDR ha imposto ai gestori del servizio idrico l'inserimento, all'interno delle fatture contenenti importi prescrittibili ai sensi della nuova disciplina, la seguente dicitura: *“La presente fattura contiene importi per consumi risalenti a più di due anni, che possono non essere pagati in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge n. 205/17) come modificata dalla Legge di bilancio 2020 (Legge n. 160/2019). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di eccepire la prescrizione relativamente a tali importi, ad esempio inoltrando il modulo compilato allegato alla fattura [indicare numero fattura] ai recapiti di seguito riportati [indicare i recapiti]”*.

²¹ Tar Lombardia, I sez, sentt. nn. 1442, 1443 e 1448 in pari data 14 giugno 2021.

riferimento, nonché la possibilità di inviare un reclamo scritto relativo alla fatturazione dei suddetti importi.

22. Sempre con Delibera n. 610/2021, ARERA ha inoltre proceduto a riallineare le disposizioni in materia di reclami, procedure di messa in mora e contenuti minimi dei documenti di fatturazione di cui alla precedente regolazione²².

iii) *Le evidenze acquisite*

L'Ente Acquedotti Siciliani in L.C.A. e la gestione del SII nel territorio di riferimento

23. EAS è stato istituito con R.D. del 19 gennaio 1942, n. 24, quale Ente Unico in Sicilia, sotto tutela e vigilanza del Ministero dei Lavori Pubblici, al fine della realizzazione di nuovi acquedotti, del completamento di quelli allora in corso di costruzione nonché della manutenzione di quelli già esistenti. Dopo essere transitato nel Parastato²³, per effetto del DPR n. 683/77 veniva sottoposto alla tutela e vigilanza dell'Assessorato Regionale dei Lavori Pubblici.

24. EAS ha avuto, nel territorio siciliano, la gestione diretta delle reti idriche interne per un totale di circa 300.000 utenze, servendo una popolazione di 900.000 abitanti²⁴.

25. Per effetto della legge regionale siciliana n. 9/2004, EAS è stato posto in liquidazione continuando, in tale fase, a gestire il SII limitatamente ad alcuni territori comunali²⁵.

26. In base alla legge regionale siciliana 11 agosto 2017, n. 16, EAS avrebbe dovuto attivare, tra l'altro, le procedure di consegna di impianti e reti idriche, già in dotazione, ai Comuni interessati destinati a subentrare nella rispettiva gestione²⁶ ma la Corte Costituzionale, con pronuncia 6 novembre 2020, n. 231, ha dichiarato il contrasto dell'art. 4 della suddetta legge regionale con l'art. 117, comma 2, lett. e), Cost., che riserva allo Stato la potestà legislativa esclusiva in materia di "tutela della concorrenza". La Consulta, in particolare, ha affermato che quanto stabilito nella legge regionale siciliana n. 16/2017 – riguardo alla gestione diretta del SII da parte dei vari Comuni locali nell'ambito del territorio già "servito" da EAS – viola le disposizioni del *Codice dell'Ambiente* (D. Lgs. n. 152/2006)²⁷, norma nazionale di riferimento, cogente anche per le regioni a statuto speciale.

²² In riferimento, rispettivamente, all'Allegato A alla delibera n. 655/2015/R/IDR (RQSII), all'Allegato A alla delibera n. 311/2019/R/IDR (REMSI) nonché all'Allegato A alla delibera n. 586/2012/R/IDR.

²³ In base alla Legge n. 70 del 20 marzo 1975.

²⁴ Cfr. doc. del 29 aprile 2022, prot. n. 37531 - pag. 1.

²⁵ I comuni residuati in gestione ad EAS in liquidazione erano i seguenti: Gibellina, Paceco, Buseto Palizzolo, Salemi, Erice, San Vito Lo Capo, Castellammare del Golfo, santa Ninfa, Partanna, Favignana, ca. 700 utenze ricadenti nel comune di Alcamo, in provincia di Trapani; Forza D'Agro, Savoca, Castelvecchio Siculo, Valdina, Roccavaldina e Venetico in provincia di Messina (doc. 30 settembre 2021, prot. n. 74867).

²⁶ La medesima legge regionale disponeva che il personale di ruolo dell'Ente Acquedotti Siciliani sarebbe stato trasferito in apposita area speciale transitoria ad esaurimento istituita presso l'ESA/Ente di Sviluppo Agricolo.

²⁷ Secondo la Consulta, quanto disposto nella legge regionale n. 16/2017 circa il conferimento della gestione diretta del SII ai Comuni del territorio già di competenza EAS, per un periodo di tempo sostanzialmente indeterminato e, quindi, potenzialmente esteso (sino all'affidamento al Gestore unico d'ambito), si pone in contrasto con gli artt. 147, commi 2, lett. b. e 2-bis, e 149-bis, comma 1, del *Codice dell'Ambiente*, segnatamente riguardo al principio – ivi chiaramente fissato - di unicità della gestione del SII nell'ambito territoriale ottimale (salvi solo i casi specifici ed espressamente consentiti di gestioni comunali autonome). Confermando quanto già statuito in pronunce precedenti, la Corte ha stabilito che la disciplina diretta al superamento della frammentazione verticale della gestione delle risorse idriche - con l'assegnazione ad un'unica Autorità preposta all'ambito delle funzioni di organizzazione, affidamento e controllo della gestione del SII - è ascrivibile alla competenza legislativa esclusiva dello Stato in materia di *tutela della concorrenza*, essendo essa diretta ad

27. A causa del gravissimo stato di decozione dell'Ente Acquedotti Siciliani, con Decreto Presidenziale della Regione Siciliana del 2 gennaio 2020²⁸ è stata disposta la sua collocazione in *liquidazione coatta amministrativa* senza previsione di esercizio provvisorio.

28. In recepimento delle suddette statuizioni della Consulta, alcune recenti sentenze del Tar Sicilia - in merito a distinti ricorsi presentati da altrettanti Comuni rientranti nel territorio già gestito da EAS²⁹ - hanno stabilito l'obbligo della Regione Sicilia, nelle sue varie articolazioni, di farsi carico del problema della gestione del SII nel predetto territorio, adottando una soluzione congrua nel rispetto di principi e criteri fissati dalla normativa nazionale ambientale.

29. Nelle more che la Regione Siciliana individui un Gestore in regime transitorio e che l'ATI/Assemblea Territoriale Idrica (autorità di controllo e regolazione) provveda all'affidamento del SII, ad oggi EAS, dichiaratamente, non opera come Gestore idrico per le utenze nel territorio (già) di competenza, essendo di fatto "sostituito" dai Comuni locali che, in autonomia, provvedono alla gestione delle reti idriche e sono chiamati agli interventi manutentivi necessari e indifferibili (come vulture e nuove allacci), anticipando i relativi costi e oneri³⁰.

30. L'Ente, tuttavia, pur non essendo più deputato alla gestione idrica a far data dalla messa in liquidazione coatta amministrativa, ha comunque provveduto, dopo il 1° gennaio 2020, a svolgere attività di fatturazione e riscossione dei crediti relativi ai consumi idrici pregressi, corrispondenti anche a svariate annualità precedenti.

Le condotte oggetto di contestazione

A) L'inadeguatezza delle informazioni fornite ai consumatori in tema di prescrizione biennale

31. Le risultanze istruttorie attestano che EAS non ha provveduto a diffondere un'adeguata informativa ai locali utenti del SII, riguardo all'avvenuta introduzione della disciplina della PB e alla presenza di importi prescrivibili nella bolletta emessa nonché alla possibilità di sollevare l'eccezione di *prescrizione breve*, ai sensi della vigente disciplina dell'istituto, in base alle leggi di Bilancio per il 2018 ed il 2020 nonché della correlata regolazione di settore.

32. Secondo le denunce pervenute³¹ nonché in base alle stesse ammissioni del Professionista³², risulta che, dopo l'ultima campagna di fatturazione del 2016³³, l'Ente ha ripreso l'attività di fatturazione unicamente nel 2020, (quando era già in LCA).

assicurare la concorrenzialità nel conferimento della gestione e nella disciplina dei requisiti soggettivi del Gestore, allo scopo di assicurare l'efficienza e l'economicità del servizio idrico.

²⁸ La procedura di liquidazione coatta amministrativa era stata attivata con Delibera della Giunta Regionale 24 aprile 2019, n. 145, in attuazione dell'art. 4, comma 1, della legge Regione Siciliana 9 maggio 2017, n. 8.

²⁹ Vedansi, ad es., sentenze Tar Sicilia, I sez, n. 3006 del 28 dicembre 2020 (su ricorso del comune di Salemi) e n. 533 dell'11 febbraio 2021 (su ricorso del Comune di Partanna).

³⁰ Cfr. doc. del 29 aprile 2022, prot. n. 37531 - pag. 4

³¹ Cfr., ad es., denuncia giunta l'8 ottobre 2021, prot. n. 76928, da parte di un'Associazione consumeristica

³² Docc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339, e del 30 settembre 2021, prot. n. 74867.

³³ Secondo quanto riferito dall'attuale Commissario liquidatore, la carenza di mezzi finanziari, organizzativi e di personale aveva impedito ad EAS di far fronte all'attività di fatturazione in conformità agli *standard* temporali e di qualità stabiliti da ARERA nonché di provvedere ad aggiornare le tariffe che sarebbero rimaste ferme al 1995 (docc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339, e del 30 settembre 2021, prot. n. 74867).

In particolare, il Gestore ha emesso in modalità massiva - a marzo 2020 e recapitandole agli utenti nei mesi successivi di settembre e ottobre 2020 - oltre [150.000-200.000]*³⁴ fatture recanti addebiti (a volte consistenti) per consumi idrici afferenti agli anni pregressi e fino al 2019. Tali fatture, in base alle dichiarazioni del Professionista, erano “relative a consumi idrici di annualità per le quali non era mai stata emessa alcuna fattura di acconto”; inoltre, “l’Ente non era dotato di misuratori e tecnologia che permetteva la lettura in remoto e pertanto, gli effettivi consumi fatturati sono stati determinati solo a seguito di sopralluogo dell’esiguo personale addetto”³⁵.

33. Come denunciato dai consumatori³⁶ ed altresì, ammesso dal Professionista³⁷, tali fatture risultavano del tutto prive di indicazioni/evidenza riguardo sia all’esistenza di crediti prescrivibili sia dell’entrata in vigore della disciplina della PB e sia della possibilità di eccepirla secondo individuate modalità.

34. Nel corso del 2021, EAS risulta aver effettuato un’ulteriore campagna massiva avente ad oggetto l’invio di *solleciti/atti di messa in mora* – in numero pari a [40.000-50.000] - emessi ad ottobre e spediti ai propri utenti, con raccomandata, nei successivi mesi di novembre e dicembre 2021 - sempre in riferimento a crediti per consumi afferenti anche a svariati anni addietro, anche del 2015³⁸. Come comprovato dal Professionista³⁹ ed altresì confermato da successive denunce documentate di consumatori⁴⁰, anche le predette comunicazioni erano prive di adeguate informazioni: in particolare, venivano individuati gli importi addebitati all’utente ma non i corrispondenti consumi effettuati/rilevati nel periodo/annualità di riferimento; venivano, altresì, omessi, il dettaglio delle tariffe, le modalità di calcolo e misurazione dei consumi.

35. Sebbene nei medesimi “solleciti” venisse precisato che “per le fatture richiamate è stato verificato l’invio di atti interruttivi della prescrizione”, veniva tuttavia omessa l’indicazione degli estremi dell’atto *interruttivo* valevole nel caso specifico⁴¹ e l’utente veniva, in ogni caso, invitato ad effettuare il pagamento entro 15 giorni dal ricevimento della comunicazione a pena di *recupero coattivo del credito*.

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

³⁴ Cfr. comunicazione di EAS del 18 giugno 2021, prot. n. 53339, di riscontro a richiesta informazioni in data 25 maggio 2021, prot. n. 47820.

³⁵ Cfr. doc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339 – pag. 4.

³⁶ Cfr. denuncia giunta l’8 ottobre 2021, prot. n. 76928.

³⁷ Cfr. doc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339 – pag. 4 (in replica alla richiesta di informazioni sub 3) lett. i) e ii), di cui alla comunicazione AGCM del 25 maggio 2021, prot. n. 47829.

³⁸ Il Professionista precisa che tali solleciti hanno riguardato “anche e soprattutto per partite contabili risalenti nel tempo”: cfr. doc del 19 novembre 2021, prot. n. 87102, pag. 1.

³⁹ Cfr. doc del 19 novembre 2021, prot. n. 87102, all. 1.

⁴⁰ Cfr. ad es. docc. in pari data 24 febbraio 2022, prott. nn. 22457 e 22672; docc. in pari data 25 febbraio 2022, prott. nn. 22089, 22908, 23045, 23066; docc. in pari data 28 febbraio 2022, nn. 23084, 23098, 23099, 23100, 23102, 23103, 23105 e 23107.

⁴¹ Cfr. doc del 19 novembre 2021, prot. n. 87102.

Sul punto, almeno in alcuni casi, risulta che l'emissione del sollecito di pagamento – per consumi anche del 2015 – non fosse stata preceduta da alcuna fatturazione/richiesta tempestiva del presunto credito da parte dell'Ente sulla base di dati effettivi di lettura⁴².

36. Emerge, in tale contesto, come EAS – a far data dal 2020 e nonostante l'entrata in vigore della disciplina della *prescrizione breve* - abbia sistematicamente omesso qualsiasi informazione/indicazione/evidenza in seno alle suddette fatture – sia nel primo ciclo di emissione massiva delle bollette⁴³ che nel secondo ciclo di trasmissione di *solleciti/atti di messa in mora*⁴⁴ - circa la presenza di eventuali crediti prescrivibili nonché riguardo alla possibilità per i clienti di eccepire la PB sugli importi ivi rappresentati mediante apposito modulo di richiesta predisposto per i fruitori dei servizi idrici.

37. In base alle segnalazioni ricevute⁴⁵ e alle informazioni rese dal Professionista⁴⁶, risulta altresì come EAS avesse diffuso tramite il proprio sito *www.easacque.it* – almeno fino all'originaria accessibilità dello stesso⁴⁷ - solo limitate informazioni inerenti al nuovo istituto della *prescrizione biennale*, segnatamente riguardo all'interpretazione applicativa della disciplina e al trattamento di istanze/reclami dell'utenza - intesi al riconoscimento della relativa eccezione – presentati a fronte della fatturazione massiva del 2020.

38. Nello specifico, con un primo “avviso” del 7 dicembre 2020⁴⁸, l'Ente illustrava, tra altro, l'interpretazione dell'art. 1, comma 4, della L. 205/2017 (*Legge di Bilancio 2018*) da esso seguita, secondo cui tale norma era da applicarsi “*nel senso che il regime prescrizione cominci a decorrere per il periodo di fatturazione successivo al 2020*”. Peraltro, sospendeva la riscossione dei canoni relativi a consumi del 2017 – e la trattazione dei reclami ad essi afferenti – in attesa di ricevere il parere dell'Organo Legale consultato⁴⁹.

EAS precisava, inoltre, che “*le fatture relative ai canoni per gli anni 2018 e 2019, emesse a marzo 2020, non rientrano nei casi per cui la legge di Bilancio 2018 prevede la prescrizione*” e, pertanto, “*ogni eventuale istanza e/o reclamo deve intendersi rigettata*”. E ancora, “*parimenti, le fatture*

⁴² Cfr. docc del 28 febbraio 2022, prot. n. 23107, e del 2 marzo 2022, prot. n. 24068. La pretesa al pagamento di importi afferenti ad anni pregressi in relazione a consumi non tempestivamente rilevati e fatturati dal Professionista emerge anche dalla sentenza in tema di PB, del 4 gennaio 2022, n. 10/22, favorevole all'utente-attore, emessa dal Giudice di Pace di Trapani.

⁴³ Vedansi, tra altre, le documentate segnalazioni corrispondenti ai seguenti documenti: n. 19304 del 12 febbraio 2020; n. 19342 del 13 febbraio 2020; n. 29993 del 31 marzo 2020; n. 50256 del 26 giugno 2020; n. 82088 del 5 novembre 2020; n. 86141 del 20 novembre 2020; n. 87159 del 24 novembre 2020; n. 91471 del 09 dicembre 2020; n. 91851 del 10 dicembre 2020; n. 92131 dell'11 dicembre 2020; n. 92183 dell'11 dicembre 2020; n. 16774 del 28 gennaio 2021; n. 16837 del 29 gennaio 2021; n. 16841 del 29 gennaio 2021; n. 18976 del 5 febbraio 2021.

⁴⁴ Cfr. allegato a doc. del 19 novembre 2021, prot. n. 87102; cfr. anche, tra altri, docc. in pari data 20 gennaio 2022, prott. nn. 13949, 13960 e 13963.

⁴⁵ Cfr. ad es, doc. del 10 dicembre 2020, prot. n. 91846.

⁴⁶ Doc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339.

⁴⁷ Tale sito era risultato inaccessibile al 3 agosto 2021, in base a rilevazioni effettuate d'ufficio (cfr. verbale del 17 settembre 2021, di acquisizione agli atti del fascicolo); il medesimo sito è risultato nuovamente accessibile alla data del 31 maggio 2022, all'esito di aggiornate verifiche d'ufficio.

⁴⁸ Cfr. avviso unito alla comunicazione di EAS ad ATI Trapani in data 2 dicembre 2020, n. 9400 (in allegato a doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867).

⁴⁹ L'Avvocatura distrettuale dello Stato di Palermo.

relative ai consumi per gli anni antecedenti, non possono essere contemplate nella disciplina di cui alla L. n. 205/2017 e, pertanto, ogni eventuale istanza/reclamo deve intendersi rigettata”.

39. Con successivo “avviso” in data 9 marzo 2021⁵⁰, l'EAS comunicava di essere “*addivenuta alla determinazione della inapplicabilità della eccepita prescrizione biennale ex l. 205/2017, anche per le fatture relative agli anni 2016 e 2017*”, all’esito dei consulti legali ricevuti in merito all’applicazione della disciplina in esame.

Nello stesso “avviso”, l’Ente richiamava la Delibera ARERA n. 186/2020 nel punto in cui statuiva che “*alla luce dell’art. 1, comma 295, della Legge di Bilancio 2020, in vigore dal 1° gennaio 2020 – che ha disposto l’abrogazione dell’art. 1, comma 5, della legge di Bilancio del 2018, la prescrizione biennale prevista dalla Legge di Bilancio 2018 ha per presupposto il mero decorrere del tempo*”⁵¹. Aggiungeva come ARERA, “*conseguentemente*”, avesse reputato “*opportuno far decorrere l’efficacia*” della suddetta delibera “*a partire dalle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione successivo alla data di pubblicazione*” del medesimo provvedimento⁵².

L’Ente dichiarava, quindi, che non avrebbe applicato il nuovo regime prescrizionale *breve* al periodo di fatturazione 2016/2017, in quanto “*antecedente alla delibera*” richiamata⁵³, sollecitando, quindi, gli utenti al pagamento delle fatture relative ai consumi effettuati negli anni 2016/2017, pena l’attivazione di procedure coattive di recupero dei crediti.

A.i) Il sito internet www.easacque.it

40. Già anteriormente all’avvio del procedimento⁵⁴, il sito internet www.easacque.it, riferibile ad Enti Acquedotti Siciliani in LCA, risultava “*in manutenzione*” e lo stesso Professionista ne attestava, al 30 settembre 2021, la perdurante inaccessibilità⁵⁵.

41. All’esito di successive verifiche d’ufficio⁵⁶ il predetto sito è risultato nuovamente raggiungibile e, nella sezione dedicata⁵⁷, sono risultati accessibili, tra gli altri, sia il suddetto “avviso” del 2 dicembre 2020 (in merito alle fatture, recapitate nel 2020, recanti crediti per consumi pregressi, afferenti agli anni dal 2017 al 2019)⁵⁸ sia un avviso distinto (“reclami/ricorsi”)⁵⁹ dove l’Ente ha

⁵⁰ Cfr. allegato a doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867.

⁵¹ Sottolineatura e grassetto nell’originale.

⁵² Sottolineatura e grassetto nell’originale.

⁵³ “*Stante quanto sopra, si ritiene che, rispetto al periodo di fatturazione (2016-2017), certamente antecedente alla Delibera sopra citata, non è applicabile il regime prescrizionale breve di nuova introduzione dovendosi, pertanto, applicare il regime ordinario di prescrizione quinquennale, vigente al momento in cui si è registrato il consumo e, quindi, è sorto il diritto*”.

⁵⁴ In base a verifiche d’ufficio del 3 agosto 2021 (cfr. verbale in data 17 settembre 2021 di acquisizione atti dal link <http://www.easacque.it/>).

⁵⁵ Doc. 30 settembre 2021, prot. n. 74867-pag. 4

⁵⁶ Effettuate in data 31 maggio 2022.

⁵⁷ <https://www.easacque.it/category/avvisi/>.

⁵⁸ Cfr. verbale in data 31 maggio 2022 di acquisizione agli atti dal link <https://www.easacque.it/2021/12/23/avviso-fatture-anni-2017-2018-2019/>.

⁵⁹ <https://www.easacque.it/2022/04/07/reclami-ricorsi/>. Il comunicato ivi pubblicato recita: “*Con riferimento ai numerosi reclami/ricorsi pervenuti a questa Lca a contestazione dei solleciti inviati per il pagamento di consumi idrici, si comunica che, stante la copiosa corrispondenza da esitare, l’esiguo numero di personale a disposizione della Lca e le incombenze proprie della stessa, non si è nelle condizioni di potere riscontrare i predetti in tempi brevi, necessitando ciascun reclamo/ricorso una adeguata istruttoria. In ogni caso, in via generale, si coglie l’occasione per comunicare,*

anzitutto informato dell'impossibilità – a causa delle attuali criticità finanziarie e gestionali - di riscontrare “*in tempi brevi*” i reclami/ricorsi nel frattempo presentati dagli utenti avverso i solleciti di pagamento ad essi inviati.

42. Ivi, inoltre, EAS ha “comunicato” il diniego alle eccezioni prescrizionali (biennali) già ricevute in merito ai consumi idrici “*per l'anno 2018*” ed altresì “*per gli anni 2016 e 2017*” ritenendo, al riguardo inapplicabile la disciplina sulla PB “*sulla scorta della delibera ARERA n. 186 del 26 maggio 2020, che all'art. 5, co. 1, recita testualmente: <<Le disposizioni del presente provvedimento hanno efficacia con riferimento alle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione del provvedimento medesimo, ferma restando la validità delle azioni eventualmente già messe in atto dai gestori per dare attuazione alla previsione dell'articolo 1, comma 295, della Legge di bilancio 2020 relativamente alle fatture già emesse tra il 1 gennaio 2020 e il suddetto ciclo di fatturazione>>*”. Ad asserita “*conferma*” di tale assunto, l'Ente cita – e pubblica sul medesimo sito⁶⁰ - un'unica sentenza, emessa nel 2022 dal locale Giudice di Pace in merito alla prescrizione di crediti riferiti a consumi afferenti alle sole annualità del 2016 e 2017.

43. A tutt'oggi, non risultano pubblicate informazioni all'utenza circa l'entrata in vigore del nuovo istituto di cui alla legge n. 205/2017 nonché la conseguente possibilità per l'utente di eccepire la PB mediante modalità ivi appositamente individuate oppure moduli *on line* direttamente accessibili.

B) La inadeguata gestione delle istanze e dei reclami degli utenti intesi al riconoscimento della prescrizione biennale

44. Il Professionista ha ammesso di non aver provveduto, a causa della scarsità di mezzi e di personale⁶¹, a riscontrare puntualmente tutte le numerose istanze e i reclami ricevuti dagli utenti intesi ad eccepire la PB in merito ai crediti, relativi a consumi pregressi, presenti nelle fatture, emesse e inviate massivamente nel corso del 2020. Sul punto ha comunque fornito solo una risposta “*generalizzata*” all'utenza, mediante la diffusione del predetto “*avviso*” datato 2 dicembre 2020⁶².

stante i numerosi reclami pervenuti in tal senso anche su moduli prestampati, che per ciò che attiene alle eccezioni di prescrizione per le fatture relative ai consumi idrici per l'anno 2018, le stesse sono state inviate allo SDI e poi inviate in copia cartacea già nell'anno 2020, quindi non è invocabile alcuna prescrizione. Alla stessa stregua, per quel che attiene alla prescrizione afferente i consumi idrici per gli anni 2016 e 2017, questa LCA ritiene che la disciplina contenuta nella L. 205/2017 non trovi applicazione, sulla scorta della delibera ARERA n. 186 del 26 maggio 2020, che all'art. 5 comma 1 recita testualmente: <<Le disposizioni del presente provvedimento hanno efficacia con riferimento alle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione del provvedimento medesimo, ferma restando la validità delle azioni eventualmente già messe in atto dai gestori per dare attuazione alla previsione dell'articolo 1, comma 295, della Legge di bilancio 2020 relativamente alle fatture già emesse tra il 1 gennaio 2020 e il suddetto ciclo di fatturazione>>. Tale assunto ha trovato conferma nella sentenza del Giudice di Pace di Trapani n. 92/2022. Alla luce di quanto sopra, i consumi sopra detti devono ritenersi dovuti”.

⁶⁰ <https://www.easacque.it/2022/05/06/sentenza-n-99-22-gdp-sez-civile-tribunale-di-trapani/>. Cfr. anche verbale del 31 maggio 2022 di acquisizione agli atti.

⁶¹ Doc. 30 settembre 2021, prot. n. 74867 -pag. 3.

⁶² Si tratta dell'avviso del 7 dicembre 2020 mediante il quale si avvertiva l'utenza, che la riscossione delle fatture, con scadenza successiva al 1° gennaio 2020 e recanti addebiti relativi a consumi del 2017, veniva temporaneamente sospesa in attesa delle determinazioni “*delle Autorità consultive competenti*”; quanto poi ai canoni del 2018 – pretesi da EAS nell'ambito della medesima fatturazione massiva del 2020 – essi espressamente “*non rientra[va]no, comunque, nei casi per cui la legge di bilancio 2018 prevede la prescrizione*”, in base all'interpretazione sopra riportata.

45. Risulta in ogni caso che EAS, anche sulla scorta del parere legale ricevuto circa l'interpretazione da seguire per l'applicazione della disciplina sulla PB⁶³, abbia in seguito deciso di rigettare *in toto* i suddetti reclami/istanze fornendo, anche in questo caso, solo un riscontro "generalizzato" all'utenza, mediante pubblicazione (in data imprecisata) sul sito internet dell'Ente, dell'avviso datato 9 marzo 2021.

In base a quanto dichiarato dallo stesso Professionista, "*nel 2020, le istanze che contestavano la prescrizione per i canoni idrici del 2017 ammontano a circa [2000-5000] di cui ca. [1000-2000] riscontrate. Per il primo quadrimestre del 2021 (...) le istanze pervenute ammontano a circa [1000-2000]*"⁶⁴.

46. Emerge, altresì, che EAS abbia fornito un riscontro ad alcuni reclami affermando che "*per ciò che attiene alle eccezioni di prescrizione breve, per le fatture relative ai consumi idrici per l'anno 2018, le stesse sono state inviate allo SDI e poi inviate in copia cartacea già nell'anno 2020, quindi non è invocabile alcuna prescrizione*"⁶⁵.

47. Pure in esito al secondo invio massivo di fatture/solleciti operato nel corso del 2021, il Professionista ha inteso mantenere la stessa interpretazione della disciplina della PB non rispondendo oppure rigettando le relative eccezioni avanzate dagli utenti raggiunti dalle comunicazioni recanti crediti prescrivibili in quanto afferenti a consumi progressivi⁶⁶.

48. Infine risulta pure che EAS, nel mese di maggio 2022, abbia nuovamente sollecitato gli utenti-destinatari delle precedenti missive al pagamento degli asseriti crediti per consumi progressivi⁶⁷.

iv) Le argomentazioni delle Parti

Ente Acquedottistico Siciliano/EAS in L.C.A.

49. Il Professionista ha svolto varie osservazioni difensive⁶⁸ nelle quali ha anzitutto richiamato le varie vicende che hanno interessato l'Ente Acquedottistico Siciliano assieme al progressivo peggioramento della situazione finanziaria, tale per cui è stata, dapprima, posta in liquidazione per effetto della legge regionale siciliana n. 9/2004.

50. Nonostante i successivi interventi del legislatore regionale⁶⁹ - sovente soggetti ad impugnativa da parte dei Comuni interessati, "refrattari" ad assumere la consegna e gestione diretta della reti idriche - e a causa della sostanziale inerzia dell'ATI territorialmente competente e delle altre Autorità preposte a trovare soluzioni definitive, EAS rappresenta di aver continuato, di fatto, fino alla dichiarazione in LCA, a gestire il servizio idrico locale per alcuni comuni del trapanese e del messinese⁷⁰, sebbene con grandi difficoltà e scontando plurime inefficienze derivate dalla grave -

⁶³ parere n. 4849/2020 dell'Avvocatura dello Stato (allegato a doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867).

⁶⁴ Doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867 - pag. 4.

⁶⁵ Doc. del 14 aprile 2022, prot. n. 34645.

⁶⁶ Sul punto, cfr. molteplici denunce a partire dal 20 gennaio 2022, prot. n. 13949.

⁶⁷ In base a recentissima denuncia di un consumatore: cfr.doc. del 20 giugno 2022, prot. n. 49175.

⁶⁸ Cfr. docc. del 18 giugno 2021, prot. n. 53339, e del 30 settembre 2021, prot. n. 74867; verbale di audizione in data 27 ottobre 2021; doc. del 5 maggio 2021, prot. n. 39034.

⁶⁹ Il Professionista cita, "a titolo esemplificativo", le LL. RR nn. 19/2015 e 16/2017.

⁷⁰ EAS rappresenta che i Comuni residuati in Gestione fino alla messa in liquidazione coatta amministrativa erano: Gibellina, Paceco, Buseto Palizzolo, Salemi, Erice, San Vito Lo Capo, Castellammare del Golfo, Santa Ninfa, Partanna,

e progressivamente deteriorata - situazione di dissesto. In ragione di tali circostanze, EAS rigetta l'addebito di responsabilità per il fatto di non aver operato in osservanza agli *standard* - operativi e temporali - previsti dalla regolazione⁷¹.

51. Specifica, quindi, di essere stato posto, per effetto del Decreto del Presidente della Regione Siciliana n. 07/2020, in liquidazione coatta amministrativa a partire dal 2 gennaio 2020 "*senza previsione di gestione provvisoria*" a causa del gravissimo stato di decozione in cui già versava l'Ente⁷².

52. Tale circostanza avrebbe comportato che la campagna di fatturazione avviata dopo quella data - segnatamente quella "massiva" del 2020 (per la riscossione dei canoni idrici relativi agli anni pregressi e fino al 2019) - non sarebbe stata posta in essere "*in ottica gestoria del servizio idrico*" - cui l'Ente non era più tenuto a causa della messa in LCA - "*ma unicamente nel rispetto delle norme*" fallimentari, all'unico fine di recupero tempestivo dei crediti vantati dall'Ente ormai decotto per il soddisfacimento dei creditori ammessi alla procedura concorsuale⁷³. Sarebbe stato, quindi, in osservanza dell'art. 74-bis del DPR 633/1972⁷⁴- e sulla base della logica concorsuale - che EAS in LCA avrebbe proceduto a richiedere e fatturare agli (ex) utenti tutti i suddetti canoni idrici afferenti a consumi di anni pregressi, fino al 2019, in quanto non già richiesti e fatturati alla data del 1° gennaio 2020.

53. Pertanto, in assenza di un'attività propriamente gestoria del SII - bensì diretta principalmente alla ricognizione del passivo e alla liquidazione dell'attivo dell'Ente - il Professionista rivendica di non poter essere incluso tra i soggetti Gestori né, quindi di essere imputabile per le condotte qui all'esame⁷⁵.

54. Il Professionista, anche in base al parere richiesto all'Avvocatura Distrettuale dello Stato di Palermo⁷⁶, ritiene inapplicabile la disciplina della prescrizione biennale ai canoni idrici relativi ai consumi, in particolare, per gli anni 2016 ("*fatturati nel 2019 dall'EAS in liquidazione ed emesse allo SDI nel 2019*"), e 2017 ("*fatturati da EAS in LCA ex art. 74 bis L. Fall.*").

55. Nello specifico, invocando il dettato testuale della legge di Bilancio 2018 - e sull'asserita scorta delle Delibere attuative dell'ARERA - EAS reputa che la disciplina sulla PB "*non possa avere carattere ed efficacia retroattiva ma si deve applicare solo ai consumi fatturati e quindi relativi agli anni successivi al 2020*". Nello specifico, viene sostenuto che le fatture emesse per i canoni idrici 2017 non siano assoggettabili al nuovo istituto "*in ragione della delibera ARERA 186/20202 che ha*

Favignana, circa 700 utenze nel comune di Alcamo per la provincia di Trapani. Mentre per la provincia di Messina, i comuni erano Forza D'Agro, Savoca; Castelvecchio Siculo, Valdina, Roccavaldina e Venetico (cfr. doc. 30 settembre 2022, prot. n. 74867 - pag. 1).

⁷¹ "*omissis*". E ancora: "*omissis*" (doc. del 18.06.2021, prot. n. 53339, pagg. 2 e 5. Cfr. in senso analogo, doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867 - pag. 2).

⁷² Il Professionista dichiara che lo stato di dissesto era stato allora "*stimato in 250 milioni di euro ma è ancora in fase di accertamento*". Inoltre, alla data di messa in LCA, l'Ente risultava gravato da "*ben 800 procedure esecutive mobiliari pendenti*" ciò comportando il pignoramento dei conti correnti ad esso intestati nonché "*il blocco totale delle disponibilità finanziarie e la conseguente paralisi di ogni attività*".

⁷³ Doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867.

⁷⁴ Laddove tale norma recita: "*Per le operazioni effettuate anteriormente alla dichiarazione di fallimento o di liquidazione coatta amministrativa, gli obblighi di fatturazione e registrazione, sempre che i relativi termini non siano ancora scaduti, devono essere adempiuti dal curatore o dal commissario liquidatore entro quattro mesi dalla nomina*".

⁷⁵ Cfr. doc. del 5 maggio 2021, prot. n. 39034.

⁷⁶ Allegato a doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867.

statuito che, alla luce dell'art. 1, comma 295, della Legge di Bilancio 2020, in vigore dal 1° gennaio 2020, che ha disposto l'abrogazione dell'art. 1, comma 5, della Legge di Bilancio 2018, la prescrizione biennale prevista dalla Legge di Bilancio 2018, ha per presupposto il mero decorrere del tempo. Ciò anche se si considera che la stessa Delibera n. 186/2020 del 26.05.2020 ha inoltre statuito: <<consequentemente appare opportuno far decorrere l'efficacia del presente provvedimento a partire dalle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione del provvedimento medesimo>>⁷⁷.

56. Viene sostenuto che una diversa interpretazione determinerebbe un'indebita applicazione retroattiva della legge primaria (e, quindi del novello regime prescrizione) e si ribadisce che le operazioni di fatturazione emesse da EAS in LCA per i canoni idrici riferiti ai consumi del 2016 e del 2017 sarebbero da considerarsi effettuate non in ottica gestoria bensì “in ottemperanza all'art. 74 bis del DPR 633/1972”.

57. Pertanto, dopo aver dapprima “sospeso” la riscossione dei canoni idrici del 2017, EAS - in esito alla maturazione di tale orientamento interpretativo – avrebbe quindi pubblicato (in data imprecisata) sul proprio sito internet apposito “avviso” (rilasciato il 9 marzo 2021) diretto a comunicare alla generalità degli utenti l'inapplicabilità della PB alle fatture recanti addebiti per consumi relativi alle annualità 2016/2017 con sollecito al relativo pagamento.

58. Il Professionista avrebbe quindi seguito a rigettare, di fatto, le istanze e i reclami degli utenti intesi al riconoscimento della PB sostenendo che “compito del Commissario liquidatore della procedura concorsuale non è quello di gestire il SII né di fornire risposte agli utenti riguardo l'applicabilità del regime di PB bensì soltanto quello di soddisfare i creditori di EAS (Enti locali, fornitori, costruttori, professionisti...) liquidando e costituendo la massa attiva”⁷⁸.

59. E' proprio nell'ottica di far fronte agli obblighi derivanti dalla procedura concorsuale che EAS in LCA avrebbe poi operato, nel 2021, un ulteriore invio massivo di fatture e solleciti di pagamento per consumi risalenti anche a diversi anni addietro, che, sarebbero state “sempre sollecitate” ma senza mai procedere al recupero dei relativi crediti “stante la atavica carenza di mezzi” del Gestore.

Federconsumatori Sicilia/Trapani-Alcamo

60. In data 29 aprile 2022⁷⁹, è giunta una memoria da parte dell'Associazione consumeristica recante, in sintesi, le seguenti osservazioni.

Dopo aver ripercorso brevemente la storia dell'Ente Acquedotti Siciliani⁸⁰ sin dalla sua istituzione, la Parte sostiene che, in attesa che le competenti Autorità regionali provvedano all'affidamento del SII nel territorio dell'ATI Trapani, EAS in LCA debba reputarsi tuttora incaricato della relativa gestione, anche in ragione del fatto che l'Ente continua a provvedere “alla riscossione e a recapitare agli utenti bollette dovute per canoni e tariffe per il servizio idrico reso negli anni”.

61. Riferisce infatti che, nei Comuni della provincia di Trapani e Messina, già di competenza EAS, questi non proceda di fatto all'ordinaria gestione “obbligando” i Comuni locali “ad intervenire in

⁷⁷ Doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867 (sottolineatura presente nell'originale).

⁷⁸ Cfr. verbale di audizione in data 27 ottobre 2021-pag. 3. Cfr. anche doc. del 5 maggio 2022, prot. n. 39034 – pag. 2.

⁷⁹ Doc. prot. n. 37531.

⁸⁰ L'associazione allega anche alcune sentenze che hanno riguardato la storia recente di EAS in LCA (Corte Costituzionale, sent. n. 231/2020; Tar Sicilia, I sez, sentt. n. 3006/2020 e 533/2021).

via sostitutiva anticipando i relativi costi e oneri, per gli indispensabili interventi manutentivi"; ciò nonostante, il Professionista ha trasmesso agli utenti bollette e solleciti di pagamento per canoni e tariffe per il servizio idrico reso negli anni dal 2015 al 2019.

62. Tali solleciti, peraltro – riferiti a fatture che non sarebbero mai state recapitate in precedenza – riportano scarse informazioni (sui dati di lettura, entità dei consumi e modalità di calcolo tariffario), inidonee all'integrale comprensione e verifica delle somme addebitate - ritenute *"eccessive e comunque sproporzionate rispetto alla media dei consumi dell'utente"* – e tale da far presumere l'effettuazione, da parte del Professionista, di un conteggio solo *"presunto e/o arbitrario, o meglio a forfait"* e non basato su dati reali di consumo.

63. Da ultimo, l'associazione rappresenta il carattere "paradossale" dell'attuale situazione in cui versano gli utenti del SII già in carico ad EAS i quali, di fatto, *"non dispongono di un Gestore non potendo effettuare le normali operazioni commerciali (come volture e nuovi allacci, etc...) ma sono comunque destinatari di fatture ordinarie di ciclo prive degli elementi minimi di trasparenza previste dalla normativa di settore nonché di solleciti di pagamento riferiti a fatture di annualità pregresse, spesso risalenti, segnalate come mai ricevute e/o comunque prive di riferimenti chiari sui consumi e tariffe richieste"*.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA, RETI E AMBIENTE

64. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore dei servizi idrici, il 6 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lett. a), del D. Lgs. n. 21/2014.

65. All'esito della proroga richiesta da ARERA per esprimersi sul caso in esame⁸¹, il parere del Regolatore è pervenuto il 16 giugno 2022⁸².

Ivi, svolte alcune considerazioni preliminari in merito alle finalità del parere⁸³ e dopo aver ripercorso l'evoluzione della regolazione di settore, attuativa della disciplina della *prescrizione biennale* introdotta dalla *Legge di Bilancio 2018*, ARERA giunge quindi a fornire, sulla base delle risultanze istruttorie acquisite, *"alcune precisazioni relative alle condotte tenute dal Professionista rispetto"* alla suddetta regolazione.

66. Quanto alla condotta *sub A*) (*"mancato adeguamento agli obblighi informativi verso l'utenza sulla disciplina della PB"*) viene evidenziato che il Professionista risulta aver disatteso gli obblighi informativi prescritti in tema di PB non avendo *"fornito alcuna informativa agli utenti finali circa la presenza nelle fatture emesse di importi suscettibili di essere dichiarati prescritti e non avrebbe consentito ai medesimi utenti di eccepire la prescrizione degli importi ivi rappresentati mediante, ad esempio, l'invio di apposito modulo di richiesta ad integrazione della fattura"*. Tale condotta,

⁸¹ Docc. del 20 maggio 2022, prot. n. 42447, e del 1° giugno 2022, prot. n. 45216.

⁸² Prot. n. 48640.

⁸³ L'Autorità di regolazione premette che le valutazioni rese nel proprio parere *"non entrano nel merito dell'eventuale mancato rispetto delle disposizioni del Codice del Consumo e della normativa primaria sull'istituto civilistico della prescrizione ma attengono esclusivamente a possibili profili di presunta non conformità di tali condotte rispetto alle disposizioni regolatorie ritenute maggiormente significative"*; in particolare, l'ARERA intende fornire *"elementi informativi su aspetti regolatori che potrebbero essere di interesse rispetto alla pratica commerciale contestata"*.

infatti, è stata mantenuta malgrado che la regolazione⁸⁴ imponesse al Gestore di “*garantire un’informazione trasparente e completa a vantaggio dell’utente finale*”: infatti, “*a decorrere dalla data del 1° gennaio 2020 il gestore era (...) tenuto a integrare la fattura recante gli importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni con una pagina iniziale aggiuntiva contenente un avviso informativo testuale standard e una sezione recante un format che l’utente finale poteva utilizzare al fine di eccepire la prescrizione. Sempre a decorrere dalla data del 1° gennaio 2020, il medesimo gestore era, altresì, tenuto a dare adeguata evidenza della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, differenziandoli dagli altri importi*”.

67. ARERA rileva omissioni informative anche in seno ai “solleciti di pagamento” (emessi e trasmessi da EAS in LCA nel 2021, con riguardo “*a crediti per consumi risalenti anche a svariati anni addietro*”), in quanto privi di “*evidenza specifica relativamente ai consumi di riferimento*” nonché di precisa individuazione degli estremi degli - pur ivi menzionati - “*atti interruttivi della prescrizione*”.

68. In merito alla condotta *sub B* (“*rigetto delle istanze degli utenti finali intese al riconoscimento della PB*”) ARERA ritiene di premettere alcune osservazioni generali.

69. Riguardo all’interpretazione seguita sul punto dal Professionista (“*EAS non avrebbe applicato il nuovo regime della PB né al periodo di fatturazione 2018/2019 né al periodo di fatturazione 2016/2017 in quanto antecedente alla Delibera 186/2020/R/idr, sollecitando quindi gli utenti finali al pagamento delle fatture relative ai consumi di quegli anni*”)⁸⁵, ARERA ritiene anzitutto di chiarire che la disciplina regolatoria non si pone in contrasto con la legislazione primaria. In particolare, la delibera n. 186/2020 è stata adottata – “*in un’ottica di bilanciamento delle esigenze di contenimento dei costi per i gestori del SII e di completezza e adeguatezza dell’informazione da fornire all’utente finale*” - per modificare e integrare l’allegato B della precedente Delibera n. 547/2019, nel senso di adeguare gli obblighi informativi a carico dei Gestori verso l’utenza, in tema di PB, in armonia alla novella del 2020 sulla legge di Bilancio 2018, “*con la previsione che i medesimi obblighi trovassero applicazione a partire dal primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione della delibera 186/2020/R/idr*”. Inoltre, ARERA segnala che – fermo restando l’art. 1, comma 10, della legge di Bilancio 2018⁸⁶ - già la Delibera n. 547/2019, all’art. 3.2, aveva disposto di “*estendere le misure in materia di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni anche alle fatture messe prima del 1° gennaio 2020, ma con scadenza comunque successiva a tale data*”.

70. Per quanto attiene specificamente la condotta contestata *sub B*), il Regolatore rileva, quindi, l’emersione di “*profili di non piena coerenza con le previsioni legislative e regolatorie in materia, in quanto, tenuto conto delle disposizioni adottate dall’Autorità in vigore della legge di Bilancio 2018, come modificata dalla legge di Bilancio 2020, il Professionista era tenuto ad informare adeguatamente l’utente finale della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più*

⁸⁴ Art. 3, comma 1, dell’Allegato B alla delibera 547/2019/R/idr.

⁸⁵ ARERA sottolinea come EAS avesse richiamato, in seno all’avviso del 9 marzo 2021, la Delibera 186/2020 “*nel punto in cui statuiva che, tenuto conto dell’art. 1, comma 295, della legge di bilancio 2020, in vigore dal 1 gennaio 2020, la prescrizione biennale aveva per presupposto il mero decorrere del tempo, concludendo come alla luce di ciò, la stessa Autorità avesse ritenuto opportuno far decorrere l’efficacia della suddetta Delibera a partire dalle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione del medesimo provvedimento*”.

⁸⁶ Che, per il settore idrico, fissa l’entrata in vigore delle nuove disposizioni sulla PB a far data dal 1° gennaio 2020.

di due anni comunicando eventualmente al medesimo utente la sussistenza di una causa di sospensione della prescrizione nel caso in cui avesse ritenuto di poter fatturare oltre il biennio. In quest'ottica, nel caso in cui avesse ritenuto di non poter considerare prescritti gli importi addebitati, avrebbe dovuto comunque comunicare all'utente finale i motivi puntuali della (presunta) mancata maturazione della prescrizione del diritto al pagamento degli importi, in applicazione della disciplina primaria e generale di riferimento, nonché di inviare un reclamo scritto relativo alla fatturazione dei medesimi". Inoltre, ARERA rileva come EAS, in osservanza della regolazione⁸⁷, fosse "tenuto a fornire comunque una risposta motivata al reclamo scritto dell'utente ovvero alla richiesta scritta di rettifica della fatturazione" ivi dettagliando "gli elementi che avevano determinato la richiesta di pagamento così da consentire al medesimo utente la tutela dei propri diritti".

71. Nel caso in esame, EAS avrebbe fornito "riscontro alle istanze e ai numerosi reclami pervenuti in tema di PB" solo in un secondo momento, in particolare rigettandoli in toto "anche sulla scorta dei pareri ricevuti circa l'interpretazione da seguire per l'applicazione della disciplina in esame". Pertanto, nelle conseguenti risposte fornite agli utenti EAS ha ritenuto come "integralmente dovuti gli importi riferiti ai consumi risalenti alle annualità 2016-2017-2018"⁸⁸.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

72. La pratica commerciale oggetto di valutazione consiste nell'inosservanza da parte di EAS degli obblighi informativi previsti dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria sulla prescrizione biennale nel settore idrico nonché nell'inadeguata trattazione - *rectius*, rigetto - di reclami/istanze di riconoscimento della prescrizione breve relativamente ai crediti relativi a consumi fatturati successivamente al 1° gennaio 2020 e risalenti ad oltre due anni dalla data di emissione della relativa bolletta.

73. Preliminarmente, va affrontata l'eccezione formulata dal Professionista in merito alla non imputabilità ad EAS delle condotte contestate con il procedimento in quanto, per effetto della messa in liquidazione coatta amministrativa dal 2 gennaio 2020, l'Ente avrebbe attualmente il compito esclusivo di recuperare i crediti spettanti per il regolare svolgimento della procedura concorsuale, pena la responsabilità erariale dell'odierno rappresentante.

74. Sebbene, - come riportato *supra sub* parte II - l'attribuzione della "competenza gestoria" del SII locale sia, dal 2020 e a tutt'oggi, ancora "incerta" - e anche considerato che, nelle more di formale individuazione del nuovo Soggetto incaricato, l'erogazione dei servizi idrici all'utenza sia ad oggi, di fatto, a carico dei Comuni del territorio - pare evidente che i comportamenti oggetto di esame non possano che essere ricondotti all'odierno Professionista, in quanto posti in essere in diretta

⁸⁷ Art. 50 del RQSII (Deliberazione 23 dicembre 2015, n. 655/2015/R/idr recante "Regolazione della qualità contrattuale del servizio idrico integrato ovvero di ciascuno dei singoli servizi che lo compongono")

⁸⁸ ARERA cita, in particolare il doc. del 14 aprile 2022, prot. 34645 (recante la replica di EAS su reclamo proposto da un avvocato nell'interesse dei suoi assistiti) ove l'Ente ha rappresentato che gli importi relativi ai consumi del periodo 206-2018 "sono da intendersi integralmente dovuti, in quanto: i) per ciò che attiene alle eccezioni di prescrizione per le fatture relative ai consumi idrici per l'anno 2018, <<le stesse sono state inviate allo SDI e poi inviate in copia cartacea [agli utenti] già nell'anno 2020, quindi non è invocabile alcuna prescrizione>>; ii) per ciò che attiene alla prescrizione afferente i consumi idrici per gli anni 2016 e 2017, EAS <<ritiene che la disciplina contenuta nella L. 205/2017 non trovi applicazione, sulla scorta della delibera ARERA n. 186 del 26 maggio 2020>>".

conseguenza di inerzie e ritardi (nell'attività di lettura e di fatturazione) inequivocabilmente imputabili al medesimo nella fase di attribuzione formale e di effettiva gestione del SII.

75. Al riguardo, peraltro, si osserva – con il conforto di costante orientamento giurisprudenziale - che per assumere la qualità di “Professionista” ai sensi dell’art. 18 del Codice del Consumo, non solo è irrilevante l’eventuale natura pubblica dell’autore della pratica commerciale ma è, altresì, sufficiente che questi abbia un’oggettiva cointeressenza, diretta ed immediata, alla realizzazione della pratica medesima⁸⁹, traendovi un individuato e mirato vantaggio economico o commerciale⁹⁰.

76. Nel caso di specie, va sottolineato che l’avvenuto mutamento di “scopo” dell’Ente idrico, a seguito della messa in liquidazione coatta amministrativa, non ha fatto venir meno in capo al professionista l’obbligo ad una diligente gestione dei rapporti con gli utenti/debitori, nel rispetto delle norme vigenti poste a tutela dei consumatori.

Appare, dunque, priva di pregio l’argomentazione del professionista secondo cui le campagne di fatturazione massive del 2020 e del 2021 (per la riscossione dei canoni idrici relativi agli anni pregressi) sarebbe stata posta in essere nel rispetto delle norme fallimentari al fine del recupero tempestivo dei crediti vantati dall’Ente per il soddisfacimento dei creditori ammessi alla procedura concorsuale, pena l’eventuale responsabilità erariale.

Al riguardo si osservi che non possono essere invocati né il rispetto delle regole della procedura concorsuale né una eventuale responsabilità contabile al fine di giustificare l’attuazione delle condotte illecite, oggetto di accertamento, consistenti nella richiesta di somme contenenti importi prescritti, in patente violazione della disposizione primaria che riconosce in capo agli utenti dei servizi idrici la possibilità di eccepire la PB.

A tal proposito, giova ribadire che, dall’istruttoria è emerso che l’intervenuta prescrizione dei crediti derivanti dai consumi idrici relativi ad annualità pregresse è diretta conseguenza delle gravi inadempienze e inerzie nella gestione dei cicli di fatturazione.

Tali inerzie – che hanno determinato anche il blocco delle fatturazioni a partire dal 2016 e che, in astratto, possono costituire fonte di responsabilità dei precedenti Commissari o organi rappresentativi dell’Ente - non possono di certo ricadere sugli utenti del servizio idrico e, in ogni caso, non possono, all’evidenza, limitare l’esercizio del diritto dei consumatori ad eccepire la prescrizione dei consumi, come previsto dalle norme vigenti.

Ne discende, dunque, che i comportamenti consistenti nell’omessa informativa ai consumatori in relazione all’intervenuta prescrizione dei crediti e nel rigetto ingiustificato delle relative istanze integrano una pratica commerciale scorretta, come di seguito meglio specificato, anche tenuto conto del dovere di diligenza a cui è tenuto il Commissario liquidatore nell’esercizio delle sue funzioni.

A ciò si aggiunga che, anche dopo l’avvio del procedimento, il Professionista ha reiterato i comportamenti lesivi dei diritti dei consumatori, sollecitando il pagamento dei crediti prescritti, in spregio della disciplina vigente⁹¹.

Nel contesto così delineato, dunque, la corretta acquisizione alla procedura concorsuale dei crediti funzionali al soddisfacimento delle ragioni creditorie non può certamente realizzarsi tramite l’attuazione di una pratica commerciale scorretta.

⁸⁹ *Ex plurimis*, Cons. Stato, VI, 22 luglio 2014, n. 3897.

⁹⁰ Tar Lazio, 6 settembre 2017, n. 9606, PS2004 – Uniacque - Contestazione fatture.

⁹¹ Cfr. par. 48.

77. Diversamente opinando, com'è evidente, verrebbe a crearsi un oggettivo vuoto di tutela per i suddetti utenti, avallandosi in capo al Professionista, a motivo della sola procedura concorsuale in essere, comportamenti illegittimi, laddove idonei a ledere – quando non ad inibire in radice – l'esercizio di prerogative e diritti contrattuali previsti dalla legislazione primaria in capo ai destinatari dei servizi idrici del territorio.

78. A conferma della tesi qui sostenuta, vale inoltre osservare che anche i Giudici locali – aditi contro il Professionista, proprio sul tema della PB, dagli utenti SII - non hanno posto in dubbio la natura di Gestore/controparte di EAS in L.C.A. nelle proprie pronunce, ivi compresa quella pubblicata dall'Ente sul proprio sito internet⁹².

79. Venendo al merito dei comportamenti descritti *supra*, *sub* parte II, essi integrano una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del *Codice del Consumo*, in quanto contrari alla diligenza professionale e idonei a indurre in errore il consumatore medio, con riguardo all'esistenza e alla possibilità di esercizio tempestivo di prerogative attribuite dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria in tema di PB, nonché ad inibirne l'effettivo esercizio mediante il rigetto delle istanze/reclami presentati.

80. In primo luogo, risulta in violazione dell'art. 22 del Codice del Consumo la condotta consistente nell'elusione dei doveri di trasparenza e completezza informativa in tema di PB che sono ad oggi comunque imposti ai Gestori SII da cogenti disposizioni legislative⁹³ e regolatorie⁹⁴ in presenza di crediti fatturati successivamente al 1° gennaio 2020 e relativi a consumi risalenti ad oltre un biennio addietro.

81. Al riguardo si osserva, alla luce di quanto emerso dalle risultanze del procedimento e così come anche rilevato dall'ARERA nel suo parere, che gli adempimenti informativi posti in capo al Professionista dalla regolazione in materia di prescrizione biennale sono stati ampiamente disattesi. Ciò in quanto, dal 2020 e fino ad oggi, EAS non ha provveduto:

- ad inserire in fattura le informazioni necessarie a rendere edotto l'utente dell'esistenza della vigente disciplina sulla PB e della possibilità di eccepirla in merito a crediti afferenti a consumi progressi, ultra biennali anche mediante appositi moduli predisposti *ad hoc*;

- ad evidenziare, né in fattura né con documento separato, l'ammontare degli importi pretesi afferenti a consumi risalenti a più di due anni addietro, per i quali l'utente potrebbe eccepire la prescrizione breve;

- a pubblicare sul sito *internet* aziendale un'informativa adeguata e completa circa l'entrata in vigore del nuovo istituto e delle modalità per eccepire, in presenza dei presupposti *ex lege*, la prescrizione breve dei consumi tardivamente fatturati dal Gestore.

82. Onde consentire l'esercizio di prerogative e diritti inerenti alla PB, il Professionista era tenuto, a far data dal 1° gennaio 2020, a garantire un'informazione trasparente e completa integrando la fattura recante gli importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni con una pagina iniziale aggiuntiva contenente un avviso informativo testuale *standard* e una sezione recante un *format* che l'utente finale poteva utilizzare al fine di eccepire la prescrizione. Sempre a decorrere dalla data del

⁹² Si tratta, come riportato *supra*, della sentenza n. 99/22 del GdP di Trapani. Ma vedansi anche l'ordinanza n. 688/2020 del Tribunale di Trapani e le sentenze del GdP di Trapani n. 237/2020 e n. 10/22.

⁹³ Cfr. la richiamata *Legge di Bilancio 2018* e la novella introdotta dalla *Legge di Bilancio 2020*.

⁹⁴ A partire dalla Delibera ARERA n. 547/2019 e fino alla recente Delibera n. 610/2021.

1° gennaio 2020, il medesimo gestore era, altresì, obbligato a dare adeguata evidenza della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, differenziandoli dagli altri importi, così come è tenuto ad informare l'utente finale, utilizzando uno o più canali di comunicazione idonei a garantire completezza e trasparenza, della possibilità di eccepire la prescrizione.

83. L'assenza di adeguata, completa e tempestiva informativa sulla PB – sia in generale sull'introduzione del nuovo istituto sia, soprattutto, in merito ai crediti prescrittibili eventualmente presenti in fattura – ha indubbiamente ostacolato il pieno e concreto esercizio di diritti e prerogative contrattuali spettanti all'utente in base a cogenti prescrizioni normative di rango primario, con l'effetto, altresì, di trattenere in capo al Professionista crediti derivanti da consumi non tempestivamente rilevati e contabilizzati e di far ricadere unicamente sui consumatori le conseguenze di inerzie/disservizi ad essi non imputabili.

84. Va osservato che l'elusione degli obblighi informativi incombenenti agli Operatori del settore in tema di PB è stata reiterata da EAS anche in riferimento al secondo "ciclo" di fatturazione massiva – quello del 2021 – avviato e condotto in coincidenza temporale con il procedimento istruttorio e malgrado le interlocuzioni svolte e i chiarimenti avuti dal Professionista nell'ambito dell'ampio contraddittorio intercorso con l'Autorità.

85. E ancora – come rilevato anche da ARERA – EAS, nell'emettere ed inviare, in forma massiva, fatture e solleciti di pagamento per consumi risalenti ad anni pregressi, ha altresì omesso anche altri dati ed elementi necessari all'utente per la verifica dell'entità ed effettività del credito vantato: ci si riferisce, ad esempio, all'attività di lettura dei contatori, al calcolo dei consumi, all'indicazione specifica degli atti interruttivi della prescrizione.

86. Quanto alla condotta inerente alla trattazione delle istanze/reclami dell'utenza in tema di PB – e, segnatamente, con riguardo al rigetto sistematico delle eccezioni prescrizionali avanzate in riferimento a crediti connessi a consumi pregressi, risalenti a oltre due anni prima dell'emissione della fattura – si ritiene preliminarmente opportuno svolgere alcune considerazioni.

87. Va osservato che il legislatore, con l'introduzione della disciplina sulla *prescrizione breve*, ha inteso arginare e limitare il fenomeno c.d. delle "maxi bollette" dovute alla tardiva emissione delle fatture di conguaglio di consumi idrici, da parte dei gestori del SII. Ciò in quanto, era emerso con evidenza come, a causa del pregresso regime commerciale delle forniture idriche – caratterizzato da frequente fatturazione tardiva e/o rettifica dei consumi accompagnata dall'addebito di importi significativi – i consumatori restassero gravemente penalizzati, oltre che dagli elevati importi delle bollette, anche nella possibilità di controllare i propri consumi e pianificare la spesa correlata.

88. Con il conforto anche della recente giurisprudenza del G.A.⁹⁵, si osserva che la legge n. 205/2017 e la novella di cui alla *legge di Bilancio 2020* hanno integrato una disciplina speciale, rispetto a quella generale del Codice Civile, soltanto in ordine alla *durata* della prescrizione del diritto al corrispettivo nei contratti di fornitura, lasciando ferme le altre caratteristiche tradizionali dell'istituto ivi comprese le cause generali di sospensione definite dall'art. 2941 c.c..

89. L'abrogazione dell'art. 1, comma 5, della legge n. 205/2017 ha avuto l'effetto di generalizzare la disciplina introdotta dal comma 4 del medesimo art. 1 per i crediti derivanti dai contratti di fornitura, tra gli altri, dei servizi idrici, nel senso di superare la distinzione, introdotta proprio dall'art. 1, comma 5, tra prescrizione *biennale*, applicabile ordinariamente e prescrizione

⁹⁵ Tar Lombardia, I sez, sentt. nn. 1442, 1443 e 1448, in pari data 14 giugno 2021.

quinquennale, da riferire alle ipotesi di mancata o erronea rilevazione dei dati di consumo derivanti da responsabilità accertata dell'utente.

90. Al fine di stabilire la "decorrenza" della nuova disciplina non può farsi riferimento alla Delibera n. 186/2020, nella parte in cui rileva che *"per effetto della predetta modifica legislativa, dal 1° gennaio 2020, la PB prevista dalla legge di bilancio 2028 ha per presupposto il mero decorrere del tempo"* in quanto – come affermato dai Giudici – tale considerazione ha mero *"carattere tautologico atteso che la maturazione della prescrizione dipende necessariamente dal decorrere del tempo"*. La delibera n. 186 non ha, infatti, ad oggetto l'individuazione del *dies a quo* del termine di prescrizione e ciò resta in coerenza con la norma della legge n. 160/2019, alla cui applicazione è diretta la Delibera n. 186/2020.

91. In realtà, in attuazione dell'art. 1, comma 4 della legge di Bilancio 2018⁹⁶, la decorrenza della nuova disciplina in esame era già stata individuata dall'art. 2 della precedente Delibera n. 547/2019 laddove prevede che *"La prescrizione biennale di cui alla Legge di bilancio 2018 (Legge n. 205/17) decorre dal termine entro il quale il gestore è obbligato a emettere il documento di fatturazione, come individuato dalla regolazione vigente"*, ossia una volta trascorsi 45 giorni solari dall'ultimo giorno del periodo di riferimento della fattura⁹⁷.

92. Pertanto, nonostante la disciplina legislativa dell'istituto sia in vigore – testualmente – dal 1° gennaio 2020 e pur a fronte del chiaro dettato della Delibera attuativa n. 547/2019 (non innovata dalle delibere successive, in punto di *decorrenza* della disciplina), EAS, come rilevato anche da ARERA nel proprio parere, ha inteso invece escludere indistintamente l'applicabilità del nuovo istituto con riferimento sia ai consumi del 2016/2017 sia ai consumi del 2018/2019, presenti nelle fatture emesse dopo il 1° gennaio 2020.

Ciò sull'espresso presupposto, dapprima, che l'art. 1, comma 4, della legge n. 205/2018 dovesse interpretarsi *"nel senso che il regime prescrizione cominci a decorrere per il periodo di fatturazione successivo al 2020"* (cfr. avviso del 7 dicembre 2020)⁹⁸ e, in seguito, considerando la decorrenza del nuovo regime prescrizione *breve "dal momento dell'emissione del primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione della delibera ARERA n. 186/2020"*⁹⁹.

93. Vale, al riguardo, osservare che la suddetta "interpretazione" stride con il chiaro dettato della normativa primaria secondo cui la prescrizione biennale si applica, invece, agli importi (afferenti a consumi pregressi ultra biennali) presenti nelle bollette di conguaglio/ricalcòlo che abbiano scadenza dopo il 1° gennaio 2020, ostando, ad oggi, al riconoscimento dell'eccezione in questione soltanto la presenza di una delle cause impeditive di cui alla generale disciplina di cui al Codice Civile - art. 2935 (sussistenza di un impedimento giuridico al decorso della prescrizione) e art. 2941,

⁹⁶ Il Tar Lombardia, nelle predette sentenze del 14 giugno 2021, ha specificato, per quel che qui interessa, che l'art. 1, comma 4, della legge n. 205/2017 *"rimette all'Autorità [di regolazione] le misure in materia di tempistiche di fatturazione tra gli operatori della filiera necessarie all'attuazione di quanto previsto in tema di durata della prescrizione. La formulazione della norma è ampia e si presta a comprendere"* tra altro *"la determinazione del momento in cui il creditore deve fatturare, con correlata decorrenza del termine di prescrizione"*. (grassetti aggiunti)

⁹⁷ Cfr. articoli 36, 37 e 67, all. A della *regolazione della qualità contrattuale del servizio idrico integrato ovvero di ciascuno dei singoli servizi che lo compongono* – RQSII-.

⁹⁸ Vedi *supra*, sub parte II.

⁹⁹ Cfr. doc. del 30 settembre 20201, prot. n. 74867.

n. 8 (doloso occultamento dell'esistenza del debito) - che il Gestore ha onere di evidenziare e provare¹⁰⁰.

Sull'assunto convergono, peraltro, anche recenti pronunce di merito dei giudici che hanno accolto, a sfavore di EAS, le pretese degli utenti al riconoscimento della PB in merito a crediti tardivamente fatturati rispetto a consumi pregressi, risalenti a oltre due anni addietro¹⁰¹.

94. Va richiamato, poi, che la delibera ARERA n. 186/20 e la delibera "sostitutiva" n. 610/21¹⁰² hanno provveduto ad integrare ed aggiornare gli obblighi di informazione dei Gestori verso l'utenza, nonché di trattazione di istanze/reclami in tema di PB, con rafforzato *favor* verso i consumatori a seguito dell'entrata in vigore della legge di Bilancio 2020; tali obblighi, com'è evidente, erano in realtà preesistenti e già fissati nella pregressa Delibera ARERA n. 547/19, pubblicata a seguito dell'introduzione della disciplina sulla PB ad opera della Legge di Bilancio 2018. A ulteriore riprova dell'assunto, vale la circostanza che la vigente Delibera n. 610/21 (ripetendo l'identico dettato già presente nella Delibera n. 186/20), ha espressamente fatta salva la validità delle azioni eventualmente già messe in atto dai Gestori per dare attuazione alla previsione dell'art. 1, comma 295, della Legge di bilancio 2020, relativamente alle fatture già emesse tra il 1° gennaio 2020 e il primo ciclo di fatturazione successivo alla data di pubblicazione della Delibera medesima¹⁰³.

95. Poiché, quindi, la disciplina primaria e la regolazione di ARERA stabiliscono chiaramente la prescrizione del diritto al corrispettivo in caso di ritardo nella rilevazione e/o fatturazione dei consumi pregressi, risalenti ad oltre due anni indietro – come addebitati in fatture emesse a partire dal 1° gennaio 2020¹⁰⁴ – il rigetto costantemente opposto dal Professionista all'eccezione di prescrizione breve per detti consumi appare ingiustificato poiché induce l'utente a corrispondere importi di fatto non dovuti (in quanto prescritti) e a subire così un pregiudizio economico. Il che vanifica proprio quegli effetti che la vigente disciplina sulla PB ha inteso scongiurare/contrastare a tutela dei consumatori, ossia il fenomeno dell'emissione tardiva di fatture di conguaglio relative a consumi risalenti.

¹⁰⁰ Cfr. Delibera ARERA 21 dicembre 2021, n. 610/2021/R/idr (pag. 10).

¹⁰¹ Ad es., nella sentenza del 4 gennaio 2022, n. 10, il Giudice di Pace di Trapani ha statuito, tra altro, "*Per quanto concerne le altre fatture sopramenzionate relative a consumi idrici anni 2016 e 2017, l'eccezione di intervenuta prescrizione risulta fondata. All'uopo si osserva che dal 1° gennaio 2020, anche per le bollette dell'acqua, nei casi di rilevanti ritardi nella fatturazione del Gestore, l'utente può eccepire la prescrizione e pagare solo gli importi fatturati relativi ai consumi più recenti di due anni. Infatti, la riduzione della prescrizione da 5 a 2 anni, in attuazione dell'art. 1, comma 4, della legge di Bilancio 2018 - n. 205 del 2017 - si applica alle bollette di acqua che scadono dopo il 1° gennaio 2020. Orbene l'Ente convenuto ha richiesto in pagamento consumi di acqua relativi agli anni 2016 e 2017 chiedendone il pagamento dopo il 1° gennaio 2020. Pertanto, in virtù di tale suddetta nuova normativa, il credito vantato risulta prescritto. La riforma dei termini di prescrizione delle bollette di acqua non tocca solo i conguagli ma anche le bollette per consumi ordinari, quelle cioè che arrivano a casa ogni mese o bimestre*". Nella sentenza si rileva che su identica questione, in via analoga, "*si è espresso il Tribunale di Trapani con ordinanza n.r.g. 688/2020 del 14 novembre 2020*" ed anche lo stesso Giudicante con distinta "*sentenza n. 237/2020 del 25 settembre 2020*" (Grassetti aggiunti).

¹⁰² La Delibera n. 610/2021 è stata emanata da ARERA a seguito dell'annullamento della Delibera n. 186/2020/R/idr, stabilito dal Tar Lombardia con le sentenze in pari data 14 giugno 2021, nn. 1442, 1443 e 1448.

¹⁰³ "*Le disposizioni del presente provvedimento hanno efficacia con riferimento alle fatture emesse nel primo ciclo di fatturazione utile successivo alla data di pubblicazione del provvedimento medesimo, ferma restando la validità delle azioni eventualmente già messe in atto dai gestori per dare attuazione alla previsione dell'art. 1, comma 295, della legge di Bilancio 2020 relativamente alle fatture già emesse tra il 1° gennaio 2020 e il suddetto ciclo di fatturazione*" (Delibera 610/2021/R/idr, art. 6 - "disposizioni transitorie e finali", comma 1. Grassetti aggiunti)

¹⁰⁴ Tale interpretazione è stata sostenuta anche dai Giudici locali proprio nei confronti di EAS: vedansi Tribunale di Trapani, ord.za n. 688/20 del 14 novembre 2020 e Giudice di Pace di Trapani, sentenza n. 124/21 del 1° marzo 2021.

96. Va poi considerato che il Professionista, per come emerso dalle denunce e dalle sue stesse ammissioni, non ha comunque provveduto alla trattazione mirata delle istanze di riconoscimento della prescrizione breve e dei reclami avanzati dall'utenza su tale tema, all'esito delle fatture/soleciti inviati nel 2020 e nel 2021 opponendo un rigetto sostanziale e generalizzato attraverso meri comunicati pubblicati, solo da ultimo, sul sito aziendale.

Come rilevato anche nel parere reso da ARERA, in tali casi, il Gestore è "tenuto a fornire comunque una risposta motivata" ivi dettagliando, "in aggiunta ai contenuti minimi di cui all'art. 50, comma 1, della RQSII, gli elementi che avevano determinato la richiesta di pagamento così da consentire al medesimo utente la tutela dei propri diritti (anche in sede extragiudiziale per l'eventuale composizione della controversia)".

97. Pertanto, la condotta *sub B*), risulta in contrasto con gli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in ragione dell'inadeguata trattazione – segnatamente al rigetto – di istanze/reclami intesi al riconoscimento dell'eccezione prescrizione biennale con riferimento a crediti afferenti a consumi pregressi, risalenti a oltre due anni prima dell'emissione della fattura, sulla base di un'interpretazione del nuovo istituto non in linea con il dettato legislativo e con la disciplina regolatoria di attuazione.

98. Da ultimo, la pratica contestata si pone in violazione dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo risultando carente la *diligenza professionale* ragionevolmente pretendibile dall'Operatore di settore soprattutto dal momento in cui esso costituisce unico e diretto referente del consumatore nell'ambito del relativo rapporto di consumo/somministrazione, nonché alla luce delle previsioni legislative e regolatorie in merito agli obblighi incombenti sul medesimo in tema di prescrizione biennale.

99. La contrarietà del comportamento di EAS al predetto dovere di diligenza professionale rileva anche laddove si consideri che, nonostante l'avvio del procedimento e la pendenza dell'istruttoria, il Professionista ha reiterato, anche nel corso del 2021, la campagna di fatturazione di crediti per consumi pregressi ultra biennali recante le medesime caratteristiche già contestate.

100. In conclusione, sulla base delle precedenti considerazioni, EAS risulta non aver fornito una tempestiva e completa informativa ai consumatori sull'entrata in vigore e vigenza della disciplina sulla PB nel settore idrico, informativa, resa ai singoli e sul sito *internet* dell'Ente, che ancora ad oggi non risulta adeguata; inoltre, il rigetto dell'eccezione di *prescrizione biennale* sulla base di un'interpretazione non corretta della relativa disciplina, configura un comportamento connotato da evidenti elementi di aggressività, tale da condizionare indebitamente i consumatori, indotti a corrispondere somme non dovute sebbene regolarmente contestate mediante istanze di riconoscimento o di reclami.

101. Tali condotte integrano gli estremi di una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

103. 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.

104. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dei seguenti elementi: *i*) la dimensione economica di Ente Acquedotti Siciliani in LCA che, in base all'ultimo documento contabile disponibile e alle informazioni aggiornate rese dallo stesso Professionista, presenta perdite¹⁰⁵; *ii*) l'ampia diffusione della pratica commerciale che ha coinvolto ed inciso su un significativo numero di consumatori (alla fine del 2020 EAS in LCA ha emesso un ciclo di bollettazione massiva comprensivo di oltre [100.000-200.000] fatture ed, altresì, verso la fine del fine del 2021, ha proceduto alla trasmissione di [40.000-50.000] solleciti di pagamento, recanti – le une e gli altri - importi riferiti a crediti prescrivibili); *iii*) l'entità del pregiudizio economico derivante ai consumatori, con riguardo agli importi (spesso ingenti) reiteratamente pretesi dal Professionista relativamente a consumi afferenti anche a svariati anni addietro sui quali gli utenti potevano eccepire la *prescrizione breve*.

105. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal Professionista a far data dal gennaio 2020, ed è tuttora in corso.

106. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad EAS in L.C.A. nella misura di 1.000.000 € (unmilione di euro).

107. Tuttavia, in considerazione della prolungata situazione di criticità economica del Professionista – che, già collocato in liquidazione nel 2004 e poi in liquidazione coatta amministrativa nel 2020, versa tuttora in gravissimo stato di dissesto, stimato in circa 250 milioni di euro¹⁰⁶ - si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Ente Acquedotti Siciliani in L.C.A. nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità di regolazione per Energia Reti e ambiente, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'omissione di una tempestiva e completa informativa ai consumatori e l'ingiustificato rigetto delle istanze di prescrizione biennale dei consumi idrici, alla luce della disciplina legislativa applicabile, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'attività del Professionista;

¹⁰⁵ In base alle risultanze dell'ultimo documento contabile disponibile dall'EAS in liquidazione, ossia il "Rendiconto della gestione dell'esercizio finanziario 2012" (approvato nel 2019), emergono: a) un "disavanzo della gestione di competenza dell'anno 2012" pari a euro 2.427.301,20; b) un "disavanzo di amministrazione al 31/12/2012" pari a euro 146.165.569,67; c) un "totale attività e passività, al netto dei conti d'ordine" pari a euro 591.966.621,42 (cfr. allegato a doc. del 29 ottobre 2021, prot. n. 82126).

¹⁰⁶ Doc. del 30 settembre 2021, prot. n. 74867 – pag. 1.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dall'Ente Acquedotti Siciliani in L.C.A. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare all'Ente Acquedotti Siciliani in L.C.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di euro 500.000 € (cinquecentomila 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 irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

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

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. 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

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11887 - INFOCERT-PUBBLICITÀ PEC*Provvedimento n. 30225*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il *“Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie”* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la propria delibera del 10 maggio 2022, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3 del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento in considerazione della necessità di esaminare le risultanze agli atti ai fini della valutazione delle fattispecie oggetto del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. InfoCert S.p.A. (di seguito, anche InfoCert) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b) del Codice del Consumo, svolge attività di produzione e commercializzazione di prodotti *software*, tecnologie, strumenti e servizi informatici nel mercato pubblico e privato.

2. Openapi S.r.l. (di seguito, anche Openapi), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b) del Codice del Consumo, è un rivenditore e Business Partner di InfoCert.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento riguarda la diffusione da parte di InfoCert, attraverso il proprio sito www.infocert.it, di messaggi pubblicitari in cui descrive le varie tipologie di PEC offerte (Bronzo, Silver, Gold).

Cliccando sul link *Pec legalmail*, nella *homepage*, si apre una finestra; cliccando su *Caselle PEC Legalmail* all'interno di quest'ultima compaiono le varie tipologie di Pec offerte dalla società. Per ciascuna di queste, vengono indicati il costo del canone per 12 mesi di servizio + IVA - il cui ammontare non viene però precisato - e le caratteristiche tecniche del prodotto. Le stesse informazioni vengono riportate anche in fondo alla pagina contenente la scheda informativa di ciascuna tipologia di Pec, insieme all'indicazione *“La documentazione contrattuale e tecnica, le guide e i tutorial, i manuali d'uso e le FAQ sono disponibili nel sito di Assistenza InfoCert”*. Il link *Assistenza InfoCert* conduce però a una pagina ove si legge: *“Contenuto non trovato”*.

In nessuna delle pagine di presentazione delle Pec viene riportato l'ammontare dell'IVA da aggiungere al prezzo della PEC, essendo solo riportate espressioni come *“costo PEC+ Iva”* e il

prezzo completo da corrispondere per l'acquisto della PEC; quest'ultimo non comprende i costi per la sua attivazione.

4. Analoghe indicazioni si possono ritrovare sul sito www.pec4b.com utilizzato dal rivenditore Openapi per pubblicizzare le PEC InfoCert.

Nella *homepage* del sito viene pubblicizzata una PEC in offerta a 13€, attraverso *claim* quali "Acquista la pec in offerta Registra subito a soli 13,00€" e "Pec a prezzo scontato da 25,00€ 13,00€". Più in basso l'offerta, denominata Legalmail Standard, riporta un prezzo di 13€+Iva. Nella stessa pagina vengono anche riportate le tre soluzioni offerte anche da InfoCert Bronze, Silver e Gold, con l'indicazione del rispettivo prezzo espresso nella forma "X+Iva". Aprendo le schede relative a ciascuna soluzione, oltre alla ripetizione dei *claim* relativi alla soluzione Standard nella relativa scheda ("Acquista la pec in offerta Registra subito a soli 13,00€" e "Pec a prezzo scontato da 25,00€ 13,00€"), per ciascuna offerta oltre alle caratteristiche tecniche del prodotto viene indicato il costo del canone per 12 mesi di servizio + IVA, con la locuzione "X+Iva euro/primo anno". Solo per la PEC Standard in fondo alla pagina dopo le caratteristiche tecniche si legge "Dal secondo anno in poi il canone annuo della Pec legalmail standard sarà di 23€/anno+Iva". Anche nella pagina di acquisto delle Pec il prezzo è indicato solamente nella forma "X+Iva euro/primo anno".

Pertanto, nelle pagine di presentazione delle varie Pec non vengono riportate le seguenti informazioni:

- l'ammontare dell'IVA da aggiungere al prezzo della PEC, essendo solo riportate espressioni come "costo PEC+ Iva";

- il prezzo completo da corrispondere per l'acquisto della PEC, in quanto quello indicato non comprende i costi per la sua attivazione;

- il costo del servizio dopo il primo anno (indicato solo nella scheda della soluzione Standard).

Inoltre, nella *homepage*, cliccando in alto su "Posta elettronica certificata-Tabella comparativa", la Pec Standard in offerta viene confrontata dal punto di vista del prezzo con le Pec vendute da altri operatori (InfoCert Bronze, Aruba, Poste Italiane), risultando la più conveniente, circostanza enfatizzata da *claim* quali "La posta certificata Infocert ti fornisce il massimo della qualità al prezzo più conveniente.

La nostra PEC costa meno della concorrenza, solo 13€+iva per il primo anno". Tuttavia, non vengono indicate le caratteristiche tecniche delle Pec concorrenti, che sono superiori.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 14 dicembre 2021 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11887 nei confronti delle società InfoCert e Openapi, per presunta violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1 lettera d) e 22, comma 1 e comma 4 lettera c) del Codice del Consumo¹.

6. In data 17 dicembre 2021 è pervenuta da parte di Openapi un'istanza di accesso agli atti. L'accesso si è svolto in data 20 dicembre 2021.

7. In data 27 dicembre 2021 è pervenuta da parte di InfoCert un'istanza di accesso agli atti. L'accesso si è svolto in data 3 gennaio 2022.

¹ Cfr Doc. nn. 4 e 5.

8. In data 7 gennaio 2022² Openapi ha fornito risposta alla richiesta di informazioni formulata con l'avvio del procedimento ed ha presentato le proprie argomentazioni difensive.
9. In data 26 gennaio 2022³ InfoCert ha fornito risposta alla richiesta di informazioni formulata con l'avvio del procedimento ed ha presentato le proprie argomentazioni difensive.
10. In data 31 gennaio 2022, ai sensi dell'art. 27 comma 7 del Codice del Consumo, InfoCert ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte oggetto di contestazione⁴.
11. In data 24 febbraio 2022, veniva inviata una richiesta di informazioni a InfoCert⁵ che rispondeva in data 2 marzo 2022⁶.
12. In data 4 aprile 2022, ai sensi dell'art. 27 comma 7 del Codice del Consumo, Openapi ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte oggetto di contestazione⁷.
13. In data 11 aprile 2022 venivano inviate richieste di informazioni ad InfoCert ed Openapi⁸ che rispondevano rispettivamente nelle date del 13 e 21 aprile 2022⁹.
14. Nella riunione dell'Autorità del 10 maggio 2022 il termine di conclusione del procedimento veniva prorogato di sessanta giorni ai sensi dell'art. 7 comma 3 del Regolamento; la relativa comunicazione alle Parti veniva effettuata in data 11 maggio 2022.
15. In data 13 maggio 2022 veniva trasmessa alle parti la comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria¹⁰.
16. In data 17 maggio 2022 è pervenuta da parte di InfoCert un'istanza di accesso agli atti. L'accesso si è svolto in data 19 maggio 2022.
17. In data 24 maggio 2022 sono pervenute le memorie conclusive da parte di InfoCert¹¹.
18. In data 24 maggio 2022 è stata inviata la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo¹². Il parere è pervenuto in data 23 giugno 2022.

2) Le evidenze acquisite

19. Dalle informazioni e dalla documentazione acquisita durante l'attività istruttoria è emerso, in sintesi, quanto segue.
20. InfoCert offre i propri servizi in modo prevalente a persone giuridiche e a pubbliche amministrazioni, ossia a soggetti che, nell'ordinamento italiano, sono tenuti a dotarsi di una Pec per

² Cfr. Doc. n. 16.

³ Cfr. Doc. n. 17.

⁴ Cfr. Doc. n. 18.

⁵ Cfr. Doc. n. 19.

⁶ Cfr. Doc. n. 20.

⁷ Cfr. Doc. n. 21.

⁸ Cfr. Doc. nn. 22 e 23.

⁹ Cfr. Doc. nn. 24 e 25.

¹⁰ Cfr. Doc. nn. 31 e 32.

¹¹ Cfr. Doc. n. 35.

¹² Cfr. Doc. n. 36.

le proprie finalità di comunicazione esterna. Le ipotesi in cui le persone fisiche chiedono di usufruire dei servizi di InfoCert sono pertanto residuali. La società adotta un'impostazione che rende conoscibile il valore puntuale dell'IVA applicabile a ciascuno dei prodotti o servizi nel corso del processo di acquisto diretto sul sito. Tale valore non viene mostrato nelle pagine iniziali di presentazione delle diverse tipologie di Pec, ma prima di completare il processo di acquisto, il cliente ha sempre piena visibilità di tutte le componenti di costo e del prezzo complessivo dell'ordine, incluso il dettaglio relativo all'IVA.

21. Per tutte le caselle PEC non è previsto nessun obbligo di rinnovo alla scadenza annuale. Qualora il cliente decida di rinnovare, se il pagamento viene effettuato prima della scadenza del periodo per cui la casella è attiva, l'annualità acquistata parte dal giorno successivo alla data di scadenza della casella stessa, se il pagamento viene effettuato dopo la scadenza della casella, l'annualità acquistata parte dalla ricezione del pagamento da parte di InfoCert. Il canone per il secondo anno e quelli successivi coincide con il canone annuale prestato per l'acquisto iniziale del servizio PEC, a meno che il cliente in fase di rinnovo non scelga di acquistare servizi aggiuntivi rispetto al pacchetto originariamente acquistato. Non esiste alcun costo di attivazione tra quelli addebitati al consumatore finale.

22. La società ha eliminato alcuni malfunzionamenti del sito, nell'ambito di un processo di *upgrade* e ammodernamento del canale *e-commerce*, con effetto dal 18 gennaio 2022. Tale processo ha determinato momentanei errori di visualizzazione come quello riscontrato in fase preistruttoria dall'Autorità. In particolare sono stati corretti i *link* presenti a fondo pagina che puntavano a pagine non accessibili. Tali collegamenti quindi, funzionano correttamente dal 18 gennaio 2022.

23. Per quanto riguarda Openapi, le risultanze istruttorie evidenziano la mancata previsione di un costo di attivazione per la Pec. Per quanto riguarda la Pec Standard la pagina *web* che ne espone il prezzo e le caratteristiche tecniche evidenzia anche il canone dal secondo anno in poi pari a € 23.00, anche se nella *home page* è riportato il costo di € 25.00. In realtà, i rinnovi sarebbero ancora più economici di quanto indicato poiché al momento del rinnovo l'utente riceve 5 comunicazioni con un *link* per procedere all'eventuale rinnovo e, in base al numero di anni di rinnovo selezionati dall'utente, poiché lo sconto cresce con il numero di anni di rinnovo, se si sceglie il massimo di annualità il costo può diminuire sino ad attestarsi sulla somma di € 15.00 annui. Il costo scontato non è pubblicizzato sul sito al fine di evitare di ingenerare confusione nel consumatore nel caso di rinnovo per un solo anno, che costa € 23.00. Analogo discorso vale per le Pec Bronze, Silver e Gold dove per il canone annuale del rinnovo è indicato il prezzo peggiore attraverso la locuzione costo/anno.

3) Le argomentazioni difensive delle parti

a) INFOCERT

24. Ad avviso della società, la categoria di clienti che intende acquistare una Pec sarebbe interessata principalmente ad una rapida identificazione del costo del servizio, al netto dell'IVA, in quanto il valore dell'imposta sul valore aggiunto può essere oggetto di detrazione fiscale ovvero di pagamento all'erario in via autonoma da parte delle pubbliche amministrazioni sulla base del modello *Split payment*. La società adotta un'impostazione che rende sempre pienamente conoscibile il valore dell'IVA applicabile a ciascuno dei prodotti o servizi offerti direttamente da InfoCert nel corso del processo di acquisto sul sito. Tale valore non viene mostrato nelle pagine iniziali di presentazione

delle diverse tipologie di Pec al solo fine di consentire al cliente un'immediata comprensione del costo del servizio al netto di IVA la quale potrebbe seguire regimi differenti a seconda del cliente interessato, nonché per facilitare la comparabilità dei prezzi praticati dalla società rispetto ai propri *competitor*. Ad ogni modo, prima di completare il processo di acquisto, il cliente ha sempre piena visibilità di tutte le componenti di costo e del prezzo complessivo dell'ordine, incluso il dettaglio relativo all'IVA.

b) OPENAPI

25. La società ha rilevato l'impossibilità di determinare in via generale l'ammontare dell'IVA perché questa dipenderebbe dalla tipologia della società che richiede i servizi Pec, dal paese di provenienza del potenziale cliente e da altre circostanze variabili a cui può essere soggetto l'utente interessato. Come avviene per tutti i siti *e-commerce* abilitati alla vendita di servizi analoghi, viene applicata l'IVA in base alla normativa vigente per i singoli clienti e ne viene mostrato l'ammontare puntuale in base alle informazioni che si inseriscono, prima del pagamento.

Quanto al modulo cartaceo allegato alla segnalazione di un consumatore, che indica l'esistenza di un costo di attivazione, si tratta di un vecchio modulo che riportava condizioni di acquisto valide quando il servizio veniva richiesto via fax, ma che non è stato mai utilizzato dalla società.

26. In merito alla tabella comparativa, Openapi ritiene di non aver travalicato i confini sanciti dall'art. 20, comma 3 del Codice del Consumo che fa salva la pratica pubblicitaria consistente in dichiarazioni esagerate o dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera. In particolare, la tabella comparativa si riferisce al confronto di PEC dotate tutte di due servizi accessori indispensabili per le aziende, vale a dire il servizio SMS di notifica e quello di archiviazione. Ad oggi le aziende raffrontate nella tabella comparativa includono i servizi sopra esposti ai prezzi indicati nella tabella stessa.

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DA INFOCERT

27. Con nota pervenuta in data 31 gennaio 2022, InfoCert ha presentato una proposta di impegni¹³. In particolare, tali impegni, che sono riprodotti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, prevedono quanto segue:

Impegno n. 1

InfoCert si impegna ad implementare sul sito le modifiche tecniche necessarie, compatibilmente con l'architettura tecnologica esistente, a indicare con modalità chiare, in relazione a ciascun prodotto offerto sul Sito, l'ammontare complessivo del prezzo e il prezzo al netto dell'IVA accompagnato dalla dicitura "+IVA", al fine di fornire ai soggetti interessati il costo completo e, al contempo, conservare una modalità di presentazione del prezzo che consenta un'agevole comparazione con i prezzi mostrati dai concorrenti nelle proprie comunicazioni commerciali.

Tale presentazione del prezzo verrebbe implementata sia nelle pagine "vetrina" del Sito che nelle pagine di presentazione delle varie opzioni commerciali disponibili, oltre che nelle pagine di carrello e *checkout* ossia nelle pagine visualizzate dagli utenti nel corso del processo di acquisto della Pec.

¹³ Cfr. Doc. n. 18.

Impegno n. 2

Ferma restando la completa indipendenza e autonomia dei rivenditori terzi dei prodotti InfoCert nella determinazione delle proprie offerte commerciali, InfoCert si impegna a richiedere formalmente a tutti i rivenditori, come già avvenuto per Openapi, di assicurare costantemente l'aderenza alla normativa applicabile dei rispettivi processi di acquisto dei prodotti InfoCert.

Impegno n. 3

InfoCert si impegna nelle attività di manutenzione del Sito a monitorarlo costantemente per mettere in atto le eventuali azioni di miglioramento dello stesso che tempo per tempo dovessero risultare necessarie, in un'ottica di miglioramento continuo in termini di navigabilità e chiarezza dei prezzi esposti.

28. Ad eccezione dell'impegno n. 3, la cui implementazione è in corso di completamento essendo iniziata il 18 gennaio 2022, la società si impegna a finalizzare l'implementazione delle misure di cui agli impegni nn. 1 e 2 entro il termine massimo di 60 giorni dalla data di eventuale comunicazione dell'accettazione degli impegni, con riferimento alla famiglia di prodotti PEC, nonché nel termine di 90 giorni dalla predetta data, con riferimento a tutti gli altri servizi proposti on line dalla società.

V. GLI IMPEGNI PRESENTATI DA OPENAPI

29. Con nota pervenuta in data 4 aprile 2022, Openapi ha presentato una proposta di impegni¹⁴.

Gli impegni, che sono riprodotti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, prevedono quanto segue:

Impegno n. 1

Openapi si impegna ad indicare in una tabella tutti i costi di rinnovo dopo il primo anno delle PEC, le scontistiche applicate nei vari anni ed a chiarire che le varie tipologie di PEC non hanno costi differenti negli anni dopo il primo, salvo i predetti sconti. Per la casella base verrà evidenziato meglio lo sconto applicato il primo anno, dando maggior risalto grafico all'indicazione del costo a partire dal secondo anno e inserendo un *link* di dettaglio per i rinnovi pluriennali.

Impegno n. 2

Openapi si impegna ad eliminare la tabella comparativa dei prodotti, sostituendola con una tabella di comparazione di soli prodotti da essa distribuiti, dando indicazione ai clienti dell'importanza del servizio accessorio di archiviazione e notifica nel caso in cui decidessero di cercare sul *web* prodotti alternativi.

Impegno n. 3

Openapi adotterà una procedura interna per la revisione annuale del sito al fine di evitare comunicazioni errate.

30. Le modifiche proposte saranno operative entro dieci giorni lavorativi dalla notifica del provvedimento di accettazione degli impegni dell'Autorità.

¹⁴ Cfr. Doc. n. 18

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

31. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse tramite la rete internet, in data 24 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6 del Codice del Consumo.

32. Con parere pervenuto in data 23 giugno 2022, la suddetta Autorità ha considerato che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato (*internet*), in relazione ai servizi offerti dai professionisti, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti dei professionisti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni in oggetto; pertanto, l'Autorità ha ritenuto che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali oggetto del procedimento.

VII. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

33. In via preliminare, per quanto riguarda le condotte contestate alle due società con la comunicazione di avvio del procedimento, va osservato che non esistono costi di attivazione.

34. Nel merito, gli impegni presentati da InfoCert appaiono idonei a far venir meno i profili di scorrettezza contestati. Infatti, con l'impegno 1 la società implementerebbe una misura idonea a chiarire al cliente privato l'ammontare puntuale dell'IVA e il costo complessivo della PEC, offrendo così al consumatore tutte le informazioni necessarie per prendere una decisione consapevole. Inoltre, la modalità di presentazione del prezzo proposta riguarderebbe oltre che le pagine del carrello e di *checkout*, anche le pagine del sito di presentazione delle varie tipologie di PEC. L'impegno verrebbe esteso poi a tutti i prodotti venduti *online*. Con l'impegno 2, InfoCert porrebbe in essere ulteriori azioni per perseguire attraverso i propri rivenditori un costante rispetto della normativa consumeristica, ed infine con l'impegno 3 la società, in aggiunta agli *upgrade* già completati, migliorerebbe ulteriormente l'accessibilità e semplicità di navigazione del sito e la pronta reperibilità di tutte le informazioni rilevanti di cui i clienti possano avere necessità in sede di valutazione su un eventuale acquisto di una casella PEC o di altri servizi offerti dalla società.

35. Anche gli impegni presentati da Openapi appaiono idonei a far venir meno i profili di scorrettezza contestati.

In via preliminare, riguardo l'assenza di un impegno sulla mancata indicazione dell'ammontare dell'IVA va osservato che essa trova giustificazione nel fatto che la società opera in larga parte su mercati esteri, nei confronti di clienti che acquistano le PEC da paesi caratterizzati da aliquote diversificate, per cui non è possibile indicare l'ammontare specifico dell'IVA nei messaggi pubblicitari rivolti alla generalità del pubblico, prima di conoscere la provenienza di qualsiasi richiesta di acquisto. In ogni caso, il soggetto che intenda acquistare sul sito uno dei servizi offerti dalla società può avere la visibilità di tutte le componenti di costo e del prezzo complessivo del proprio ordine prima del completamento del processo di acquisto.

36. Con l'impegno 1 la società migliorerebbe la trasparenza in merito ai costi di rinnovo dopo il primo anno del servizio PEC, agevolando così una maggiore comprensione da parte dei clienti degli oneri economici da sostenere.

Con l'impegno 2, la tabella di comparazione con i prodotti di concorrenti sarà eliminata e sostituita con una di comparazione di prodotti distribuiti da Openapi, eliminando qualsiasi confronto improprio.

Infine, con l'impegno 3 la società, assicurando un controllo annuale su tutti i contenuti del proprio sito, oltre ad evitare comunicazioni errate, contribuirà anche a dare efficacia all'impegno di Infocert di richiedere a tutti i rivenditori il rispetto della normativa vigente.

37. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati da InfoCert ed Openapi soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalle società InfoCert S.p.A. e Openapi S.r.l., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali, oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società InfoCert S.p.A. e Openapi S.r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare le infrazioni,

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti delle società InfoCert S.p.A. ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 31 gennaio 2022, come descritti nella dichiarazione allegata al provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di rendere obbligatori, nei confronti delle società Openapi S.r.l. ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti in data 4 aprile 2022, come descritti nella dichiarazione allegata al provvedimento;

c) di chiudere il procedimento senza accertare le infrazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

d) che le società InfoCert S.p.A. e Openapi S.r.l., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione, di fatto, rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11887 - INFOCERT-PUBBLICITÀ PEC

Allegato 1 al provvedimento n. 30225

DICHIARAZIONE DI IMPEGNI

Nell'ambito del procedimento n. PS11887 avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 14 dicembre 2021, avente ad oggetto messaggi pubblicitari con i quali vengono presentate le varie tipologie di Pec da InfoCert S.p.A. sul proprio sito *web*, ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del "Codice del Consumo" (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni), InfoCert S.p.A. si impegna, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati:

Impegno n. 1

InfoCert si impegna ad implementare sul Sito le modifiche tecniche necessarie, compatibilmente con l'architettura tecnologica esistente, a indicare con modalità chiare, in relazione a ciascun prodotto offerto sul Sito, l'ammontare complessivo del prezzo. Tale modifica verrebbe effettuata in modo da mantenere la dicitura "+IVA" nell'indicazione del prezzo al fine di fornire ai soggetti interessati il costo completo e, al contempo, conservare una modalità di presentazione del prezzo che consenta un'agevole comparazione con i prezzi mostrati dai concorrenti nelle proprie comunicazioni commerciali.

Tale presentazione del prezzo verrebbe implementata sia nelle pagine "vetrina" del Sito che nelle pagine di presentazione delle varie opzioni commerciali disponibili, oltre che - come già avviene - nelle pagine di carrello e *checkout* ossia nelle pagine visualizzate dagli utenti nel corso del processo di acquisto della Pec.

Impegno n. 2

Ferma restando la completa indipendenza e autonomia dei rivenditori terzi dei prodotti InfoCert nella determinazione delle proprie offerte commerciali, InfoCert si impegna a richiedere formalmente a tutti i rivenditori come già avvenuto per Openapi S.p.a. di assicurare costantemente l'aderenza alla normativa applicabile dei rispettivi processi di acquisto dei prodotti InfoCert.

Impegno n. 3

InfoCert nelle attività di manutenzione del Sito si impegna a monitorare costantemente il proprio Sito per mettere in atto le eventuali azioni di miglioramento dello stesso che tempo per tempo, dovessero risultare necessarie, in un'ottica di miglioramento continuo in termini di navigabilità e chiarezza dei prezzi esposti.

Ad eccezione dell'impegno n. 3, la cui implementazione è già in corso di completamento essendo iniziata il 18 gennaio 2022, la società si impegna a finalizzare l'implementazione delle misure di cui agli impegni nn. 1 e 2 entro il termine massimo di sessanta giorni dalla data di eventuale comunicazione di accettazione degli impegni, con riferimento alla famiglia di prodotti PEC, nonché nel termine di novanta giorni dalla predetta data, con riferimento a tutti gli altri servizi proposti on line dalla società.

PS11887 - INFOCERT-PUBBLICITÀ PEC

Allegato 2 al provvedimento n. 30225

DICHIARAZIONE DI IMPEGNI

Nell'ambito del procedimento n. PS11887 avviato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 14 dicembre 2021, avente ad oggetto messaggi pubblicitari con i quali vengono presentate le varie tipologie di Pec da Openapi S.r.l. sul proprio sito *web*, ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del "Codice del Consumo" (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni), Openapi S.r.l. si impegna, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati:

Impegno n. 1

Nel rifacimento del sito verranno migliorate le comunicazioni indicando quindi:

- Indicata una tabella con tutti i prezzi di rinnovo e le scontistiche che i verranno applicati ai clienti nei vari anni;
- Chiarito che le pec non hanno costi differenti negli anni successivi (standard, silver, gold) togliendo la parola "... **primo anno** ...";
- Evidenziato meglio lo sconto sulla casella base, dando maggior risalto grafico all'indicazione del costo a partire dal secondo anno (inserendo un link di dettaglio per i rinnovi pluriennali).

Impegno n. 2

Al fine di evitare confusione nell'utente che potrebbe optare anche per un prodotto senza servizi "sms di notifica" e "archiviazione" (es. un cliente privato che non è soggetto agli obblighi indicati), la soluzione migliore appare quella di eliminare la tabella comparativa (sostituendola con una tabella di comparazione di soli prodotti interni) dando però indicazione ai clienti dell'importanza che può costituire il servizio di archiviazione e di notifica, nel caso gli stessi consumatori decidano autonomamente di cercare sul *web* prodotti simili.

Impegno n. 3

È stata predisposta una procedura interna per la revisione dei siti annuale per evitare il ripetersi, anche in modo svantaggioso per la società, di comunicazioni errate.

Le modifiche proposte saranno operative entro dieci giorni lavorativi dalla notifica del provvedimento di accettazione dell'Autorità.

PS11920 - BNL-PREAMMORTAMENTO TECNICO MUTUI IMMOBILIARI

Provvedimento n. 30226

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, *Regolamento*), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 22 novembre 2021, successivamente integrata in data 17 marzo 2022, con la quale Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo* e dell'articolo 9 del *Regolamento*;

VISTE le proprie delibere del 1° marzo 2022 e del 20 aprile 2022, con le quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del *Regolamento*, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito, anche BNL), con sede legale in Roma, è una società attiva nei settori bancario e creditizio, in particolare nei mercati della raccolta e degli impieghi.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne due pratiche commerciali che sarebbero state adottate da BNL:
a) BNL avrebbe omesso di fornire informazioni essenziali circa il criterio di calcolo della durata del periodo di preammortamento tecnico (di seguito, anche PT)¹ e, quindi, circa i costi degli interessi di PT, maturati nel suddetto periodo, che compongono una voce di spesa del mutuo immobiliare destinato ai consumatori, rivelando tali informazioni soltanto nella fase finale di sottoscrizione del contratto di mutuo con la consegna dell'Offerta vincolante (di seguito, anche OV) e dei suoi allegati, in possibile violazione degli artt. 20, comma 2, e 22 del *Codice del Consumo*;

¹ Il periodo di preammortamento tecnico è il periodo che precede l'inizio del pagamento del piano di rimborso del mutuo (cd. piano di ammortamento) e serve ad allineare l'inizio del pagamento del piano di ammortamento al primo giorno di calendario di un mese. Il PT deve essere distinto dal preammortamento non tecnico che può essere concesso dalla Banca su richiesta del cliente per un determinato periodo di tempo (anche annuale o pluriennale), in presenza di esigenze economiche del richiedente interessato a rinviare il pagamento della prima rata completa, pur avendo ricevuto il finanziamento completo (nel preammortamento non tecnico il cliente rimborsa soltanto gli interessi).

b) BNL avrebbe indebitamente condizionato i consumatori a sottoscrivere il contratto di mutuo attraverso l'invio dell'OV solo a ridosso della stipula dello stesso, in possibile violazione degli artt. 20, comma 2, e 24 del *Codice del Consumo*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. In seguito ad una segnalazione di due consumatori, pervenuta in data 11 dicembre 2020², integrata in data 6 luglio 2021³, in data 5 ottobre 2021 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS11920 alla società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 22 e 24 del *Codice del Consumo*⁴.

4. In data 8 ottobre 2021 sono state svolte verifiche ispettive presso la sede legale di BNL⁵ e presso una filiale di BNL in Roma⁶.

5. In data 22 novembre 2021 il Professionista ha fornito le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento⁷, successivamente integrate con comunicazione pervenuta in data 28 dicembre 2021⁸, in seguito all'ulteriore richiesta di informazioni del 24 dicembre 2021.

6. In data 22 novembre 2021 il Professionista ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo* e dell'articolo 9 del *Regolamento*, al fine di rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali contestate⁹. Essi sono stati integrati in data 17 marzo 2022, nella versione definitiva consolidata¹⁰.

7. Il Professionista ha presentato la memoria difensiva in data 22 novembre 2021¹¹.

8. In data 2 marzo 2022 è stata comunicata alla Parte la proroga del termine di conclusione del procedimento adottata dall'Autorità in data 1° marzo 2022.

9. In data 21 aprile 2022 è stata comunicata alla Parte la proroga del termine di conclusione del procedimento adottata dall'Autorità in data 20 aprile 2022.

10. In data 29 aprile 2022 è stata comunicata al Professionista la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del *Regolamento*¹².

11. In data 19 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia¹³, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis, del *Codice del Consumo*.

² Doc. 1.

³ Doc. 4.

⁴ Doc. 6.

⁵ Doc. 9 (doc. isp. 9.1-9.218).

⁶ Doc. 11 (doc. isp. 11.1-11.3).

⁷ Doc. 17.

⁸ Doc. 22.

⁹ Doc. 18.

¹⁰ Doc. 26.

¹¹ Doc. 17.

¹² Doc. 32.

¹³ Doc. 34.

12. In data 15 giugno 2022 è pervenuto il parere di Banca d'Italia¹⁴.

2) Gli elementi acquisiti

13. Con riferimento alle condotte analizzate nell'ambito del procedimento, gli elementi acquisiti hanno messo in rilievo quanto segue:

- BNL commercializza i mutui immobiliari per i consumatori tramite diversi canali (filiale, telefono e intermediari creditizi/partner) e con documentazione sostanzialmente comune tra essi, illustrata ad esempio nella *Guida Operativa* di BNL che disciplina i *Processi di vendita di Mutui Fondiari Individuals attraverso il Canale Filiale*¹⁵;

- secondo la prassi consolidata di BNL, il periodo di preammortamento tecnico dura fino all'ultimo giorno del mese successivo a quello di erogazione del mutuo (cd. regola dei 31 giorni minimi). Tale periodo, nei casi in cui stipula ed erogazione della somma sono contestuali, può durare, quindi, un minimo di 31 giorni dalla stipula (se si stipula nell'ultimo giorno del mese) e un massimo di 60 giorni (se si stipula il 1° giorno del mese). Ad esempio, un cliente che stipula il contratto di mutuo il 1° settembre sarà tenuto a corrispondere alla Banca gli interessi di PT fino al 31 ottobre¹⁶;

- nei casi marginali in cui l'erogazione non è contestuale alla stipula, il PT inizia 15 giorni dopo la stipula, al momento dell'erogazione, e termina l'ultimo giorno del mese successivo a quello della data di erogazione (e il periodo di ammortamento decorre dal primo giorno del secondo mese successivo)¹⁷;

- l'ammontare degli interessi di PT (e non la modalità di calcolo del periodo di preammortamento tecnico) viene comunicato nella fase finale del processo di acquisto del mutuo immobiliare, tramite l'invio dell'OV e dei documenti contrattuali allegati (PIES2 e conteggi per l'erogazione); tali documenti sono trasmessi generalmente via mail a ridosso della data della stipula¹⁸;

- durante la fase del primo contatto, il consumatore fornisce alla Banca le informazioni (anagrafiche, reddituali, finanziamento richiesto, etc.) sulla cui base la Banca predispone e consegna al consumatore il preventivo e le prime informazioni. Nel *Preventivo Mutuo*, sono riportate sinteticamente le caratteristiche del mutuo scelto, tra cui il TAEG applicato al contratto (ossia il tasso di interesse comprensivo di tutti i costi del mutuo), e si afferma che il tasso di interesse è composto dal tasso di interesse di ammortamento nominale annuo e dal tasso di interesse fisso di preammortamento tecnico pari al [2-4%]*, con rinvio a una nota secondo la quale l'importo preciso degli interessi di preammortamento tecnico sarà indicato con la consegna dell'OV in cui verrà indicata una possibile data di stipula¹⁹;

¹⁴ Doc. 35.

¹⁵ Doc. isp. 9.202.

¹⁶ Doc. 17, doc. 9 e doc. 11 (verbali ispettivi presso sede legale BNL e presso filiale BNL).

¹⁷ Doc. 22.

¹⁸ Doc. 9 e doc. 11 (verbali ispettivi presso sede legale BNL e presso filiale BNL), doc. isp. 9.1, nonché doc. 17, allegato 13.

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

¹⁹ Il Preventivo Mutuo è definito dalla Banca "PIES1" (Prospetto Informativo Europeo Standardizzato non intestato al cliente).

- in tale fase, la Banca consegna al consumatore anche il “Foglio informativo - Informazioni Generali per il Credito Immobiliare offerto ai Consumatori” che, dopo l’aggiornamento del 30 novembre 2021, riporta: “Periodo di preammortamento: I mutui con periodicità mensile entrano in ammortamento il primo giorno del secondo mese successivo alla messa a disposizione del cliente delle somme del finanziamento”;

- dopo la fase iniziale il consumatore sottoscrive la domanda di finanziamento, da cui la Banca conosce la possibile data di stipula, che potrà essere modificata fino alla fase successiva della delibera creditizia, e riceve il cd. PIES1, *Prospetto Informativo Europeo Standardizzato* intestato allo stesso²⁰; in tale documento, in una nota (non presente nel *Preventivo Mutuo*), si afferma che il preammortamento tecnico intercorre tra la data di erogazione del mutuo e la data di inizio del piano di ammortamento e in un’altra nota si ripete quanto già indicato nel *Preventivo Mutuo*, sopra riportato;

- ad esito dell’istruttoria, viene inviata al consumatore la delibera creditizia, solitamente tramite email; in caso di verifica favorevole nella delibera, con cui si informa il consumatore dell’accoglimento della domanda, non è riportato il tasso di ammortamento del mutuo, né il tasso di PT, né la data della delibera stessa; la delibera in ogni caso è condizionata alla successiva verifica tecnico-legale²¹;

- la verifica tecnico-legale accerta che l’immobile possa costituire una valida garanzia a copertura del mutuo, tramite la perizia tecnica (verifica della conformità catastale ed edilizia) che determina il valore dell’immobile e la relazione notarile preliminare che valuta l’iscrivibilità dell’ipoteca; la Banca invia un’email al consumatore per fornire un aggiornamento dello stato della pratica e sulla delibera definitiva;

- nella fase finale sono comunicate al consumatore la delibera definitiva e l’OV cui sono allegati il cd. PIES2 contenente le condizioni contrattuali definitive, la bozza del contratto, il conteggio dell’erogazione. Sono registrate, nell’applicativo di BNL, la data di stipula e ulteriori spese concorrenti al calcolo del TAEG, tra cui l’ammontare degli interessi di PT. È al termine di tali registrazioni che viene prodotta l’OV, predisposta talvolta in deroga straordinaria, ossia in ritardo in relazione all’inizio del periodo di 7 giorni anteriori alla data di stipula, c.d. periodo di riflessione concesso al cliente dalla normativa, ove egli, per sue esigenze, richieda di stipulare prima della scadenza di tale periodo;

- nell’OV, in particolare, la Banca dichiara l’impegno, in caso di accettazione dell’offerta, ad applicare le condizioni previste nel PIES2 allegato, riportando che il cliente ha a disposizione 7 giorni per l’accettazione della stessa e che, in tale periodo di riflessione, potrà mettere a confronto possibili diverse offerte per una scelta consapevole. In basso, con caratteri più ridotti, è precisato che il PIES2 allegato si basa sulla possibile data di stipula indicata dal consumatore e avverte che, ove la data di stipula fosse modificata, cambierebbe anche l’importo complessivo degli interessi di preammortamento, venendo fornito il valore giornaliero di tali interessi; il consumatore può rinunciare a completare il periodo di riflessione e fissare la stipula anche prima del termine dei 7 giorni, mentre la Banca ha l’obbligo di rispettare per 7 giorni le condizioni indicate nell’OV²²;

²⁰ Tale documento precontrattuale è definito da BNL come PIES2.

²¹ Cfr. doc. isp. 9.202 (Guida).

²² Doc. 9.217.

- il PIES2, a differenza del PIES1 e di tutti gli altri documenti anche contrattuali, indica anch'esso l'ammontare degli interessi di PT, essendo riportato il TAEG effettivo applicato al mutuo, in quanto comprensivo anche degli interessi di PT²³;
- la bozza del contratto, allegata all'OV, riporta il tasso di interesse di PT applicato, le date di inizio e fine del periodo PT; indica che gli interessi di PT decorrono dalla data di sottoscrizione fino al giorno prima della data in cui inizia l'ammortamento, ma non riporta l'ammontare complessivo degli interessi di PT, mentre sono precisati l'importo del mutuo, dell'ipoteca, della fideiussione, l'importo erogato e l'importo trattenuto²⁴;
- il *conteggio erogazione* è il documento in cui sono indicati tutti i costi del mutuo acquistato. È precisato, accanto alla somma erogata, il totale delle somme trattenute di cui sono declinate le singole voci, quali la *spesa istruttoria*, gli *oneri fiscali*, nonché gli *interessi di PT* con l'indicazione della data iniziale e finale del PT²⁵;
- nel 2019, 2020 e 2021 (fino al 30 giugno) sono stati erogati [45.000-50.000] mutui immobiliari ([10.000-15.000] mutui nel 2019, [15.000-20.000] mutui nel 2020 e [10.000-15.000] mutui nel 2021, primo semestre);
- per tali mutui, gli interessi di PT ammontano a [20.000.000-25.000.000] euro, di cui [5.000.000-10.000.000] euro per il 2019, [8.000.000-13.000.000] euro per il 2020 e [5.000.000-10.000.000] euro per il 2021 (primo semestre)²⁶;
- sulla tempistica di invio dell'OV, questa con gli allegati (PIES2 e *Conteggio erogazione*) è inviata, nella grande maggioranza dei casi, al destinatario pochi giorni prima della stipula dei contratti, e quasi sempre all'interno del cd. periodo di riflessione di 7 giorni²⁷.

3) Gli impegni del Professionista

14. Gli impegni presentati da Bnl nella loro versione definitiva consolidata in data 17 marzo 2022, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento – che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono l'adozione delle seguenti misure:

Impegno 1 – equiparazione tasso di interesse di PT al tasso di interesse di ammortamento del mutuo erogato

15. L'impegno 1 riguarda l'equiparazione del tasso di interesse di PT (prima degli impegni pari a più del [2-4%] annuo) al tasso di interesse di ammortamento del mutuo. Per i mutui a tasso fisso esso corrisponderà al tasso fisso di ammortamento e, per i mutui immobiliari a tasso variabile, il tasso di interesse di PT corrisponderà al tasso di interesse applicato nella prima rata del piano di ammortamento del mutuo, come indicato nell'Offerta vincolante.

²³ Cfr. doc. isp. 9.186, a titolo esemplificativo; cfr. anche doc. isp. 9.218 (stipula del 6/10/2021 e piano di ammortamento dal 1/12/2021; quindi periodo di PT dal 6/10/2021 al 30/11/2021).

²⁴ Cfr., a titolo esemplificativo, doc. isp. 9.214.

²⁵ Doc. 17, allegato 15.

²⁶ Doc. 17, allegato 16.

²⁷ Doc. 6 e doc. 17, allegato 23.

Impegno n. 2 - riduzione della durata del periodo di preammortamento tecnico

16. L'impegno 2 riguarda i nuovi criteri di calcolo della durata del periodo di PT, allo stato fondato sulla citata regola dei 31 giorni minimi, prevedendo che, qualora la stipula e l'erogazione del mutuo siano contestuali, tale periodo inizi (come già avviene) dalla data di stipula e termini l'ultimo giorno del medesimo mese. Conseguentemente, il periodo di ammortamento (ossia il periodo di rimborso del mutuo) decorrerà dal primo giorno del mese successivo alla data di stipula (e non più dal primo giorno del secondo mese successivo alla stipula).

17. Diversamente, nei casi eccezionali in cui stipula ed erogazione non sono contestuali, e l'erogazione si ha al consolidamento ipotecario, il periodo di PT decorrerà dalla data di effettiva erogazione del mutuo, ossia di regola dal 15° giorno dopo la stipula del contratto di mutuo, e terminerà l'ultimo giorno del medesimo mese in cui avviene l'erogazione.

18. Qualora eccezionalmente, in presenza di problemi sulla garanzia non imputabili alla Banca o di ritardi del notaio nello svolgimento delle attività propedeutiche al consolidamento, l'erogazione avvenga dopo il 15° giorno dalla stipula, il periodo di PT verrà comunque calcolato dalla data di effettiva erogazione e terminerà l'ultimo giorno del medesimo mese.

19. Qualora nella suddetta ipotesi i citati ritardi, anche se non imputabili alla Banca, non consentano di procedere all'erogazione del mutuo nel mese previsto dal contratto di mutuo e dall'Offerta vincolante, nessun interesse di PT sarà dovuto dal cliente.

20. In virtù dei nuovi criteri di calcolo del periodo di PT, sia per le erogazioni contestuali che per quelle non contestuali alla stipula del contratto di mutuo, la durata dello stesso viene quindi ridotta: da un minimo di 1 giorno ad un massimo di 31 giorni (e non più come massimo di 61 giorni) nei casi in cui stipula ed erogazione del mutuo coincidono; da un minimo di 0 giorni ad un massimo di 31 giorni (e non più come massimo di 46 giorni) nei casi in cui l'erogazione è successiva alla stipula e avvenga al consolidamento dell'ipoteca.

Impegno 3 – informativa della nuova durata del periodo di PT nei documenti precontrattuali e contrattuali

21. L'impegno 3 riguarda l'informativa ai consumatori in merito alle nuove modalità di calcolo della durata del periodo di PT, come definite nell'impegno n. 2, nei documenti disponibili o consegnati ai consumatori per la stipula del contratto di mutuo immobiliare, ossia nel "Foglio Informativo - Informazioni Generali per il Credito Immobiliare offerto ai Consumatori", nel cd. "Preventivo Mutuo", nel "Prospetto Informativo Europeo Standardizzato" (PIES1) non definitivo e nel "Prospetto Informativo Europeo Standardizzato" (PIES2) definitivo.

22. Inoltre, nel *Foglio Informativo*, nel *Preventivo mutuo* e nel PIES1 saranno inseriti anche esempi numerici rappresentativi del calcolo degli interessi di PT, del tipo: "in caso di stipula del contratto di mutuo il 15 ottobre, qualora l'erogazione sia contestuale alla stipula, il preammortamento dura 16 giorni fino al 31 ottobre incluso e il periodo di ammortamento comincia a decorrere dal successivo 1° novembre" e "in caso di stipula del contratto di mutuo il 25 marzo, qualora l'erogazione avvenga al consolidamento dell'ipoteca, tale erogazione avverrà di norma, salvo che vi siano problemi sulla garanzia o ritardi del notaio, dopo 15 giorni e quindi il giorno 8 aprile e il preammortamento inizierà dal giorno 8 aprile e terminerà il giorno 30 aprile con una durata di 23 giorni".

23. Inoltre, nel *Preventivo Mutuo*, BNL indicherà che il TAEG riportato in detto documento è meramente indicativo, in quanto non ricomprende gli interessi di PT, e preciserà che l'ammontare degli interessi di PT, anche se non definitivo, verrà fornito nel momento in cui il cliente comunicherà alla Banca la data di stipula del contratto, anche se provvisoria. Sarà quindi modificata la nota riportata, allo stato, nel citato documento, secondo cui *“l'importo puntuale del totale interessi di preammortamento tecnico dovuto, applicando la percentuale indicata, verrà fornito al momento della consegna dell'offerta vincolante in cui viene ipotizzata una data di stipula”*.

24. Nel PIES1 la Banca riporterà, qualora nella fase del suo rilascio fosse indicata dal consumatore la data di stipula anche se provvisoria, la quantificazione degli interessi di PT con l'avvertenza secondo cui tale ammontare potrebbe cambiare in funzione della modifica della data di stipula, ovvero, in alternativa, qualora la data di stipula non fosse comunicata, essa preciserà che il TAEG è meramente indicativo in quanto non ricomprende gli interessi di PT. Inoltre, sarà modificata l'attuale nota 3 della sezione 4, in quanto sarà aggiunta la precisazione secondo cui l'importo *“definitivo”* degli interessi di PT verrà fornito al momento dell'Offerta vincolante quando la data di stipula sarà *“certa”*.

25. Nel PIES2 sarà specificato che il periodo di PT terminerà, per i mutui con periodicità mensile, l'ultimo giorno del mese di erogazione del finanziamento e, per i mutui con periodicità semestrale, come oggi già avviene, il 30 giugno se l'erogazione avviene nel primo semestre dell'anno o il 31 dicembre se l'erogazione avviene nel secondo semestre dell'anno.

Misure transitorie prima dell'attuazione degli impegni 1, 2 e 3

26. Nelle more dell'attuazione degli impegni 1, 2 e 3, sarà modificato il *Foglio Informativo* oggi distribuito, in cui sono indicati i criteri di durata attuali (prima delle modifiche descritte). Sarà sostituita l'espressione secondo cui il periodo di PT dura *“fino al giorno antecedente la data di inizio ammortamento”* con un'affermazione che rende esplicito che il PT dura: a) per i mutui con periodicità mensile fino all'ultimo giorno del mese successivo alla stipula del finanziamento e b) per i mutui con periodicità semestrale fino al 30 giugno (se l'erogazione avviene nel primo semestre dell'anno) o fino al 31 dicembre (se l'erogazione avviene nel secondo semestre dell'anno). Saranno inclusi, inoltre, nei riquadri *“Quanto può costare il mutuo”*, tra i costi che incidono sul TAEG anche gli interessi di PT. Infine, il preammortamento in questione sarà sempre qualificato come *“tecnico”*.

Impegno 4 – email sulla comunicazione della data di stipula

27. L'impegno 4 riguarda l'email che la Banca invierà al consumatore dopo la verifica tecnico-legale per comunicare la disponibilità della Banca a procedere con la stipula del mutuo e per sottolineare l'intenzione di rispettare il periodo di riflessione di 7 giorni, previsto dall'art. 120 *novies*, comma 3, del Testo Unico Bancario (TUB).

28. In tale email verrà specificato che, considerati i tempi tecnici necessari alla predisposizione dell'Offerta vincolante, il cliente, per poter godere appieno del periodo di riflessione di 7 giorni, dovrà comunicare alla Banca la data definitiva di stipula con almeno 10 giorni lavorativi di anticipo.

Impegno 5 – procedure in caso di rinuncia totale o parziale del cliente al periodo di riflessione

29. L'impegno 5 riguarda la modifica delle procedure interne in caso di rinuncia totale o parziale al periodo di riflessione da parte del consumatore; qualora tra la fine delle verifiche tecnico-legali

(successive alla comunicazione della delibera del mutuo) e la stipula, come risultante dalla data comunicata dal consumatore, intercorra un intervallo inferiore ai 10 giorni lavorativi, ma il cliente intenda comunque procedere alla stipula nella data individuata:

- i) sarà acquisita dal cliente un'espressa dichiarazione di rinuncia alla possibilità di godere appieno del periodo di riflessione di 7 giorni;
- ii) sarà archiviata tale dichiarazione all'interno dei sistemi documentali;
- iii) il *back-office*, incaricato della predisposizione dell'Offerta vincolante e della minuta contrattuale, verificherà la presenza del documento di cui al punto ii) prima di procedere all'invio dell'Offerta vincolante con un anticipo rispetto alla data di stipula inferiore a 7 giorni.

Impegno 6 – informativa generale sull'iter per l'acquisto del mutuo immobiliare

30. L'impegno 6 riguarda un documento informativo sul processo di acquisto del mutuo immobiliare da parte dei consumatori. In tale documento saranno illustrate (i) le diverse fasi in cui si snoda il processo di erogazione del mutuo; (ii) la descrizione delle attività che saranno svolte dalla Banca e dagli altri soggetti coinvolti nel processo (tra cui, il cliente, il suo notaio e il perito); (iii) la precisazione che la Banca intende garantire al cliente un periodo di riflessione di 7 giorni tra l'invio dell'Offerta vincolante e la stipula e che tale periodo sarà certamente rispettato nel caso in cui – espletate le verifiche tecnico legali – la Banca disponga di 10 giorni lavorativi di preavviso per conoscere la data definitiva di stipula al fine di predisporre l'Offerta vincolante.

31. Tale documento sarà consegnato al cliente al momento della sottoscrizione della domanda di mutuo, in modo da consentire a questi sin da subito di comprendere le varie fasi in cui si snoda il processo di erogazione del mutuo e programmare conseguentemente le varie attività sino alla stipula, nonché eventualmente individuare una possibile data di stipula avendo la piena cognizione delle attività preliminari che dovranno essere espletate.

Impegno 7 – bozza del contratto di mutuo fornita al consumatore all'inizio della procedura

32. L'impegno 7 riguarda la consegna al consumatore della bozza del contratto di mutuo e del relativo capitolato al momento della sottoscrizione della domanda di finanziamento, prima comunque del completamento della raccolta della documentazione istruttoria, così da consentirgli di disporre di un ampio lasso di tempo per analizzare e valutarne il contenuto.

33. Le suddette bozze, essendo messe a disposizione in una fase preliminare del processo di erogazione del mutuo (e non, come oggi avviene, contestualmente all'Offerta vincolante), non conterranno alcuna indicazione circa le condizioni economiche che verranno applicate e potranno solo indicare delle opzioni con riferimento a quelle clausole che potranno essere definite solo in fasi successive del processo di concessione del mutuo.

Tempi di attuazione degli impegni proposti

34. Tutti gli impegni sopra-descritti saranno attuati entro 4 mesi dalla notifica del provvedimento di chiusura del procedimento con accettazione degli stessi.

IV. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA

35. Poiché le pratiche oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere da un operatore attivo nel settore bancario e creditizio, in data 19 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis, del *Codice del Consumo*.

36. Con parere pervenuto in data 15 giugno 2022, la suddetta Autorità ha comunicato che gli impegni proposti non presentano profili di incoerenza rispetto a quanto previsto dalla normativa settoriale di trasparenza e correttezza.

V. VALUTAZIONI DEGLI IMPEGNI

37. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di scorrettezza, ai sensi della disciplina prevista nel *Codice del Consumo*, delle due pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del procedimento del 5 ottobre 2021. In particolare, si rileva come le misure prospettate siano connotate da caratteristiche tali da conferire loro concretezza ed efficacia per la tutela dei consumatori. Le misure descritte, infatti, risultano idonee a eliminare, in via permanente e strutturale, potenziali comportamenti tali da distorcere le scelte dei consumatori sotto i profili contestati, riguardanti sia la pratica a) relativa alle informazioni circa il criterio di calcolo della durata del periodo di preammortamento tecnico e quindi circa i costi degli interessi di preammortamento tecnico maturati nel suddetto periodo, che la pratica b), relativa all'invio dell'Offerta vincolante a ridosso della stipula del contratto di mutuo.

38. Con riferimento alla pratica *sub a)*, relativa alla mancanza di indicazione dei criteri per il conteggio degli interessi di preammortamento tecnico, si osserva che gli impegni risultano idonei a risolvere efficacemente le criticità relative a tali interessi, consentendo ai consumatori di disporre non solo di informazioni puntuali sul conteggio del periodo di PT ma anche di un risparmio economico sulla voce di costo del mutuo immobiliare costituita dagli interessi di PT.

39. Con il primo impegno, infatti, vi sarà l'equiparazione del tasso di interesse di PT (oggi fissato da BNL a più del [2-4%] annuo) al tasso di interesse di ammortamento applicato al contratto di mutuo, sia esso a tasso variabile che a tasso fisso (con conseguente riduzione, ai tassi di ammortamento attuali, del tasso di PT).

40. Il secondo impegno determina una riduzione significativa della durata del periodo di PT, dal massimo attuale di 61 giorni al massimo di 31 giorni per i mutui erogati contestualmente alla stipula del contratto di mutuo e dal massimo attuale di 46 giorni al massimo di 31 giorni per i mutui erogati al consolidamento dell'ipoteca immobiliare. Rilevante appare anche la misura che esclude ogni possibile penalizzazione dei consumatori qualora, per le erogazioni al consolidamento, non si possa procedere all'erogazione del mutuo nello stesso mese previsto dal contratto di mutuo e dall'Offerta vincolante, in quanto in tal caso la Banca non richiederà alcun interesse di PT al cliente.

41. Risultano determinanti ad assicurare la trasparenza delle condizioni applicate dalla Banca con riferimento agli interessi di PT che costituiscono una voce di spesa del mutuo immobiliare, anche i descritti chiarimenti informativi di cui all'impegno 3, inseriti nei vari documenti precontrattuali e contrattuali utilizzati dalla Banca nel processo di acquisto del mutuo immobiliare, e relativi all'indicazione dei nuovi criteri di calcolo della durata del periodo di PT come indicati nell'impegno 2, all'inserimento di esempi numerici rappresentativi del calcolo degli interessi di PT, e

all'avvertenza della valenza indicativa del TAEG ove non ricomprenda gli interessi di PT in caso di mancata indicazione della data di possibile stipula del contratto di mutuo da parte del consumatore.

42. Pertanto, le misure di cui agli impegni 1 e 2, insieme ai chiarimenti informativi sopra descritti di cui all'impegno 3, rimuovono le criticità rilevate in sede di avvio del procedimento, assicurando al consumatore, pienamente informato, di poter minimizzare il tempo e il costo connesso alla fase intercorrente tra erogazione del finanziamento (con preammortamento tecnico) e inizio del rimborso del mutuo.

43. Con riguardo alla pratica *sub b)*, relativa all'invio dell'Offerta vincolante, gli impegni 4, 5, 6 e 7 incentivano il consumatore ad utilizzare il periodo di riflessione di 7 giorni, previsto dalla normativa, per valutare l'offerta di mutuo definitiva, chiarendo che la rinuncia a tutto o parte di tale periodo è connessa esclusivamente al suo interesse ad anticipare la stipula del contratto di mutuo.

44. In particolare, l'impegno 4, concernente l'email con cui la Banca richiede al consumatore di indicare la data definitiva di stipula, avvertendo delle tempistiche utili per il rispetto del periodo di riflessione di 7 giorni, contribuisce a rendere più chiara la comunicazione tra Banca e cliente, migliorandone la trasparenza. In tal modo il consumatore sarà edotto delle conseguenze, con riferimento alla disponibilità effettiva di 7 giorni per il periodo di riflessione, della sua scelta sulla data di stipula.

45. Si osserva peraltro come l'impegno 5, relativo alle procedure in caso di rinuncia del cliente a tutto o parte del periodo di riflessione, come rilevato da BNL, sia "*volto a disciplinare il caso in cui il consumatore rinunci al periodo dei 7 giorni di riflessione*".

46. Inoltre, può migliorare la consapevolezza complessiva del consumatore in merito alle diverse fasi del processo di erogazione del mutuo immobiliare l'impegno 6, relativo all'informativa generale sull'iter per l'acquisto del mutuo immobiliare, la quale verrà consegnata al consumatore al momento della sottoscrizione della domanda di mutuo, ossia all'inizio del processo di acquisto, unitamente alle bozze del contratto di mutuo e del capitolato, come previsto dall'impegno 7.

47. Anche con riguardo alla pratica *sub b)*, dunque, gli impegni esaminati 4, 5, 6 e 7 risolvono le preoccupazioni contestate, potendo quindi migliorare la trasparenza nell'acquisto del mutuo e limitare possibili condizionamenti.

48. Sulla base delle esposte considerazioni, pertanto, gli impegni presentati da BNL possono essere ritenuti idonei a sanare i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del procedimento e soddisfare i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo*.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti di Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo* e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del *Regolamento*, gli impegni proposti dalla stessa Società in data 17 marzo 2022 in via definitiva, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del *Codice del Consumo* e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del *Regolamento*;

c) che la società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., entro centoventi giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del *Regolamento*, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;

b) la situazione di fatto si modifichi rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del *Codice del Consumo*, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS11947 - ABBANOA-PROBLEMI DI FATTURAZIONE*Provvedimento n. 30227*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 4 novembre 2021, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede della società Abbanoa S.p.A.;

VISTI i propri provvedimenti dell’8 febbraio e 5 aprile 2022, con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento rispettivamente per esigenze istruttorie e in accoglimento della istanza della Parte;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Abbanoa S.p.A. (di seguito, anche “Abbanoa” o “Professionista” o “Società”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lett. *b*), del Codice del Consumo. La Società gestisce il servizio idrico integrato nella maggior parte del territorio della Regione Sardegna. Abbanoa, in base all’ultimo bilancio approvato, ha realizzato, nell’esercizio 2020, un fatturato pari a circa 295 milioni di euro, con un utile di esercizio di circa 5 milioni di euro¹.

2. Le associazioni di consumatori Adiconsum Sardegna, in qualità di segnalante e CODICI, in qualità di interveniente.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la pratica commerciale, posta in essere da Abbanoa, che si articola in alcune condotte da un lato elusive degli obblighi fissati dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria in capo agli operatori del settore dei servizi idrici a partire dal 1° gennaio 2020, inerenti all’informativa destinata all’utenza in tema di *prescrizione biennale o breve* di cui alla legge n. 205/2017 (di seguito anche “PB”) maturata su crediti riferiti a consumi pregressi e anteriori ai due anni dalla data di emissione della relativa bolletta di conguaglio/ricalcòlo, dall’altro nella richiesta di pagamento di interessi moratori in relazione a fatture pagate, seppure in ritardo, negli anni di gran

¹ Cfr. bilancio depositato da Abbanoa in data 3 maggio 2022.

lunga precedenti all'ultimo biennio, nonché nella mancata o ritardata trattazione delle istanze di PB e nel rigetto di istanze e reclami degli utenti volti ad eccepire la PB.

4. Nello specifico, la pratica commerciale oggetto del procedimento si è articolata nelle seguenti condotte:

A) nel mancato rispetto delle modalità informative (evidenziazione in fattura degli importi prescrivibili) previste dalla nuova disciplina sulla prescrizione biennale²;

B) nella richiesta di pagamento di interessi moratori in relazione a fatture che, seppure in ritardo, sono state pagate negli anni di gran lunga precedenti all'ultimo biennio, senza evidenziazione in bolletta degli stessi e dell'intervenuta prescrizione biennale³;

C) nel ritardato o mancato riscontro e nel rigetto delle istanze presentate dai consumatori per eccepire l'intervenuta *prescrizione biennale* per gli importi e gli interessi moratori⁴.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

i) L'iter del procedimento

5. Sulla base delle segnalazioni pervenute all'Autorità e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo⁵, in data 4 novembre 2021, è stato comunicato ad Abbanoa S.p.A. l'avvio del procedimento istruttorio PS11947 per possibile violazione degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, con riferimento al mancato tempestivo adeguamento degli obblighi informativi ivi previsti e al mancato accoglimento delle istanze di prescrizione biennale, nonché alla richiesta di pagamento di interessi moratori maturati da oltre due anni.

6. In data 1° dicembre 2021, l'associazione di consumatori CODICI ha presentato istanza di partecipazione al procedimento. La predetta istanza è stata accolta e, in data 2 dicembre 2021, ne è stata data comunicazione all'istante e alle altre parti del procedimento.

² Cfr. segnalazioni del 30 giugno 2021, prot. n. 55469; 6 luglio 2021, prot. n. 57625; 8 luglio 2021, prot. n. 57593. Cfr. anche segnalazione Adiconsum del 23 settembre 2021, prot. 73238, su pagamento per bollette già prescritte che contiene diverse fatture e reclami di consumatori (11 reclami su solleciti di pagamento tardivi); segnalazione prot. n. 15667 del 27/1/2022 da cui risulta che ancora nel mese di novembre 2021, l'informativa inviata ai consumatori in merito alla presenza di importi soggetti alla prescrizione biennale non riportava l'indicazione dell'ammontare degli stessi; segnalazione del 9 agosto 2021, prot. n. 65147, in cui si contesta l'invio di solleciti di pagamento nel corso del 2020 per bollette relative agli anni 2008 – 2013 per le quali pertanto sarebbe intervenuta la prescrizione.

³ Cfr. segnalazione di un consumatore del 21 luglio 2021 prot. n. 60796 il quale contesta l'inserimento in bolletta di interessi moratori per importi prescritti in quanto riferiti a bollette inviate nel 2008, 2009, 2011, ecc. fino al 2018; segnalazione Adiconsum del 23 settembre 2021, prot. 73238, riguardante l'inserimento nelle bollette di interessi moratori per importi prescritti in quanto riferite a fatture inviate nel 2011, 2012, 2013 ecc. fino al 2018. La segnalazione contiene 4 e reclami di consumatori e relative fatture. Cfr. anche segnalazione prot. n. 16713 del 1°/2/2022 nella quale si segnala che il consumatore, nel mese di gennaio 2022 riceveva una fattura del 30/07/2021 numero 0100020210137584300 relativa ai consumi realizzati nel periodo 31/12/2005 – 30/08/2017, la quale riportava interessi moratori relativi al periodo 07/12/2013 – 01/12/2017.

⁴ Cfr. segnalazione di un consumatore del 16 settembre 2021, prot. n. 71749, che a seguito di un sollecito di pagamento per bollette già prescritte (bolletta del 2006, solleciti di pagamento del 2021), ha immediatamente eccepito la prescrizione quinquennale degli importi ivi contenuti, ma Abbanoa, senza dare alcun riscontro al reclamo, in data 3 settembre u.s. ha inviato un secondo sollecito di pagamento e atto interruttivo della prescrizione, sempre per la medesima bolletta. Cfr. altresì segnalazione prot. n. 13831 del 23/1/20221 nella quale il segnalante fa presente che avendo tempestivamente eccepito la prescrizione per la bolletta del 05.08.2021 di € 122.948,88 relativa alla fatturazione dei consumi per il periodo dal 19.07.2007 al 02.07.2018 non ha ricevuto alcuna risposta da Abbanoa.

⁵ Cfr. risposta del professionista del 30 giugno 2021, prot. n.55815, alla richiesta informazioni dell'Autorità.

7. In data 17 e 21 dicembre 2021 Abbanoa ha inviato le informazioni richieste nell'ambito della comunicazione di avvio del procedimento⁶.

8. In data 25 novembre 2021 e 30 marzo 2022, Abbanoa ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti agli atti del fascicolo.

9. In data 24 marzo 2022 è stata comunicata al Professionista la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. A seguito dell'istanza del professionista di proroga del termine per la presentazione di memorie conclusive, presentata in data 30 marzo 2022, è stata disposta la proroga del termine di chiusura istruttoria.

11. In data 29 aprile 2022 è pervenuta la memoria conclusiva di Abbanoa⁷.

ii) La disciplina della prescrizione biennale nel settore idrico

12. La Legge n. 205 del 27 dicembre 2017 (c.d. *Legge di Bilancio 2018*), all'art. 1, commi 4 e ss., ha introdotto un nuovo regime prescrizione biennale per i crediti vantati dagli operatori nei settori delle *utilities*, ivi compreso quello dei servizi idrici: in particolare, è stato previsto il diritto dei consumatori-utenti, sia domestici che professionisti e microimprese, di eccepire la prescrizione degli importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni addietro, indicati nelle fatture emesse a partire dal 1° gennaio 2020, laddove il ritardo nella fatturazione non fosse dovuto ad *“accertata responsabilità dell'utente”*⁸.

13. Il medesimo art. 1 ha attribuito al Regolatore di settore – ad oggi, ARERA – il compito, tra l'altro, di definire sia *“le misure in materia di tempistiche di fatturazione tra gli operatori della filiera necessarie all'attuazione di quanto previsto al primo e al secondo periodo”* (comma 4), sia *“le misure a tutela dei consumatori determinando le forme attraverso le quali i distributori garantiscono l'accertamento e l'acquisizione dei dati dei consumi effettivi”*⁹.

14. In attuazione del dettato legislativo, ARERA ha emanato, in relazione al settore idrico, la Delibera n. 547/2019 individuando, nel relativo allegato B, le *“misure di rafforzamento delle tutele degli utenti finali per i casi di fatturazione di importi per il servizio idrico riferiti a consumi risalenti a più di due anni”*. Pertanto, in riferimento *“alle fatture relative al servizio idrico emesse prima del 1° gennaio 2020, con scadenza successiva a tale data, per importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni”* sono stati minuziosamente previsti vari obblighi in capo ai Gestori SII, a partire dalla trasparente comunicazione all'utente finale – distinto ed evidenziato dettaglio in fattura oppure con documento separato – circa gli importi relativi a consumi risalenti a più di due anni nonché con

⁶ Cfr. comunicazioni del 17 dicembre 2021, prot. n. 93843, e del 21 dicembre 2021, prot. n. 94436.

⁷ Cfr. prot. 37728 del 29 aprile 2022.

⁸ Il comma 4 dell'art. 1 della Legge di bilancio 2018, ha previsto che *“nei contratti di fornitura di energia elettrica e gas, il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni, sia nei rapporti tra gli utenti domestici o le microimprese, come definite dalla raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, o i professionisti, come definiti dall'articolo 3, comma 1, lett. c), del codice del consumo, e il venditore, sia nei rapporti tra il distributore e il venditore, sia in quelli con l'operatore del trasporto e con gli altri soggetti della filiera. Nei contratti di fornitura del servizio idrico, relativi alle categorie di cui al primo periodo, il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni”* (grassetto aggiunto). Il successivo comma 5 stabiliva che *“le disposizioni di cui al comma 4 non si applicano qualora la mancata o erronea rilevazione dei dati di consumo derivi da responsabilità accertata dell'utente”*.

⁹ Inoltre, il successivo comma 7 dell'art. 1 ha stabilito che l'ARERA *“può definire, con propria deliberazione, misure atte a incentivare l'autolettura senza oneri a carico dell'utente”*.

riguardo al diritto di eccepire la *prescrizione biennale* mediante compilazione e invio di modulo *ad hoc* in riferimento.

15. Sempre nell'Allegato B alla Delibera n. 547/19, ARERA ha espressamente previsto (all'art. 2.3)¹⁰, che la PB "*decorre dal termine entro il quale il gestore è obbligato a emettere il documento di fatturazione, come individuato dalla regolazione vigente*" ossia una volta trascorsi 45 giorni dalla scadenza dell'ultimo giorno del periodo di riferimento.

16. L'entrata in vigore della disciplina della PB di cui alla *legge di Bilancio 2018*, veniva fissata, per il settore idrico, al 1° gennaio 2020: il legislatore è successivamente intervenuto con l'art. 1, comma 295, della legge 27 dicembre 2019, n. 160 (*Legge di Bilancio 2020*) che, sempre con decorrenza 1° gennaio 2020, ha abrogato il comma 5 dell'art. 1, della legge n. 205/2017 (nel quale si escludeva l'operatività della PB allorché la mancata/erronea rilevazione dei dati di consumo fosse dipesa da *responsabilità accertata dell'utente*).

17. In esito a tale novella legislativa, ARERA adottava una nuova Delibera (del 26 maggio 2020, n. 186/2020/R/ldr) che, al fine di adeguare la regolazione precedente alla legge di Bilancio 2020, ha provveduto, tra l'altro¹¹, a modificare ed aggiornare gli obblighi informativi in tema di PB, già posti in capo ai Gestori verso l'utenza dalla suddetta Delibera n. 547/19, prevedendo l'inserimento di coerente comunicazione in fattura in merito agli importi correlati a consumi risalenti a più di due anni prima¹².

18. Con la Delibera 186/2020, ARERA ha affermato che, per effetto della novella introdotta dalla legge n. 160/2019 (in vigore dal 1° gennaio 2020), "*la PB prevista dalla Legge di Bilancio 2018 ha per presupposto il mero decorrere del tempo*"; ha inoltre ivi ribadito il carattere vincolato della disciplina contenuta nella norma primaria sulla PB (in riferimento alle leggi di Bilancio 2018 e 2020) ed il contenuto specifico ed immediatamente precettivo per gli operatori di tale disciplina primaria, in vigore, per il settore idrico, dal 1° gennaio 2020.

¹⁰ *il gestore è tenuto ad informare l'utente finale, utilizzando uno o più canali di comunicazione idonei a garantire completezza e trasparenza, della possibilità di eccepire la prescrizione, mediante il seguente avviso testuale: "La fattura [specificare numero fattura] contiene importi per consumi risalenti a più di due anni, che potrebbero non essere pagati qualora la responsabilità del ritardo di fatturazione di tali importi non sia a Lei attribuibile, in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge 205/17). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di non pagare tali importi ai recapiti di seguito riportati [specificare i recapiti]" (Delibera 547/2019 IDR - all. B, art. 3.2).*

¹¹ Con la Delibera 86/2020, ARERA ha apportato modifiche anche all'Allegato A alla Delibera 311/2019/ldr (REMSI), di disciplina della "costituzione in mora", fissando aggiornati obblighi per i Gestori, sempre in coerenza con la novella apportata dalla *Legge di Bilancio 2020*. Nello specifico, in sostituzione del comma 2.bis dell'art. 4 dell'Allegato A alla Delibera 311/2019/ldr, è stato stabilito che "*qualora la costituzione in mora sia relativa ad importi non pagati per consumi risalenti a più di due anni per i quali l'utente finale non abbia eccepito la prescrizione, pur sussistendone i presupposti, il gestore è tenuto ad allegare alla comunicazione di cui al successivo comma 4.5 il seguente avviso testuale: "Gli importi per consumi risalenti a più di due anni possono non essere pagati, in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge 205/17) come modificata dalla Legge di bilancio 2020 (Legge n. 160/19). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di eccepire la prescrizione relativamente a tali importi, ad esempio inoltrando il modulo di eccezione della prescrizione allegato alla fattura [indicare numero fattura], ai recapiti di seguito riportati [indicare i recapiti]"*.

¹² La delibera ARERA n. 186/2020/R/IDR ha imposto ai gestori del servizio idrico l'inserimento, all'interno delle fatture contenenti importi prescrittibili ai sensi della nuova disciplina, la seguente dicitura: "*La presente fattura contiene importi per consumi risalenti a più di due anni, che possono non essere pagati in applicazione della Legge di bilancio 2018 (Legge n. 205/17) come modificata dalla Legge di bilancio 2020 (Legge n. 160/2019). La invitiamo a comunicare tempestivamente la Sua volontà di eccepire la prescrizione relativamente a tali importi, ad esempio inoltrando il modulo compilato allegato alla fattura [indicare numero fattura] ai recapiti di seguito riportati [indicare i recapiti]"*.

19. Da ultimo, in ottemperanza ad alcune pronunce del Giudice Amministrativo¹³, ARERA ha emanato la Delibera del 21 dicembre 2021, n. 610/2021/R/IDR, con cui ha provveduto: a) ad aggiornare la propria regolazione confermando, nelle linee generali, il contenuto precettivo della deliberazione n. 186/2020/R/IDR, ridefinendo gli obblighi informativi per effetto della generalizzazione legislativa del termine di prescrizione biennale; b) a garantire all'utente finale un'adeguata informazione nei casi in cui il gestore ritenga di poter fatturare importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, affermando, in tali casi, la sussistenza di una causa ostativa alla maturazione della prescrizione ai sensi della normativa primaria di riferimento.

20. Nello specifico, con l'obiettivo di rafforzare la tutela degli utenti finali, la suddetta Delibera n. 610/2021 ha disposto, in sostanziale continuità con le delibere precedenti, che: i) nei casi di fatturazione di importi relativi a consumi risalenti a più di due anni suscettibili di essere dichiarati prescritti, il gestore predisponga un avviso testuale standard da allegare in fattura con il quale informare l'utente finale della presenza di tali importi, indicando le modalità per eccepire la prescrizione; ii) nei casi di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, ma per i quali il gestore ritiene sussistere una causa di sospensione della prescrizione, il gestore medesimo comunichi adeguatamente all'utente finale i motivi puntuali della (presunta) mancata maturazione della prescrizione del diritto al pagamento degli importi, ai sensi della disciplina primaria e generale di riferimento, nonché la possibilità di inviare un reclamo scritto relativo alla fatturazione dei suddetti importi.

21. Sempre con Delibera n. 610/2021, ARERA ha inoltre proceduto a riallineare le disposizioni in materia di reclami, procedure di messa in mora e contenuti minimi dei documenti di fatturazione di cui alla precedente regolazione¹⁴.

iii) Le evidenze acquisite

A. Mancato rispetto delle modalità informative: omessa evidenziazione in fattura degli importi prescritti, come previsto dalla nuova disciplina sulla prescrizione biennale

22. Abbanoa ha emesso, a far data dal 1° gennaio 2020, complessivamente circa [10-20 mila]* bollette contenenti importi prescrittibili di cui circa [10-15 mila] nell'anno 2020 e circa [1-5 mila] nel primo quadrimestre 2021¹⁵. Da un documento interno aziendale emerge che, nel periodo 1° gennaio 2020 – 21 febbraio 2020, Abbanoa ha inviato circa [1-5 mila] fatture, con data di emissione antecedente al 31 dicembre 2019 e scadenza di pagamento successiva al 1° gennaio 2020, contenenti importi soggetti al regime di prescrizione biennale, senza specificare l'entità di detti importi.¹⁶

23. Queste fatture, in particolare, pur riportando un'informativa relativa alla circostanza che le stesse includevano consumi soggetti a prescrizione, risultavano prive di qualunque indicazione circa

¹³ Tar Lombardia, I sez., sentt. nn. 1442, 1443 e 1448 in pari data 14 giugno 2021.

¹⁴ In riferimento, rispettivamente, all'Allegato A alla delibera n. 655/2015/R/IDR (RQSII), all'Allegato A alla delibera n. 311/2019/R/IDR (REMSI) nonché all'Allegato A alla delibera 586/2012/R/IDR.

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

¹⁵ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni prot. n. 55815 del 30 giugno 2021.

¹⁶ Cfr. doc. n. 371 indice del fascicolo ispettivo.

l'esatto importo prescritto.¹⁷ Peraltro, nelle medesime fatture era evidenziato in rosso l'importo complessivo dovuto dall'utente, mentre non era presente alcuna indicazione o precisazione in relazione alla prescrizione del medesimo o di parte di esso, non potendo il consumatore individuare quale fosse l'ammontare delle somme realmente dovute.

24. Inoltre, dallo scambio di corrispondenza con la società incaricata di modificare i sistemi informatici di Abbanoa al fine di consentire l'emissione di bollette contenenti l'indicazione esplicita degli importi prescritti, risulta che, nel mese di ottobre 2021, tali modifiche erano ancora in fase di implementazione.¹⁸

25. A conferma di ciò, a titolo di esempio, si richiama il caso di un consumatore che, nel mese di novembre 2020, ha ricevuto una bolletta contenente una richiesta di pagamento relativa a fatture insolte emesse negli anni dal 2007 al 2018, senza alcuna indicazione degli importi soggetti a prescrizione¹⁹. Anche in un altro caso, un consumatore contestava la richiesta di pagamento, ricevuta nel 2021, di importi riferiti a bollette del 2006, 2009, 2014, 2018, senza alcuna evidenza degli importi prescrittibili²⁰.

26. Risulta infine che, successivamente al 1° gennaio 2020, la società ha inviato circa [1-2 milioni]²¹ di solleciti di pagamento anch'essi privi di qualsiasi indicazione circa il fatto che gli stessi riguardavano bollette inclusive di importi – imprecisati - soggetti a prescrizione. A titolo di esempio, si riporta l'immagine di un sollecito bonario inviato nel mese di dicembre 2020 ad un consumatore²².

Oggetto: Contenimento della morosità nell'Ambito territoriale unico della Sardegna. Sollecito bonario di pagamento Servizio Idrico Integrato - (art. 3. Delibera ARERA n. 311/2019 - REMSII)

Gentile Cliente,
comunichiamo che risultano scadute le bollette di cui forniamo a seguire il dettaglio nella tabella in calce alla presente, per un importo totale da pagare di € 506,79.

..a invitiamo pertanto al pagamento delle somme riportate nella suddetta tabella entro il termine di **15 gg** dal ricevimento della presente.

Previsioni regolatorie sui termini

Al sensi della Delibera ARERA 311/2019 il presente sollecito bonario è emesso trascorsi almeno 10 giorni solari dalla scadenza della bolletta; in costanza di mora Abbanoa potrà avviare la procedura di costituzione in mora, decorsi almeno 25 gg solari dalla scadenza della bolletta non pagata e comunque non prima del termine previsto per il pagamento del presente sollecito bonario; la data di avvio della costituzione in mora è indicata per ciascun documento nella tabella che segue ed è determinata a partire dal primo giorno successivo a quello di scadenza della fattura non pagata con scadenza più recente, considerati i tempi stima di recapito e il tempo (15 gg) per il pagamento.

Al perdurare della morosità e al verificarsi delle condizioni previste, potrà essere eseguita trascorsi 40 giorni solari dal ricevimento del presente sollecito bonario la sospensione e disattivazione della fornitura (previa limitazione del flusso tale da garantire il quantitativo essenziale di acqua per sole utenze aventi categoria tariffaria "domestico residenti" e salva sospensione/disattivazione al permanere

¹⁷ Cfr. documenti da n. 272 a n. 281 indice del fascicolo ispettivo.

¹⁸ Cfr. doc. n. 466 indice del fascicolo ispettivo.

¹⁹ Cfr. segnalazione 9 agosto 2021, prot. n. 65147 e successiva integrazione del 18 ottobre 2021, prot. n. 79171.

²⁰ Cfr. segnalazione 7 settembre 2021, prot. n. 69692 (fatt. n. 200612050222 del 26/07/2006 di importo pari a € 22,85; fatt. n. 200922208857 del 20/08/2009 di importo pari a € 17,39; fatt. n. 201423157517 del 04/11/2014 di importo pari a € 20,90; fatt. n. 20181935806 del 19/12/2018 di importo pari a € 9.819,17).

²¹ Cfr. doc. n. 347 indice fascicolo ispettivo.

²² Cfr. a titolo di esempio doc. nn. 361, 362 e 363 indice fascicolo ispettivo.

27. Risulta, poi, che Abbanoa ha inviato a un altro consumatore un sollecito bonario, nel mese di giugno 2021, relativo ad importi non pagati financo più di 10 anni addietro, come dimostra l'immagine, qui di seguito riportata, estratta dalla comunicazione di sollecito inviata al consumatore stesso²³.

Data Emissione	Fattura n.	Importo Totale	Importo Residuo	Data Scadenza
04/05/2010	20103484518	23,45	23,45	23/08/2010
03/03/2014	2014201403465	58,36	58,36	07/07/2014
06/10/2014	2014402443718	55,39	55,39	19/05/2015
27/01/2015	2015150211731	32,74	32,74	03/04/2015
31/07/2015	201522126896	28,72	28,72	05/10/2015
21/10/2015	201522176524	13,41	13,41	26/11/2015
28/04/2016	2016500264175	62,17	62,17	15/06/2016
30/06/2016	2016570227804	20,18	20,18	16/08/2016
15/11/2016	2016570352814	26,17	26,17	02/01/2017
28/04/2017	2017570050263	21,60	21,60	13/06/2017
30/06/2017	2017510173482	21,85	21,85	18/08/2017
15/11/2017	2017570303769	27,04	27,04	02/01/2018

28. Ad un altro consumatore Abbanoa ha inviato, nel mese di novembre 2021, un sollecito di pagamento per una fattura mai pervenuta a quest'ultimo, relativa al periodo 2013-2016²⁴.

B) Richiesta di pagamento di interessi moratori in relazione a fatture che, seppure in ritardo, sono state pagate negli anni di gran lunga precedenti all'ultimo biennio

29. Dalle risultanze istruttorie è emerso che, dal mese di marzo 2021, la società ha iniziato ad applicare retroattivamente gli interessi di mora agli utenti che avevano pagato in ritardo le bollette scadute molti anni prima (ad esempio, con riferimento a bollette emesse nel 2010 e pagate con ritardo nel 2017). Tale circostanza risulta confermata da una mail interna datata 25 maggio 2021²⁵, nella quale si legge testualmente: "Come noto già dal mese di marzo stiamo fatturando gli interessi di mora sui documenti migrati applicando le regole condivise previste nell'AT in allegato".

30. In particolare, da uno scambio di mail interne²⁶ emerge il perimetro di fatturazione degli interessi di mora come ricostruito da Abbanoa (nell'ambito dell'allegato sopra citato):

Perimetro fatturazione interessi di mora

- *quando è possibile fatturare l'interesse di mora?*

A. *Il Cliente paga la bolletta entro i 5 o 2 anni dalla scadenza*

B. *Il Cliente paga la bolletta oltre i 5 o 2 anni dalla scadenza ma sono presenti azioni di recupero del credito* con data dell'esito positivo di postalizzazione entro 5 o 2 anni dalla data di pagamento;*

- *Quando NON è possibile fatturare l'interesse di mora?*

C. *Il Cliente paga la bolletta oltre i 5 o 2 anni dalla scadenza e non sono presenti azioni di recupero del credito * ovvero le azioni di recupero del credito hanno esito negativo di postalizzazione ovvero hanno esito positivo oltre i 5 o 2 anni dalla data di pagamento;*

D. *Il Cliente paga la bolletta entro i 5 o 2 anni dalla scadenza MA Abbanoa non emette entro i 5 o 2 anni dal pagamento la fattura di addebito degli interessi.*

²³ Cfr. doc. n. 374 indice fascicolo ispettivo.

²⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 86684 del 18/11/2021.

²⁵ Cfr. doc. n. 354 indice del fascicolo ispettivo.

²⁶ Cfr. doc. n. 353 indice del fascicolo ispettivo.

Tabella di sintesi dei casi sopra indicati:

Caso	Descrizione	Esiti positivi di azioni di recupero del credito* della bolletta origine** entro 5 o 2 anni dalla data di pagamento	Regola: Addebito interessi di mora
A	Pagamento bolletta entro i 5 o 2 anni dalla scadenza	Non rilevante	SI
B	Pagamento bolletta oltre i 5 o 2 anni dalla scadenza	SI	SI
C	Pagamento bolletta oltre i 5 o 2 anni dalla scadenza	NO	NO
D	Pagamento bolletta entro 5 o 2 anni e mancato addebito degli interessi entro i 5 o 2 anni	Non rilevante	NO

*Azioni di recupero del credito:

- nello stato di morosità storico del documento

1. Sollecito Bonario (B2)
2. Costituzione in mora (C2)
3. Sollecito 1 (E2)
4. Sollecito 2 (E4)
5. Ingiunzione fiscale (I2 o I4)
6. Nota interruttiva di prescrizione (EP)
7. Esecuzione (ES)

**Bolletta origine: bolletta pagata in ritardo che ha generato o genererà l'interesse di mora nella prima fattura utile

Quesito 2: superato da riscontro al quesito 1, dato che deve essere considerata la data di pagamento rispetto alla data di scadenza della bolletta o dell'esito positivo dell'azione di recupero.

Quesito 3: poiché le azioni di recupero sono impostate da vincolo Net@ sulle rate e lo stato corretto di morosità da prendere in considerazione è quello della rata (e non del documento), coerentemente l'informazione va letta sulla rata.

31. Abbanoa in questo modo ha delineato un ambito di applicazione della richiesta di interessi moratori senza tenere conto dell'avvenuta modifica normativa in ordine al termine di prescrizione biennale vigente chiedendo, in sostanza, il pagamento degli interessi di mora relativamente a periodi coperti dalla prescrizione biennale.

32. Abbanoa, peraltro, ha richiesto gli interessi moratori senza precisare adeguatamente, né fornire immediata evidenza della loro presenza in fattura. Infatti, come appare dall'immagine qui di seguito riportata, estratta da una bolletta, gli interessi sono stati addebitati sotto la voce genericamente denominata "addebiti/accrediti diversi".

€		Quadro di Sintesi	
	Descrizione		Importo
	Quota fissa		€ 7,53
	Acquedotto		€ 34,34
	Fognatura		€ 10,14
	Depurazione		€ 25,16
	Oneri perequazione		€ 2,46
	Addebiti/accrediti diversi		€ 300,97
	IVA 10% su imponibile di € 79,60		€ 7,96
	IVA E15 su imponibile di € 299,00		€ 0,00
	IVA EB su imponibile di € 2,00		€ 0,00
	Totale Servizio Idrico		€ 388,56
	Totale da Pagare		€ 388,56

33. Solo nell'ultima pagina della bolletta viene riportato il dettaglio dell'importo individuato dalla voce "addebiti/accrediti diversi" e da tale dettaglio risulta che, con una fattura del mese di giugno 2021, sono stati addebitati gli interessi moratori per una bolletta del 2010 pagata nel 2011 e così di seguito per gli anni successivi, come si vede nell'immagine qui di seguito riportata²⁷.

Addebiti/accrediti diversi		
Addebiti/accrediti diversi		
Arrotondamento quadratura stampa		-0,03
INTERESSI DI MORA		
08/12/2010 - 12/04/2011	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,50% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 10,64	
13/04/2011 - 12/07/2011	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,75% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 8,11	
13/07/2011 - 06/11/2011	Mora su fattura 2010-01280282 del 5,00% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 11,17	
09/11/2011 - 13/12/2011	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,75% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 3,12	
14/12/2011 - 10/07/2012	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,50% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 17,73	
11/07/2012 - 07/05/2013	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,25% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 24,01	
08/05/2013 - 12/11/2013	Mora su fattura 2010-01280282 del 4,00% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 14,19	
13/11/2013 - 10/06/2014	Mora su fattura 2010-01280282 del 3,75% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 14,78	
11/06/2014 - 09/09/2014	Mora su fattura 2010-01280282 del 3,65% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 6,23	
10/09/2014 - 05/11/2014	Mora su fattura 2010-01280282 del 3,55% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 3,80	
06/11/2014 - 10/03/2016	Mora su fattura 2010-01280282 del 5,05% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 46,53	
11/03/2016 - 19/01/2018	Mora su fattura 2010-01280282 del 5,00% su imponibile di € 684,94 per un importo di € 63,80	
03/11/2015 - 17/11/2015	Mora su fattura 2015-01343750 del 3,55% su imponibile di € 421,62 per un importo di € 0,63	
18/11/2015 - 10/03/2016	Mora su fattura 2015-01343750 del 5,05% su imponibile di € 421,62 per un importo di € 6,66	
02/12/2015 - 17/12/2015	Mora su fattura 2015-01343750 del 3,55% su imponibile di € 140,54 per un importo di € 0,21	
18/12/2015 - 10/02/2016	Mora su fattura 2015-01343750 del 5,05% su imponibile di € 140,54 per un importo di € 1,63	
01/02/2016 - 16/02/2016	Mora su fattura 2015-01343750 del 3,55% su imponibile di € 89,80 per un importo di € 0,13	
17/02/2016 - 10/03/2016	Mora su fattura 2015-01343750 del 5,05% su imponibile di € 89,80 per un importo di € 0,29	
11/03/2016 - 19/01/2018	Mora su fattura 2015-01343750 del 5,00% su imponibile di € 651,96 per un importo di € 60,72	
16/06/2016 - 30/06/2016	Mora su fattura 2016-01050592 del 3,50% su imponibile di € 25,98 per un importo di € 0,04	
01/07/2016 - 19/01/2018	Mora su fattura 2016-01050592 del 5,00% su imponibile di € 25,98 per un importo di € 2,02	
31/10/2016 - 15/11/2016	Mora su fattura 2016-01050592 del 3,50% su imponibile di € 26,00 per un importo di € 0,04	
16/11/2016 - 19/01/2018	Mora su fattura 2016-01050592 del 5,00% su imponibile di € 26,00 per un importo di € 1,53	
28/04/2017 - 13/05/2017	Mora su fattura 2016-01050592 del 3,50% su imponibile di € 26,00 per un importo di € 0,04	
14/05/2017 - 19/01/2018	Mora su fattura 2016-01050592 del 5,00% su imponibile di € 26,00 per un importo di € 0,89	
31/10/2017 - 15/11/2017	Mora su fattura 2016-01050592 del 3,50% su imponibile di € 5,15 per un importo di € 0,01	
16/11/2017 - 19/01/2018	Mora su fattura 2016-01050592 del 5,00% su imponibile di € 5,15 per un importo di € 0,05	
	BOLLO DI QUIETANZA	
	Bollo di quietanza	2,00
	Totale Addebiti/accrediti diversi	300,97

34. Peraltro, la Società richiede il pagamento degli interessi moratori anche oltre il periodo di 5 anni -termine previsto dall'art. 2948 c.c.- come risulta dalle denunce dei consumatori. Infatti, come si evince dall'estratto (di seguito riportato) di una fattura non pagata, di importo pari a 27,89 euro, emessa da Abbanoa nel 2014²⁸, quest'ultima, in data 3 dicembre 2021 addebitava dopo sette anni,

²⁷ Cfr., fra le tante, bolletta n. 0100020210099091100 del 04/06/2021, allegata alla segnalazione del 23 settembre 2021 prot. 73238.

²⁸ Cfr. fattura nr.0100020210215715000.

interessi di mora complessivi pari a 17,20 euro, comprensivi delle “spese di sollecito” (sollecito a detta del consumatore mai ricevuto, né per raccomandata né via mail).

Estratto della fattura emessa da Abbanoa il 3 dicembre 2021.

“Addebiti/accrediti diversi Addebiti/accrediti diversi Spese sollecito - ACQUISIZIONE ESITI LOTTO 52150/10316 4,08 22 Spese sollecito - ACQUISIZIONE ESITI LOTTO 52179/20214 4,08 22 INTERESSI DI MORA 20/05/2015 - 03/06/2015 • Mora su fattura 2014-00996689 del 3,55% su imponibile di € 27,89 per un importo di € 0,04 04/06/2015 - 10/03/2016 • Mora su fattura 2014-00996689 del 5,05% su imponibile di € 27,89 per un importo di € 1,08 11/03/2016 - 31/12/2019 • Mora su fattura 2014-00996689 del 5,00% su imponibile di € 27,89 per un importo di € 5,32 01/01/2020 - 09/11/2021 • Mora su fattura 2014-00996689 del 5,00% su imponibile di € 27,89 per un importo di € 2,60 Totale Addebiti/accrediti diversi 17,20”.²⁹

35. Un altro consumatore, poi, ha contestato ad Abbanoa l’applicazione di interessi moratori riferiti al periodo 07/08/2012 - 04/08/2018, per i quali sarebbe intervenuta la prescrizione, posto che il primo atto interruttivo della prescrizione sarebbe stato inviato ben oltre il termine prescrizionale, in quanto notificato al consumatore il 17/11/2021 con il sollecito numero 052183/014453 del 12/10/2021.

36. Abbanoa risulta aver respinto le relative istanze di prescrizione, in quanto a detta del professionista gli interessi moratori non sarebbero soggetti a prescrizione. A titolo di esempio, si cita – uno per tutti - il caso di un consumatore che aveva presentato un’istanza di riconoscimento della prescrizione relativa a una bolletta contenente l’addebito degli interessi moratori e la Società rigettava l’istanza sulla base della motivazione “*interessi moratori non soggetti a prescrizione*”³⁰, come si evince anche dall’immagine qui di seguito riportata, estrapolata da una lettera di risposta inviata da Abbanoa ad un consumatore.

Anno	Numero	Importo	Data emissione	Precedente numero fattura	Acconto/ Saldo*	Motivazione di non accoglimento
2020	2247652	€ 291,74	19.12.2020	2247652	P	-gli interessi di mora non sono soggetti a prescrizione

*A= Acconto, S= Saldo; P= Partite

C) Rigo, ritardato e/o mancato riscontro alle istanze di riconoscimento della prescrizione presentate dai consumatori

37. La documentazione ispettiva fornisce un’importante evidenza quantitativa in ordine al numero dei reclami afferenti alla prescrizione ricevuti dal Professionista. Su circa [2-3 mila] reclami dei consumatori inviati ad Abbanoa nel periodo 2018 – 2021, circa la metà [omissis] degli stessi riguarda il rigo delle istanze di prescrizione breve³¹. Solo nell’arco temporale 5-10 febbraio 2021, Abbanoa ha ricevuto [200-300] reclami aventi ad oggetto il rigo delle istanze di prescrizione. Si tratta di un numero di reclami significativo posto che, in una mail interna, la stessa Società riconosceva che “*ne abbiamo tantissimi*”³². Complessivamente, nell’arco temporale 2020 - 2021, la

²⁹ Cfr. segnalazione prot. n. 95744 del 27/12/2021.

³⁰ Cfr. a titolo di esempio doc. nn. 15 e 28 indice del fascicolo ispettivo.

³¹ Cfr. doc. n. 462 indice del fascicolo ispettivo.

³² Cfr. doc. n. 6 indice del fascicolo ispettivo.

Società ha ricevuto [20-25 mila] istanze di prescrizione riferite sia al periodo quinquennale che biennale.³³

38. Dalla documentazione agli atti del fascicolo risulta che Abbanoa non rispondeva tempestivamente alle istanze per il riconoscimento della prescrizione mentre inviava solleciti di pagamento anche a fronte del ricevimento delle predette istanze, a titolo di atti interruttivi della prescrizione per bollette emesse molti anni prima³⁴.

39. A conferma di tale condotta dilatoria, rilevano i numerosi solleciti, agli atti del fascicolo, che anche l'Ente di Governo dell'Ambito Sardegna (EAS) ha inviato al Professionista al fine di invitarlo a fornire una risposta ai reclami presentati dai consumatori.³⁵

40. Da alcuni documenti interni risulta, inoltre, confermato un grave ritardo da parte della società nella gestione dei reclami in tema di prescrizione. In particolare, risulta che Abbanoa aveva un volume arretrato di [20-25 mila] reclami, che era stato affidato nel 2020 ad una ditta esterna con risultati poco soddisfacenti (21% di risposte fornite con un ritardo di oltre 100 giorni, 35% di riscontri resi dopo ulteriori tre mesi)³⁶.

41. In merito alle modalità di gestione delle istanze di prescrizione adottate dal Professionista, risulta emblematico il caso di un consumatore che il 21 giugno 2021 ha ricevuto una bolletta in acconto, di importo pari a circa 1.100 euro, relativa ai consumi registrati negli anni 2016 – 2021. Il 5 luglio 2021, il consumatore presentava istanza di riconoscimento della prescrizione in applicazione della *Legge di Bilancio 2018*, in quanto la bolletta conteneva consumi risalenti a più di due anni.

42. Nel mese di settembre 2021, senza aver ricevuto alcun riscontro da Abbanoa in merito all'istanza presentata, il consumatore riceveva un sollecito di pagamento quale atto interruttivo della prescrizione per la medesima bolletta.

43. Nel successivo mese di ottobre il segnalante inviava al Professionista un'ulteriore istanza di riconoscimento della prescrizione contestando, altresì, l'invio del sollecito di pagamento, in quanto era ancora in attesa di risposta all'eccezione di prescrizione e di ricalcolo della bolletta formulata in precedenza.

44. Nel mese di novembre 2021, il consumatore riceveva una bolletta di conguaglio relativa agli stessi anni (2016 – 2021), unitamente all'informativa circa la presenza nella stessa di importi prescritti, ma senza indicazione del relativo ammontare; nella stessa bolletta, inoltre, era indicato che il consumatore risultava moroso, in quanto la bolletta di giugno 2021 non era stata pagata, motivo per cui gli veniva addebitato anche un onere di 4,08 euro per l'invio del sollecito di pagamento.

³³ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni del 17 dicembre 2021 prot. n. 93843.

³⁴ Cfr. segnalazione del 9 agosto 2021 prot. n. 65147 con la quale un consumatore ha contestato l'invio di solleciti di pagamento nel corso del 2020 per bollette relative agli anni 2008 – 2013. Cfr. altresì la segnalazione di un consumatore del 16 settembre 2021, prot. n. 71749 il quale, a seguito di un sollecito di pagamento per bollette già prescritte (bolletta del 2006 solleciti di pagamento del 2021), avrebbe immediatamente eccepito la prescrizione quinquennale degli importi ivi contenuti, ma Abbanoa, senza fornire alcun riscontro al reclamo, in data 3 settembre 2021 gli avrebbe inviato un secondo sollecito di pagamento e un atto interruttivo della prescrizione, sempre per la medesima bolletta.

³⁵ A titolo di esempio cfr. note prot. 46085 e 46088 del 18 maggio 2021; ancora note prot. n. 54587, 54592 e 54607 del 21 giugno 2021; note 74437, 74438, 74439 del 29 settembre 2021; da ultimo note prot. n. 16283, 16285, 16286, 16288, 16289 del 31 gennaio 2022.

³⁶ Cfr. doc n. 204 indice del fascicolo ispettivo.

45. Con nota del mese di gennaio 2022, il consumatore contestava anche quest'ultima bolletta richiedendo il riconoscimento della prescrizione degli importi fatturati nel corso dell'intero periodo 2016 – 2021, richiesti sia nella bolletta in acconto che in quella di conguaglio. Contestava inoltre l'addebito non dovuto di euro 4,08 + IVA al 22%, relativo al sollecito della fattura del 21 giugno 2021, per la quale era stato tempestivamente richiesto, nei tempi previsti dalla normativa, il relativo ricalcolo, in quanto la stessa conteneva importi per consumi risalenti a più di due anni. Inoltre, il consumatore comunicava ad Abbanoa che, in attesa delle fatture opportunamente rettificata con lo stralcio degli importi non dovuti, aveva sospeso il pagamento delle due fatture e aveva effettuato un pagamento di euro 1.000 in acconto su quanto dovuto, tramite apposito bonifico bancario, sollecitando nuovamente l'aggiornamento delle fatture con gli importi effettivamente dovuti.

46. Da ultimo, il segnalante faceva presente che, alla data del 15 febbraio 2022, tutte le note di contestazione e di richiesta di ricalcolo trasmesse dallo stesso ad Abbanoa risultavano prive di riscontro da parte della Società³⁷ e ancora, con nota del 12 maggio 2022, il medesimo segnalante ribadiva l'assenza di risposta da parte di Abbanoa all'istanza di eccezione della prescrizione presentata il 5 luglio 2021³⁸.

47. Dalle evidenze agli atti risulta, altresì, che Abbanoa ha rigettato numerose istanze di riconoscimento della prescrizione con motivazioni inconferenti e non fondate. È il caso di un consumatore che, avendo ricevuto una bolletta nel mese di aprile 2020 relativa a consumi risalenti all'arco temporale febbraio 2016 - aprile 2020, pari a 952 euro, eccepiva nel mese di luglio 2020 la prescrizione degli importi relativi ai consumi risalenti al biennio 2016 – 2018.

La società in un altro caso ha rigettato l'istanza sulla base della seguente motivazione: *“in riscontro alla richiesta in oggetto presentata per eccepire l'intervenuta prescrizione dei consumi relativi al periodo dal 27/02/2016 al 20/04/2020, fatturati con documento contabile in acconto n. 732975 del 29/04/2020 di € 952,28, comunichiamo quanto segue. La richiesta di riduzione dell'importo addebitato non può essere accolta in quanto per il periodo prescritto, dal 27/02/2016 a 04/11/2018, è stata emessa la bolletta n. 2020/1668363 del 09/10/2020 di importo pari a zero, in modalità a saldo e riferita ai consumi per il periodo 27/02/2016 al 19/09/2020 nella quale i volumi fatturati risultano inferiori a quelli addebitati in acconto. Di conseguenza l'importo dovuto di detta bolletta è pari a €952,28. Alla data odierna, per l'utenza a cui si riferiscono i documenti contestati, risulta un debito di €952,28”*³⁹.

48. Inoltre, risulta che la società ha rigettato tutte le istanze di eccezione della prescrizione nel caso in cui risultava l'avvenuto pagamento della relativa fattura⁴⁰.

49. Su questo specifico punto rilevano le 50 istanze - tutte rigettate - ricevute da Abbanoa nel periodo aprile 2020 – ottobre 2021, adducendo come motivazione l'avvenuto pagamento della bolletta, anche quando la risposta al reclamo era intervenuta dopo più di un anno dalla presentazione dell'istanza del consumatore. In altri casi, poi, la società ha rigettato l'istanza di riconoscimento della prescrizione utilizzando come motivazione il pagamento parziale della bolletta, che veniva imputato ai consumi risalenti al periodo prescritto anziché a quelli del periodo non coperto dalla

³⁷ Cfr. segnalazione prot. n. 15667 del 27/11/2022 e documenti trasmessi il 15/2/2022 prot. n. 19969.

³⁸ Cfr. informazioni integrative pervenute in data 12/5/2022, prot. n. 40612.

³⁹ Cfr. doc. n. 12 indice del fascicolo ispettivo.

⁴⁰ Cfr. a titolo di esempio doc. nn. 13 e 14 indice del fascicolo ispettivo.

prescrizione, quando pertanto il consumatore aveva manifestato la chiara volontà di esercitare il proprio diritto di eccepire i crediti prescritti presentando un'istanza di prescrizione⁴¹.

50. La Società, nel mese di ottobre 2021, ha predisposto i *format* delle motivazioni di rigetto delle istanze di prescrizione. Tra queste sono previsti i casi delle utenze "fuori ruolo" o utenze "abusive", che rientrano nella categoria di "*tardiva regolarizzazione*" ai quali la società applica la prescrizione decennale⁴².

51. In particolare, le motivazioni di non accoglimento delle istanze consistono nelle seguenti causali:

- *storni per prescrizione già registrati;*
- *fattura pagata in data XX.XX.XXXX;*
- *notifica di atto interruttivo della prescrizione in data XX.XX.XXXX ;*
- *regolarizzazione tardiva, per tale ragione soggetta a prescrizione decennale il cui termine decorre dalla (data della ricezione fattura/notifica atto interruttivo/ ecc.) XX.XX.XXXX.*

52. La circolare interna riguardante "*La procedura per la Gestione della richiesta di rettifica fatturazione del Cliente e dell'eccezione di prescrizione*"⁴³ stabilisce le regole per l'applicazione della prescrizione. In particolare, detta procedura individua le unità aziendali che gestiscono le istanze, le condizioni di ricevibilità delle stesse e i termini entro i quali rispondere. Con specifico riferimento alla prescrizione breve, la citata procedura individua le tipologie di utenze alle quali si applica la prescrizione breve, i casi di accoglimento delle istanze e i casi rigetto delle stesse. Inoltre, la procedura prevede che, qualora la fattura non sia stata emessa nei termini previsti dalla normativa di riferimento, è necessario verificare se la mancata emissione nei tempi previsti dalla normativa sia imputabile o meno a negligenza del Cliente. Al riguardo, secondo la Società, le principali motivazioni di tardiva fatturazione che rientrano nella responsabilità del Cliente sono le seguenti:

- *tardiva regolarizzazione della posizione contrattuale (es: a seguito di allaccio abusivo);*
- *impossibilità di rilevare la lettura causa contatore interno e inaccessibile;*
- *incompleta indicazione dei dati fiscali per l'emissione della fattura elettronica etc...*

53. Le medesime regole sono contenute altresì nelle Linee Guida interne della Società - ancora valide al mese di ottobre 2021 - in cui si prevedeva che "*Il termine di prescrizione non decorre se il ritardo nella fatturazione e/o nella riscossione è imputabile ad un comportamento commissivo e/o omissivo del Cliente che non consente al Gestore del SII di far valere il proprio diritto ed il termine di prescrizione è sospeso per il tempo in cui il suddetto comportamento colpevole del Cliente permane. Sono comportamenti imputabili a colpa del Cliente: la tardiva regolarizzazione della posizione contrattuale, l'impossibilità di rilevare la lettura per impedimento dovuto al Cliente che non consente di accedere al contatore, la mancata o erronea indicazione dei dati fiscali ai fini dell'emissione della fattura elettronica etc...(enfasi aggiunta) Con riferimento a quest'ultima fattispecie la stessa è applicabile a decorrere dall'anno in cui la fatturazione elettronica è divenuta obbligatoria, accertato che la Società abbia effettuato le attività necessarie per acquisire il codice fiscale (pratiche relative ai "dati fiscali non bonificati" tracciate a sistema con attività CRM A300V e A911) o che, comunque, la sua mancanza non sia imputabile alla Società; in tal caso la*

⁴¹ Cfr. documenti allegati alla nota prot. n. 94436 del 21/12/21.

⁴² Cfr. doc. n. 465 indice del fascicolo ispettivo.

⁴³ Cfr. doc. n. 369 Indice fascicolo ispettivo.

prescrizione inizierà a decorrere dalla data in cui è possibile far valere il diritto (ad esempio dal momento in cui l'utenza stessa viene censita, ovvero, dalla scoperta della sua esistenza.)"

54. Sempre dalle medesime Linee Guida sopra citate emerge che l'istanza di eccezione di prescrizione deve essere *chiusa per non accoglimento* se:

1. *l'istanza risulta evasa in precedenza, per cui sono presenti storni per prescrizione già registrati sulla medesima fattura e non siano presenti nella stessa ulteriori importi prescritti;*
2. *la fattura è stata totalmente pagata senza alcuna riserva in data antecedente la data di presentazione dell'istanza;*
3. *la fattura è oggetto di un piano di rientro in corso, ovvero, di un piano di rientro inevaso e/o decaduto sempre che non siano decorsi ulteriori termini di prescrizione sulle fatture oggetto di lavorazione;*
4. *risultano atti interruttivi della prescrizione connessi alle azioni di recupero credito (sollecito, diffida, ingiunzioni fiscali, azioni giudiziali) con esito positivo di notifica (ricevuto, compiuta, giacenza, rifiutato) entro il quinquennio o il biennio dalla data di emissione della fattura sempre che non siano decorsi ulteriori termini di prescrizione sulle fatture oggetto di lavorazione. Secondo la società risultano eseguiti più atti interruttivi della prescrizione connessi alle azioni di recupero del credito con esito positivo di notifica entro un intervallo di tempo inferiore a cinque anni o a due anni sempre che non siano decorsi ulteriori termini di prescrizione sulle fatture oggetto di lavorazione.*

55. Inoltre, Abbanoa esclude l'applicazione della prescrizione biennale per le seguenti utenze: "Servizi oggetto di regolarizzazione tardiva del contratto dipendenti da mancate comunicazioni del Cliente".

56. Con riferimento alle bollette contenenti i conguagli regolatori, Abbanoa, in tema di prescrizione biennale, ha individuato il relativo termine di decorrenza dalla data di prima fatturazione successiva a quella di emanazione del provvedimento che ha definito i conguagli regolatori, termine che, pertanto, potrebbe andare ben oltre i due anni dal momento del consumo. In proposito, si vedano le seguenti istruzioni operative:⁴⁴

Per i corrispettivi, non connessi al consumo ed alle regolari periodicità di fatturazione, i termini prescrizionali decorrono dalla data in cui il diritto può essere fatto valere secondo le regole generali in tema di prescrizione (art. 2935 c.c.), ossia, dalla data in cui le modifiche di prezzo ed i conguagli possono essere legittimamente fatturati, e precisamente: in relazione ai conguagli regolatori e TICSI deve farsi riferimento alla data del termine della prima fatturazione regolamentare successiva a quella di emanazione del provvedimento che ha previsto detti conguagli. Nel caso del Conguaglio TICSI la data di emanazione del provvedimento è quello della Deliberazione EGAS n. 28 del 14.10.2019, **pertanto la prescrizione decorre da 45 giorni dopo la conclusione del periodo per l'emissione della fattura regolamentare, ad esempio: dal 14/11 per le fatturazioni trimestrali, dal 15/12 per le fatturazioni bimestrali, dal 14/02 per le fatturazioni quadrimestrali e semestrali.**

57. Da uno scambio di *mail* emerge che Abbanoa intendeva escludere dal novero delle bollette soggette a prescrizione tutte quelle che contenevano importi in acconto, ovvero importi in acconto

⁴⁴ Cfr. mail individuata al doc. n. 306 indice fascicolo ispettivo e documentazione allegata "Linee Guida Analisi e Valutazioni Eccezioni di Prescrizione".

e saldo. Tuttavia, con una successiva mail veniva chiarito che “... è necessario che l'adeguamento funzionale del sw attualmente in sviluppo, nell'operatività, non faccia distinzioni tra fatture in acconto, ovvero, in acconto e saldo, e fatture a saldo in merito agli obblighi di calcolo e segnalazione della prescrizione biennale”⁴⁵.

iv) Le argomentazioni difensive del Professionista

58. Con memorie pervenute in data 17 dicembre 2021 e 29 aprile 2022, il professionista ha preliminarmente richiamato il quadro normativo di riferimento, osservando come la disciplina, a livello regolatorio, avrebbe trovato un assestamento soltanto nel mese di dicembre del 2021, ovvero dopo due anni dall'entrata in vigore della norma che ha introdotto la prescrizione biennale, motivo per cui i gestori del SII si sarebbero trovati in uno stato d'incertezza sulle misure gestionali da adottare ed i conseguenti (e costosi) sviluppi *software* da implementare.

59. In particolare Abbanoa ha affermato che il legislatore, con l'art. 1 della citata Legge 27 dicembre 2017, n. 205 (“Legge di bilancio 2018”) ha dettato una disciplina specifica sulla durata della prescrizione, applicabile alle fatture con scadenza successiva al 1° gennaio 2020, prevedendo:

(i) al comma 4, che “Nei contratti di fornitura del servizio idrico, nei rapporti tra gli utenti domestici o le microimprese il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni”.

(ii) al comma 5, che “Le disposizioni di cui al comma 4 non si applicano qualora la mancata o erronea rilevazione dei dati di consumo derivi da responsabilità accertata dell'utente”;

(iii) al comma 6 che “L'Autorità per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico, ridenominata ai sensi del comma 528, con propria deliberazione, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, definisce misure a tutela dei consumatori determinando le forme attraverso le quali i distributori garantiscono l'accertamento e l'acquisizione dei dati dei consumi effettivi”.

60. In definitiva, il legislatore:

(i) a dicembre 2017 ha previsto che la disciplina della prescrizione breve si sarebbe dovuta attuare anche nel settore del SII;

(ii) ha assegnato ad ARERA il compito di dettare specifiche disposizioni regolatorie entro il mese di marzo 2018;

(iii) ha stabilito che la disciplina della prescrizione breve sarebbe entrata definitivamente a regime nel mese di gennaio 2020.

61. Secondo Abbanoa, questa precisa scansione temporale non sarebbe casuale. Per il settore del SII il legislatore avrebbe tenuto conto della circostanza che fosse necessario concedere ai Gestori un congruo lasso di tempo (individuato, per legge, in 1 anno e 9 mesi) per recepire le indicazioni che ARERA avrebbe dovuto fornire.

62. Abbanoa ha affermato che, a seguito del predetto intervento legislativo, ha atteso che l'ARERA dettasse specifiche disposizioni per potersi tempestivamente attivare al fine di sviluppare di conseguenza il proprio sistema informatico e secondo quanto previsto dal legislatore, il Regolatore avrebbe dovuto fornire le proprie indicazioni entro il mese di marzo 2018, così che Abbanoa si sarebbe potuta adeguare entro il mese di dicembre del 2019, mentre invece la delibera ARERA 547/2019 è intervenuta solo in data 19 dicembre 2019, prevedendo che in caso di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, qualora la responsabilità del ritardo sia

⁴⁵ Cfr. doc. n. 282 indice del fascicolo ispettivo.

attribuibile all'operatore, il gestore è tenuto a dare adeguata evidenza della presenza in fattura di tali importi, avvisando il cliente della possibilità di eccepire la prescrizione.

63. Queste disposizioni in materia di prescrizione nei rapporti tra gestore del SII e utente sono entrate in vigore già dal 1° gennaio 2020, appena 10 giorni dopo la pubblicazione della deliberazione.

64. La Società ha fatto quindi presente che, in tale stato di incertezza regolatoria, non è stata in grado, nel periodo 1° gennaio 2020-30 marzo 2020, di intervenire sui propri sistemi informativi in appena 10 giorni, e per far fronte a tale situazione ha sospeso l'emissione di fatture contenenti importi suscettibili di essere oggetto di eccezione di prescrizione. Successivamente, a partire dal 30 marzo 2020, la Società ha riportato in tutte le fatture, contenenti corrispettivi risalenti a più di due anni, un messaggio iniziale con il quale l'utente è stato informato della presenza di importi prescrittibili e delle modalità per richiedere il riconoscimento della prescrizione attraverso apposito il modulo. Inoltre, la società ha pubblicato, nel sito internet istituzionale, il modulo dedicato all'eccezione di prescrizione aggiornato con la prescrizione biennale.

65. Abbanoa ha osservato poi che, con la deliberazione n. 186/2020/R/Idr, l'ARERA ha ritenuto che, a seguito dell'ultima modifica legislativa, nei rapporti tra gestori del SII e utenti, l'effetto estintivo della prescrizione "*ha per presupposto il mero decorrere del tempo*". La Società, ha dovuto tener conto delle modifiche introdotte, ma da subito, la stessa ha riscontrato non poche difficoltà interpretative rispetto alla regolazione dettata da ARERA, anche in considerazione del fatto che questa disciplina, a detta del professionista stesso, si porrebbe in contrasto con i principi generali in materia di prescrizione dettati dal codice civile.

66. La Società ha evidenziato al riguardo che la medesima delibera dell'ARERA n. 186/2020 è stata annullata dal TAR Lombardia, con le sentenze nn. 1442-1443-1448 del 14 giugno 2021, a causa del mancato avvio di una procedura di consultazione del mercato prima dell'adozione della deliberazione. Secondo Abbanoa, il Giudice amministrativo, attraverso una ricostruzione del quadro normativo e regolatorio di riferimento, avrebbe espressamente escluso che la disciplina sulla prescrizione breve, così come modificata dall'art. 1, comma 5, della l. n. 205 del 2017, abbia precluso agli operatori di recuperare crediti da consumi risalenti a più di due anni anche in caso di accertamento della responsabilità dell'utente, in quanto la stessa ha introdotto una disciplina speciale esclusivamente riferita alla durata del termine di prescrizione, lasciando dunque invariata la disciplina generale dettata al Libro sesto, Titolo V, Capo I, del codice civile.

67. Abbanoa ha osservato che, in tale contesto, ha comunque portato avanti lo sviluppo dei propri sistemi informatici e, pertanto, a far data dal 20 settembre 2021, tutte le fatture che contengono importi prescrittibili, oltre ad essere trasmesse unitamente allo specifico avviso di cui all'art. 3.2 lett a) e dall'informativa di cui all'art. 3.2 lett. d) dell'allegato B alla determinazione 547/2019 (come modificata dalla deliberazione 26 maggio 2020, 186/2020/R/IDR), recano fin dalla prima pagina l'espressa indicazione dell'importo prescrittibile.

68. Abbanoa, ha evidenziato quindi che, pur in assenza di un quadro regolatorio univoco, certo e definito, ha comunque adottato ogni misura possibile per informare i propri clienti della possibilità di eccepire la prescrizione.

69. Nel merito delle contestazioni, Abbanoa ha affermato che le stesse sarebbero infondate considerato che, la Società, al fine di rendere ai consumatori adeguata informativa, ha inizialmente sospeso l'emissione delle fatture fino al 30 marzo 2020, quando ha iniziato ad inserire l'avviso della presenza in fattura di importi prescrittibili. Secondo la Società, nelle fatture erano indicati in maniera

dettagliata tutti i periodi con riferimento ai quali veniva previsto l'addebito di importi, sicché il consumatore, esaminando la fattura, poteva comunque comprendere per quali periodi era possibile eccepire la prescrizione biennale. Secondo il professionista, pertanto, tutte le fatture che sono state emesse da marzo 2020 consentivano agli utenti di conoscere la presenza di importi prescrittibili e di sollevare la relativa eccezione.

70. La Società contesta poi l'elevato numero di fatture che non riportavano l'indicazione dell'importo soggetto a prescrizione, in quanto dette fatture erano state emesse nell'anno 2019 e poi solo consegnate nel primo trimestre dell'anno 2020. Secondo la società si tratterebbe di fatture emesse, pertanto, prima dell'entrata in vigore della disciplina della prescrizione breve e dell'adozione da parte di ARERA della delibera n. 547 del 2019. Si è trattato, dunque, di documenti ai quali non si poteva applicare la disciplina dettata da ARERA con riferimento alla Legge di Bilancio sulla prescrizione breve, destinata ad entrare in vigore solo dal 1° gennaio 2020.

71. Con riferimento alla richiesta di pagamento degli interessi moratori, Abbanoa ha osservato che il Gestore del servizio idrico integrato sarebbe legittimato a richiedere il pagamento degli interessi di mora sia dopo il pagamento della fattura, sia in caso di mancato pagamento delle fatture emesse e scadute. La richiesta degli interessi di mora avviene, di norma, con la prima fattura utile emessa dopo il pagamento da parte dell'utente ma, durante la "migrazione" da un sistema informatico a un altro, per un periodo di tempo queste richieste di pagamento degli interessi moratori sono rimaste in sospeso. Tuttavia, una volta che la migrazione è andata a regime, la Società – a partire dal mese di marzo del 2021 - ha ripreso a chiedere il pagamento degli interessi di mora non ancora riscossi.

72. Inoltre, con riferimento alle fatture rispetto alle quali si applica la disciplina della prescrizione biennale, la Società ha affermato che non richiede il pagamento degli interessi moratori se il pagamento della fattura è intervenuto da oltre due anni senza che siano stati inviati atti interruttivi della prescrizione.

73. Analogamente, con riferimento alle fatture rispetto alle quali si applica la disciplina della prescrizione ordinaria quinquennale, la Società non richiede il pagamento degli interessi moratori se il pagamento della fattura è intervenuto da oltre cinque anni senza che siano stati inviati atti interruttivi della prescrizione.

74. Abbanoa, inoltre, ha fatto presente di applicare la disciplina della prescrizione breve anche al pagamento degli interessi moratori, sebbene secondo la lettura testuale della *Legge di Bilancio 2018* a questi importi non dovrebbe applicarsi la disciplina speciale da quest'ultima introdotta, riferita ai soli corrispettivi dei consumi, ma quella generale dettata codice civile. Abbanoa ha poi sostenuto di escludere automaticamente le richieste di pagamento quando è decorso il termine di prescrizione, senza nemmeno attendere l'eccezione di prescrizione da parte del cliente .

75. Nel dettare questi criteri, la Società ha previsto invece che non potevano ritenersi prescritti quegli importi riferiti ad interessi di mora rispetto ai quali erano state inviate note interruttive della prescrizione o un atto del creditore con il quale si manifesta la volontà di esercitare il proprio diritto. Peraltro, la Società ha osservato che nei casi in cui ha chiesto il pagamento di interessi moratori prescritti, è intervenuta per stornare tali importi.

76. Da ultimo, la Società ha respinto la contestazione in ordine alla circostanza che la stessa respingerebbe gran parte delle istanze con le quali i consumatori hanno eccepito la prescrizione. Secondo la Società dal 2020 al 2021, su 6.038 istanze, circa 5000 sarebbero state accolte e solo poco più di 1000 sarebbero state quelle respinte. La società avrebbe inoltre inviato un elevato numero di

atti interruttivi della prescrizione e tale comportamento sarebbe pienamente legittimo in quanto esercizio di un diritto del creditore e non avrebbe alcuna concreta lesività nei confronti del cliente. Difatti, se la prescrizione era già maturata alla data di presentazione dell'istanza, l'invio della nota da parte della Società non ha alcun valore interruttivo e non impedisce all'utente di poter beneficiare della prescrizione.

77. Da ultimo, la società ha fatto presente di aver adottato alcune misure volte a rimuovere i profili di scorrettezza oggetto del procedimento. In particolare, Abbanoa ha riconosciuto la possibilità a tutti gli utenti, che avevano ricevute bollette contenenti importi prescrittibile nel periodo gennaio 2020 – settembre 2021 di poter sollevare nuovamente l'eccezione di prescrizione, anche rispetto ad importi che hanno provveduto a pagare, ed in caso di accoglimento delle eccezioni di prescrizione la Società provvederà alle conseguenti restituzioni. Abbanoa, inoltre, ha deciso di inserire nei solleciti bonari, propedeutici all'avvio della riscossione coattiva dei crediti recati in fattura, gli importi suscettibili di essere oggetto di un'eccezione di prescrizione. Con riferimento all'applicazione di interessi moratori la società ha evidenziato di aver implementato uno sviluppo del *software* che inibisce il calcolo degli interessi moratori per tutti i documenti per i quali è decorso il termine di prescrizione e rispetto ai quali non si ha evidenza di atti interruttivi della prescrizione, anche nel caso in cui ciò dipenda da cause imputabili al Cliente stesso. Abbanoa poi per far fronte ai ritardi nella gestione delle istanze ha previsto un rafforzamento dell'organico deputato alla gestione dei reclami e delle istanze di riconoscimento della prescrizione; ha ulteriormente affinato il contenuto del testo della nota interruttiva della prescrizione che Abbanoa e ha avviato il riesame della posizione dei clienti, nei casi in cui siano emersi dubbi in merito alla gestione degli stessi

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER L'ENERGIA, RETI E AMBIENTE

78. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore dei servizi idrici, in data 2 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità di regolazione per l'Energia, Reti e Ambiente, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lett. a), del D. Lgs. n. 21/2014.

79. L'Autorità di regolazione, con comunicazione del 20 maggio 2022, ha chiesto una proroga di 15 giorni rispetto al termine di cui all'art. 27, del Codice del Consumo, previsto per il rilascio del parere. Il Collegio con delibera del 31 maggio 2022 ha accolto la predetta istanza dandone comunicazione all'Autorità di regolazione in data 1° giugno 2022.

80. Il parere è pervenuto in data 16 giugno 2022 e reca, in sintesi, le osservazioni e valutazioni che seguono.

81. La predetta Autorità, svolte alcune considerazioni preliminari in merito alle finalità del parere⁴⁶, illustra l'evoluzione della disciplina di settore sul tema della *prescrizione biennale* introdotta dalla *Legge di Bilancio 2018*, a partire dai principi che sono alla base di tale regolazione attuativa,

⁴⁶ L'Autorità di regolazione premette che le valutazioni rese nel proprio parere "non entrano nel merito dell'eventuale mancato rispetto delle disposizioni del Codice del Consumo e della normativa primaria sull'istituto civilistico della prescrizione ma attengono esclusivamente a possibili profili di presunta non conformità di tali condotte rispetto alle disposizioni regolatorie ritenute maggiormente significative": in particolare, l'ARERA intende fornire "elementi informativi su aspetti regolatori che potrebbero essere di interesse rispetto alla pratica commerciale contestata".

proseguendo con l'analisi degli interventi più significativi intesi alla "tutela rafforzata dei clienti finali".

82. Con riferimento al mancato rispetto delle modalità informative previste dalla nuova disciplina sulla prescrizione biennale, ARERA osserva che, sulla base della documentazione trasmessa, le condotte poste in essere da Abbanoa non sono inquadrabili nel rispetto delle disposizioni regolatorie, con particolare riferimento al mancato inserimento in fattura, almeno fino al mese di marzo 2020, delle informazioni necessarie a consentire all'utente finale di eccepire la prescrizione del credito del gestore, esercitando in tal modo la posizione di vantaggio prevista dalla legge.

83. ARERA inoltre rileva che, sempre a decorrere dalla data del 1° gennaio 2020, il medesimo gestore era, altresì, tenuto a dare adeguata evidenza della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, differenziandoli dagli altri importi. Al riguardo, l'Autorità di regolazione evidenzia che gli adempimenti posti in capo al professionista in materia di prescrizione biennale risulterebbero ampiamente disattesi, in quanto alla luce delle risultanze e documentazione istruttorie comunicate nonché delle memorie difensive, solo a partire dal mese di settembre 2021 il Gestore avrebbe provveduto a modificare il *layout* della bolletta, esplicitando l'ammontare degli importi fatturati riferiti a consumi risalenti a più di due anni per i quali l'utente poteva eccepire la prescrizione. Prima di quella data, l'unica informativa in bolletta circa la presenza di importi prescrittibili sembrerebbe essere quella contenuta nel *Box* denominato "Info bolletta" – posto, in basso a sinistra nella prima pagina della fattura, al di sotto del quadro di sintesi – riservato alle comunicazioni circa i consumi fatturati e le ultime letture (autoletture) effettuate, in mancanza dunque di un'adeguata e trasparente informazione a tutela dell'utente finale circa l'ammontare degli importi oggetto di prescrizione.

84. In merito alla richiesta di pagamento di interessi di mora per il tardivo pagamento di fatture scadute e pagate negli anni di gran lunga precedenti all'ultimo biennio, ARERA evidenzia i diversi profili regolatori che vengono in rilievo per la fattispecie in esame. In particolare, per quanto attiene all'applicazione delle disposizioni per il rafforzamento delle tutele a vantaggio degli utenti finali nei casi di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, l'Autorità ha in più occasioni precisato che poiché la prescrizione – come stabilito dalla *Legge di Bilancio 2018* – ha ad oggetto il diritto di credito relativo ai corrispettivi dei contratti ivi previsti, la medesima prescrizione non può che operare a tutte le componenti esposte in fattura, siano esse componenti fisse o variabili, a condizione che, ovviamente, la fatturazione o il ricalcolo si riferiscano a periodi risalenti a più di due anni. Inoltre, poiché le nuove disposizioni in materia di prescrizione biennale trovano applicazione, in relazione al settore idrico, con riferimento alle fatture con scadenza di pagamento successiva al 1° gennaio 2020, a partire da tale data in tutte le fatture emesse contenenti importi per consumi risalenti a più di due anni il gestore è tenuto a dare adeguata e trasparente informazione all'utente finale circa la presenza di importi suscettibili di essere dichiarati prescritti.

85. Secondo quanto si afferma nel parere, dall'esame delle fatture contenenti importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni emerge, tuttavia, come Abbanoa non abbia dato chiara e separata evidenza in fattura agli importi relativi agli interessi di mora, che risultano esposti nel quadro di sintesi della bolletta sotto la voce genericamente denominata "addebiti/accrediti diversi", senza alcuna evidenza specifica, rispetto agli altri importi richiesti, a beneficio dell'utente finale.

86. Infine, con riferimento al mancato riscontro alle istanze presentate dai consumatori per eccepire l'intervenuta prescrizione biennale, ARERA evidenzia che emergono taluni profili di non piena

coerenza con le previsioni legislative e regolatorie in materia, in quanto, tenuto conto delle disposizioni adottate dalla stessa in vigore della Legge di Bilancio 2018, come modificata dalla Legge di Bilancio 2020, il Gestore era tenuto a informare adeguatamente l'utente finale della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, comunicando eventualmente al medesimo utente la sussistenza di una causa di sospensione della prescrizione nel caso in cui avesse ritenuto di poter fatturare oltre il biennio.

87. Secondo l'Autorità di regolazione, alla luce di quanto richiamato, emerge invece come il Gestore non abbia consentito all'utente di disporre di tutti gli elementi rilevanti utili all'esercizio dell'eccezione di prescrizione. Il medesimo Gestore avrebbe inoltre risposto all'istanza di riconoscimento della prescrizione sollevata dall'utente finale interessato con notevole ritardo e in numerosi casi trasmettendo informazioni generiche e non circostanziate; in numerosi altri casi, inoltre, la comunicazione di mancato accoglimento della prescrizione, formulata sulla base di motivazioni generiche e inconfidenti, sarebbe stata trasmessa dal Gestore solo dopo diversi mesi dalla presentazione dell'istanza e in ogni caso successivamente al pagamento degli importi prescritti da parte dell'utente.

88. Al riguardo, ARERA evidenzia, come in molteplici casi il Gestore abbia respinto le predette istanze adducendo come motivazione l'avvenuto pagamento della bolletta, anche nel caso in cui la risposta al reclamo sia intervenuta dopo più di un anno dalla presentazione dell'istanza. Inoltre, facendo riferimento alle comunicazioni recanti il protocollo in uscita per le quali è quindi oggettivamente provata la formulazione di un riscontro ufficiale da parte della società, emerge come in alcuni casi, il Gestore:

- abbia respinto le istanze di eccezione di prescrizione presentate dagli utenti finali sulla base della motivazione "*interessi di mora non soggetti a prescrizione*", non fornendo nella risposta di mancato accoglimento, inviata peraltro con notevole ritardo all'utente interessato, né gli elementi necessari alla tutela dei propri diritti né l'indicazione di eventuali carenze motivazionali a fronte degli adempimenti previsti dalla regolazione;

- si sia limitato a rigettare le istanze di prescrizione adducendo come motivazione la "*tardiva regolarizzazione [della fornitura]*". In tali fattispecie, in particolare, il Gestore avrebbe provveduto a respingere, sulla base delle proprie procedure interne, le istanze di riconoscimento della prescrizione biennale per responsabilità dell'utente finale e avrebbe, altresì, classificato le medesime istanze come suscettibili di valutazione ai fini della maturazione della "*prescrizione decennale*", che - a detta di Abbanoa - inizierebbe a decorrere dalla data di lavorazione del reclamo, ossia dalla data di ricezione della fattura. In un caso specifico, inoltre, il Gestore avrebbe respinto nel mese di novembre 2021 l'istanza di eccezione di prescrizione presentata da un utente nel mese di dicembre 2020, a fronte della fatturazione di importi riferiti a consumi dal 1° gennaio 2006 al 4 dicembre 2020, adducendo come motivazione la "*mancata installazione di un contatore per il calcolo della quantità di acqua prelevata*"; anche in tal caso, appare verosimile che il Gestore abbia rigettato l'istanza di riconoscimento della prescrizione biennale attribuendo la responsabilità del ritardo di fatturazione all'utente finale.

89. In aggiunta, l'ARERA rileva come in molti casi gli utenti finali non abbiano ricevuto alcun riscontro alle istanze di riconoscimento della prescrizione come dimostrano i solleciti inviati ad Abbanoa dall'Ente di governo d'ambito.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

90. Il presente procedimento ha ad oggetto le condotte commerciali tenute da Abbanoa S.p.A., in qualità di gestore del servizio idrico nell'ambito della Regione Sardegna, in regime di monopolio legale. I consumatori che ricadono nel territorio di erogazione del servizio sono obbligati a contrarre con detta società e non possono recedere dal rapporto contrattuale, stante l'essenzialità della risorsa idrica.

91. In tale contesto, Abbanoa, ai sensi dell'art. 18, lett. *b*), del Codice del Consumo, è un professionista a tutti gli effetti e come tale vincolato al rispetto delle norme ivi contenute, indipendentemente dalla circostanza che, come argomentato dalla stessa, la società sia tenuta ad osservare le norme pubblicistiche e regolatorie. Ciò non la esime, infatti, dall'adottare una condotta diligente nei confronti della propria clientela, nel rispetto della disciplina a tutela del consumatore.

92. Al riguardo, preliminarmente, si osserva come risulti priva di pregio l'eccezione sollevata dal professionista, secondo il quale, avendo rispettato le regole fissate dalla normativa di settore, pur nelle difficoltà derivanti dal susseguirsi delle norme regolamentari, nel caso di specie, non sussisterebbe un illecito consumeristico.

In merito, si rileva in primo luogo che, diversamente da quanto sostenuto da Abbanoa, è la stessa ARERA, nel parere reso *ex art.* 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo, ad aver riscontrato la non piena rispondenza alla regolazione settoriale delle condotte di Abbanoa in tema di prescrizione biennale.

In ogni caso, si rileva che il presente provvedimento ha ad oggetto la conformità delle condotte del gestore in sede di applicazione della nuova disciplina sulla prescrizione biennale alle norme e ai principi posti a tutela dell'utente dal Codice del Consumo che, come ormai pacificamente riconosciuto dalla Corte di Giustizia⁴⁷ e dal giudice amministrativo⁴⁸, può intervenire anche nel perimetro di riferimento dato dalla regolazione settoriale. Al riguardo, si osserva che un professionista di primaria importanza ed esperienza nel settore idrico, quale Abbanoa, è tenuto ad adottare tutte le necessarie misure affinché i consumatori ricevano una tempestiva ed esaustiva informativa, nonché adeguati e motivati riscontri ai reclami, al fine di esercitare i propri diritti.

93. Al fine di valutare la condotta del professionista si ritiene utile ricordare che il legislatore, con l'introduzione della *Legge di Bilancio 2018*, così come modificata dalla *Legge di Bilancio 2020*, ha inteso arginare e limitare il fenomeno c.d. delle "maxi bollette" dovute alla tardiva emissione delle fatture di conguaglio di consumi idrici, da parte dei gestori del Servizio. Infatti, era emerso con evidenza come, a causa del pregresso regime commerciale delle forniture idriche – caratterizzato da frequente fatturazione tardiva e/o rettifica dei consumi accompagnata dall'addebito di importi significativi – i consumatori restassero gravemente penalizzati, oltre che dagli importi delle bollette, anche nella possibilità di controllare i propri consumi e pianificare la spesa correlata.

94. Il legislatore, pertanto, non ha inteso modificare i principi civilistici in materia, ma ha voluto limitare detto fenomeno riducendo il periodo del termine prescrizionale e, per venire incontro alle esigenze dei gestori idrici, ha riconosciuto un arco temporale sufficientemente ampio tra l'entrata in vigore della norma e la sua concreta applicazione proprio per i servizi idrici. Al riguardo anche le

⁴⁷ Corte di giustizia UE (sentenza del 13 settembre 2018 in C-54/17 e C-55/17; ordinanze del 14 maggio 2019, in C-406/17, C-408/17 e C-417/2017);

⁴⁸ *Ex multis*, Consiglio di Stato, 1° ottobre 2021, n. 6596.

sentenze del Tar Lombardia, citate da Abbanoa nelle memorie difensive, confermano che *“La prescrizione biennale di cui alla Legge di bilancio 2018 (Legge n. 205/17) decorre dal termine entro il quale il gestore è obbligato a emettere il documento di fatturazione, come individuato dalla regolazione vigente, ossia una volta trascorsi 45 giorni solari dall’ultimo giorno del periodo di riferimento della fattura”*. Pertanto, pur facendo salve le norme civilistiche e la prassi giurisprudenziale in materia di prescrizione, non sorgono dubbi circa l’applicabilità della prescrizione biennale a tutte le bollette aventi scadenza successiva al 1° gennaio 2020, anche se contenenti importi riferiti a periodi di consumo ultra biennali.

95. La circostanza poi che il nuovo termine biennale si applichi anche ai consumi antecedenti alla data di effettiva applicazione del nuovo termine di prescrizione biennale non determina un’applicazione retroattiva della suddetta norma, quanto piuttosto una mera applicazione del nuovo termine non al momento di effettuazione dei consumi idrici ma all’atto di fatturazione degli stessi ovvero alle bollette aventi scadenza successiva al 1° gennaio 2020. In ogni caso, come detto, la norma di cui alla prescrizione biennale era di oltre due anni antecedenti alla sua effettiva prima applicazione.

96. Tale disposizione, pertanto, non ha modificato le regole e i principi dell’ordinamento in tema di prescrizione e di pagamento del debito, ma ha voluto però richiamare i gestori ad un corretto e tempestivo comportamento nella fatturazione dei pagamenti richiesti ai consumatori.

97. Infatti, come noto, la fornitura del servizio idrico è riconducibile alla disciplina della somministrazione, ai sensi dell’art. 1569 e ss. del Codice Civile. Il contratto di somministrazione è caratterizzato dal fatto che le prestazioni che ne costituiscono l’oggetto si effettuano ad intervalli periodici e continuativi, costituendo dunque un rapporto di durata. All’interno di tale rapporto, ogni singola prestazione è distinta ed autonoma rispetto alle altre, pur essendo riferibile ad un’unica causa contrattuale.

98. Alla luce di quanto sopra, ne consegue che le bollette, mediante le quali si richiede il pagamento di ogni singola prestazione (di fornitura idrica), debbono essere comunicate all’utente nel rispetto della periodicità stabilita dalla regolazione vigente e, comunque in base ai principi civilistici e giurisprudenziali, entro il termine di prescrizione dall’espletamento della prestazione del servizio, cui i crediti specificamente si riferiscono⁴⁹, anche al fine di evitare al cliente la corresponsione di importi relativi a periodi di consumo pluriennale.

99. Tutto quanto sopra premesso, nel merito dei comportamenti descritti al punto II del presente provvedimento, si rileva che gli stessi, complessivamente considerati, integrano un’unica pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contrari alla diligenza professionale e idonei a indurre in errore il consumatore medio, con riguardo all’esistenza e alla possibilità di esercitare tempestivamente una prerogativa che gli è attribuita dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria in tema di prescrizione breve, nonché ad ostacolarlo nell’esercizio della suddetta prerogativa non accogliendo le istanze presentate e imponendo il pagamento di importi non dovuti.

100. In particolare, Abbanoa, così come rilevato anche dall’ARERA nel proprio parere, ha ampiamente disatteso gli adempimenti informativi posti in capo al professionista dalla regolazione in materia di prescrizione biennale, in quanto alla luce di quanto accertato nel corso del

⁴⁹ Cfr. sentenza Cassazione 27 gennaio 2015 n. 1442.

procedimento, almeno fino al mese di settembre 2021, la Società non ha reso un'informativa completa e corretta in bolletta atteso che, fino a tale data, non ha esplicitato l'ammontare degli importi fatturati riferiti a consumi risalenti a più di due anni per i quali l'utente poteva eccepire la prescrizione e – in tal modo - ha ostacolato il diritto dei consumatori di presentare un'istanza di eccezione della prescrizione breve.

101. Al fine di garantire un'informazione trasparente e completa a vantaggio dell'utente finale, a decorrere dalla data del 1° gennaio 2020 il Gestore era infatti tenuto a integrare la fattura recante gli importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni con una pagina iniziale aggiuntiva contenente un avviso informativo testuale *standard* e una sezione recante un *format* che l'utente finale poteva utilizzare al fine di eccepire la prescrizione ed era altresì tenuto a dare adeguata evidenza della presenza in fattura di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni, differenziandoli dagli altri importi. Infine, il gestore è tenuto anche ad informare l'utente finale della possibilità di eccepire la prescrizione, utilizzando uno o più canali di comunicazione idonei a garantire completezza e trasparenza.

102. La circostanza che Abbanoa abbia ommesso di adeguare tempestivamente l'informativa da rendere al consumatore viene peraltro ammessa dalla stessa Società⁵⁰ la quale, nella risposta alla richiesta di informazioni dell'Autorità, ha fatto presente di aver adottato una soluzione transitoria, consistente nell'inserimento di un messaggio in fattura che indica la presenza di importi prescrittibili e nella fornitura di un modulo per la richiesta di riconoscimento della prescrizione dal seguente tenore testuale: *"in attesa di implementare quella definitiva che prevede l'espressa indicazione in fattura anche dell'importo prescrittibile"*

103. La violazione di tali puntuali obblighi informativi, pertanto - sia in generale sia in merito ai crediti eventualmente prescrittibili da indicare in fattura - appare idonea ad ostacolare l'esercizio delle prerogative contrattuali spettanti agli utenti interessati in base alle vigenti norme legislative⁵¹ e regolatorie⁵², con l'effetto di vanificare la tutela rafforzata a vantaggio degli utenti finali nei casi di fatturazione di importi riferiti a consumi risalenti a più di due anni e di far ricadere unicamente sugli utenti stessi le conseguenze di possibili inerzie e disservizi dei Gestori nella rilevazione e contabilizzazione dei servizi idrici.

104. Al riguardo, risulta priva di pregio la motivazione addotta dal professionista circa la possibilità per il consumatore di poter eccepire la prescrizione – anche in assenza in bolletta dell'indicazione puntuale degli importi prescritti – considerata la presenza in bolletta dei singoli importi riferiti ai vari periodi di consumo. In realtà, come noto, nel documento di fatturazione sono riportate una serie di voci di costo, oltre a quelle strettamente riferite al consumo idrico, che non consentono al consumatore di individuare l'esatto importo soggetto a prescrizione. Proprio per tale motivo, il regolatore ha previsto che lo stesso Gestore debba fornire l'indicazione dell'esatto importo soggetto a prescrizione presente in bolletta, per consentire al consumatore di avere immediata contezza dell'importo per il quale eccepire la prescrizione. L'omessa indicazione dell'importo soggetto a prescrizione determina per il consumatore determina una difficoltà oggettiva nella formulazione dell'eccezione che lo induce a possibili errori nella determinazione di detto importo.

⁵⁰ Cfr. comunicazione del 30 giugno 2021, prot. n. 55815.

⁵¹ Cfr. la richiamata *Legge di Bilancio 2018* e la novella introdotta dalla *Legge di Bilancio 2020*.

⁵² A partire dalla Delibera ARERA n. 547/2019.

105. Inoltre, come evidenziato in precedenza, la società ha inviato numerosi solleciti di pagamento (oltre [1-2 milioni]) – qualificati dal professionista come “atti interruttivi” della prescrizione – anche a distanza di anni rispetto al periodo di decorrenza del termine di prescrizione e senza specificare che detti solleciti erano riferiti a bollette contenenti anche importi prescrivibili e senza specificare il relativo importo prescritto, violando anche sotto tale profilo un evidente obbligo di corretta informazione.

106. Al riguardo deve rilevarsi che sebbene per tale tipologia di atti non sussisteva uno specifico obbligo informativo dettato dalla regolazione in merito alla indicazione della presenza di importi prescritti, è tuttavia contrario alla diligenza professionale il comportamento di Abbanoa che, in fase di transizione tra il regime di prescrizione quinquennale e quella biennale, non ha adottato le stesse o simili misure informative previste in relazione all’invio delle bollette inclusive di consumi prescrivibili, onde evitare un pregiudizio economico per gli utenti finali.

107. Peraltro, si osserva che, diversamente da quanto affermato da Abbanoa, tali solleciti risultano privi dei requisiti richiesti dalla giurisprudenza, circa l’effettività di invio e ricezione degli stessi da parte dell’utente, ai fini della efficace determinazione dell’effetto interruttivo della prescrizione.

108. Da ultimo, si osserva che il modulo utilizzato da Abbanoa per consentire ai consumatori di eccepire la prescrizione⁵³ prevede la distinzione tra *prescrizione biennale* e *prescrizione ordinaria*. Tale circostanza è idonea a indurre in errore il consumatore in ordine alla durata del termine di prescrizione applicabile al caso di specie, in quanto, a mente dell’art. 2946 del Codice Civile la prescrizione ordinaria è quella decennale e non quella quinquennale, applicabile, invece, ai rapporti contrattuali di utenza prima dell’entrata in vigore della prescrizione biennale.

109. In tale contesto, parimenti scorretta, sempre in tema di prescrizione, risulta il comportamento di Abbanoa che non ha informato e riconosciuto la prescrizione biennale relativamente agli importi richiesti come interessi moratori. In ordine all’applicazione del termine biennale anche per la prescrizione per gli interessi moratori rileva la comunicazione, dettata da ARERA per i settori dell’energia elettrica e gas, la quale ha chiarito che: “(...). *Ciò premesso, si precisa che, poiché la prescrizione - come stabilito dalla legge di bilancio 2018 - ha a oggetto il diritto di credito relativo ai corrispettivi dei contratti ivi previsti, la medesima prescrizione non può che operare a tutte le componenti esposte nelle suddette fatture, siano esse componenti fisse o variabili, a condizione che, ovviamente, la fatturazione o il ricalcolo si riferiscano a periodi risalenti a più di due anni*”.⁵⁴ In tal senso appare conforme anche il dettato della norma primaria di cui alla legge di bilancio 2018, secondo la quale “*nei contratti di fornitura del servizio idrico il diritto al corrispettivo si prescrive in due anni*”. Il legislatore sembra usare volutamente un termine generico quale “diritto al corrispettivo” al fine di ricomprendere e sottoporre alla prescrizione breve tutti gli importi che il consumatore è tenuto a versare al gestore del servizio idrico come pagamento della prestazione, ricompresi quindi anche gli importi dovuti a titolo di interessi.

110. I riscontri negativi forniti quindi da Abbanoa alle contestazioni dei consumatori in merito all’applicazione degli interessi moratori, risultano basati su motivazioni non corrette e fuorvianti. Infatti, come risulta anche dalla tassonomia delle motivazioni da utilizzare per il rigetto delle istanze dei consumatori in caso di eccezioni di prescrizione relative agli interessi moratori, Abbanoa,

⁵³ Cfr. immagine estrapolata da memoria difensiva del professionista del 29 aprile 20220 prot. n. 37799.

⁵⁴ Chiarimenti alla delibera 569/2018/R/com del 7 giugno 2019.

apoditticamente, comunica alla clientela che: “*gli interessi moratori non sono soggetti a prescrizione*”.

111. Si rileva pertanto come tale motivazione non sia corretta, in quanto implica che, contrariamente al vero, tali oneri esulino *tout court* dal regime prescrizione, con ciò non riconoscendo al consumatore il diritto alla prescrizione di tali interessi.

112. Dalle risultanze istruttorie inoltre è emerso che Abbanoa ha inviato ai propri utenti richieste di pagamento di interessi moratori in relazione a fatture che, seppure tardivamente, sono state pagate negli anni di gran lunga precedenti all'ultimo biennio. Al riguardo, rileva che Abbanoa ha applicato tali interessi anche a distanza di diversi anni rispetto al momento del pagamento della bolletta, ovvero sia in un momento in cui la prescrizione, anche quinquennale, era già decorsa e maturata senza precisamente indicare in bolletta tali importi riportati sempre sotto la voce “addebiti/accrediti diversi”.

113. In tale contesto si inserisce, altresì, l'inadeguato trattamento delle istanze di prescrizione da parte di Abbanoa consistente nel rigetto delle stesse o nel mancato o tardivo riscontro ai reclami. Al riguardo, rileva in primo luogo l'elevato numero di istanze non ancora trattate e per le quali nel frattempo ha continuato ad inviare solleciti di pagamento⁵⁵ ovvero le numerose istanze dell'Ente d'ambito che sollecitava il professionista a riscontrare le istanze di riconoscimento della prescrizione presentate da parte dei consumatori e rimaste senza risposta.

114. In merito specificamente ai rigetti delle istanze, non appare giustificata la condotta del professionista volta a respingere le istanze di prescrizione nell'ipotesi in cui le stesse siano riferite a bollette che il consumatore abbia già pagato. È pur vero che l'art. 2940 del Codice Civile stabilisce che non è ammessa la ripetizione di ciò che è stato spontaneamente pagato in adempimento di un debito prescritto, ma, nel caso di specie, il pagamento dell'importo prescritto è stato determinato da un preciso comportamento omissivo del creditore che ha determinato il pagamento del debito da parte del consumatore inconsapevole della possibilità di eccepire la prescrizione. Tale condotta, infatti, risulta strettamente collegata all'omissione informativa sopra riscontrata, atteso che il consumatore, non essendo a conoscenza della possibilità di eccepire la prescrizione biennale ovvero non essendo in grado di individuare l'importo della bolletta soggetto a prescrizione, è stato potenzialmente indotto corrispondere oneri che altrimenti avrebbe potuto non pagare e che, pure in caso di successiva istanza di prescrizione, la società Abbanoa riteneva non ripetibili.

115. A riprova di ciò soccorrono i dati acquisti in ispezione, che dimostrano come la Società abbia ingiustificatamente rigettato tutte le istanze di eccezione della prescrizione, ove fosse presente un pagamento totale o parziale delle fatture eccepite⁵⁶.

116. In particolare, non trova giustificazione il rigetto delle istanze di prescrizione nell'ipotesi in cui vi sia un'asserita assenza di responsabilità del gestore per non aver accertato i consumi e richiesto per tempo i pagamenti dovuti – come nel caso di contatori inaccessibili - , in quanto tale condotta si pone in esplicito contrasto con quanto prevede l'articolo 1, comma 295, della legge 27 dicembre 2019, n. 160, il quale ha abrogato la disposizione della Legge di Bilancio 2018 che escludeva l'operatività della prescrizione biennale qualora la mancata o erronea rilevazione dei dati di consumo

⁵⁵ Come dimostrato ampiamente dalla segnalazione del consumatore prot. n. 15667 del 27 gennaio 2022 e successive integrazioni

⁵⁶ Cfr. a titolo di esempio doc. nn. 13 e 14 indice del fascicolo ispettivo.

fosse derivata “*da responsabilità accertata dell’utente*”. Parimenti non appare giustificabile il comportamento di Abbano la quale, nei casi di una presunta responsabilità dell’utente, applica la prescrizione ordinaria decennale invece di quella biennale.

117. Infatti, le ipotesi di presunte responsabilità dell’utente, idonee a determinare e a giustificare l’applicazione di un diverso regime e termini di prescrizione più lunghi, dovrebbero essere determinate con rigore ed assoluta certezza limitatamente ad una condotta dolosa del consumatore ed in tali casi, l’eventuale dolo del consumatore dovrebbe essere accertato e adeguatamente dimostrato dallo stesso professionista, dandone comunicazione al consumatore, cosa che non risulta in alcune modo esser stato realizzato nel caso di specie.

118. Infine, la condotta del gestore risulta aggressiva ai sensi del Codice del Consumo anche con riferimento ai ritardi nel trattamento delle istanze e delle richieste di chiarimenti pervenute dagli utenti. La stessa Società ha ammesso di avere accumulato un notevole ritardo nella gestione delle istanze di prescrizione e di non essere in grado – allo stato – di smaltire l’arretrato, stante l’elevato numero di istanze ricevute, a fronte di un numero insufficiente di risorse umane addette alla gestione delle stesse. La società ha inoltre imputato il ritardo con il quale ha fornito un riscontro ai reclami alla situazione derivante dall’emergenza sanitaria, quando, nelle more, il professionista continuava ad inviare ai consumatori i predetti solleciti di pagamento.

119. Inoltre, ove il Professionista risulta aver fornito un riscontro negativo al reclamo degli utenti che contestavano il mancato riconoscimento della prescrizione biennale, questi si è limitato a rendere informazioni generiche e non circostanziate, anziché una risposta motivata, come previsto dalla regolazione, che consenta all’utente finale l’esercizio dei propri diritti⁵⁷.

120. Sulla base delle precedenti considerazioni, Abbano risulta non aver fornito una tempestiva e completa informativa ai consumatori sull’entrata in vigore e vigenza della disciplina sulla prescrizione biennale nel settore idrico non informando adeguatamente gli importi prescrittibili, compresi gli interessi moratori, e ancora ad oggi non risulta avere adeguato l’informativa presente sul sito internet della società. La condotta complessiva posta in essere da Abbano risulta, inoltre, connotata da evidenti elementi di aggressività, in quanto, mediante indebito condizionamento, i consumatori sono indotti a corrispondere somme non dovute sebbene regolarmente eccepite, non avendo il professionista correttamente applicato la disciplina sulla prescrizione breve avendo rigettato ingiustificatamente le istanze di prescrizione presentate dai consumatori o ritardato la trattazione delle istanze e dei reclami, viepiù non fornendo adeguati e convincenti riscontri alle istanze e ai reclami stessi.

121. Il quadro comportamentale complessivamente esposto si pone quindi in violazione degli articoli 20 e 22, del Codice del Consumo in quanto contrario alla diligenza professionale e idoneo a indurre in errore il consumatore medio, con riguardo all’esistenza e alla possibilità di esercitare tempestivamente una prerogativa che gli è attribuita dalla vigente disciplina legislativa e regolatoria in tema di prescrizione breve. La condotta in esame risulta inoltre caratterizzata da profili di aggressività, in quanto posta in essere da un soggetto che eroga servizi di interesse primario e irrinunciabile e che, inoltre, detiene nello specifico settore una posizione di oggettiva forza

⁵⁷ L’ARERA ha sottolineato a tal proposito il mancato rispetto da parte del gestore di taluni elementi prescritti dall’art. 50 della RQSII, come ad esempio “*la valutazione documentata effettuata dal gestore rispetto alla fondatezza o meno della lamentela presentata nel reclamo, corredata dai riferimenti normativi o contrattuali applicati*” e ancora, come “*gli elementi che hanno determinato la richiesta di pagamento così da consentire all’utente la tutela dei propri diritti*”.

contrattuale rispetto a quella del singolo utente, indebitamente condizionato a corrispondere somme non dovute, a titolo di interessi, in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

123. 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.

124. Ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rileva altresì la pluralità dei profili di illiceità riscontrati e la specifica tipologia delle infrazioni, connotate da un significativo grado di offensività, atteso che le stesse concernono un'importante fase del rapporto di consumo, consistente nel pagamento degli importi dovuti dal consumatore e dal legittimo diritto ad esso spettante di eccepire la prescrizione biennale intervenuta su detti importi. Nello specifico, si tiene conto dei seguenti elementi: *i*) la dimensione economica di Abbanoa, che nell'esercizio 2020, ha realizzato un elevato fatturato, di circa 295 milioni di euro, con un utile di esercizio di circa 5.000.000 euro; *ii*) il ruolo della stessa, che in qualità di Gestore del servizio idrico integrato, costituisce unico e diretto referente del consumatore nell'ambito del relativo rapporto di consumo/somministrazione, nonché in ragione degli obblighi incombenti sul medesimo in ragione delle norme legislative e regolatorie; *iii*) l'ampia diffusione della pratica commerciale e il coinvolgimento di un significativo numero di consumatori potenzialmente interessati dalle condotte in esame (il numero delle fatture contenenti importi prescrittibili, aventi scadenza successiva al 1° gennaio 2020 complessivamente emesse da Abbanoa, risulta superiore a [omissis]); *iv*) l'entità del pregiudizio economico derivante ai consumatori, con riguardo agli ingenti esborsi economici connessi a congruagli pluriennali di consumi idrici risalenti negli anni.

125. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere dal professionista dal mese di gennaio 2020 ed è in parte cessata a far data dal mese di marzo 2022, mentre è ancora in corso con riferimento alle inconferenti, oltre che tardive, risposte ai reclami e alle istanze di prescrizione rese ai consumatori nonché alla inadeguatezza delle risposte fornite ai consumatori che eccedono la prescrizione degli interessi moratori.

126. Ai fini della quantificazione della sanzione si deve altresì considerare la circostanza attenuante consistente nel fatto che Abbanoa ha modificato nel corso del procedimento la propria condotta adottando alcune misure che hanno determinato una parziale cessazione della pratica. La stessa, infatti, ha previsto di ricontattare tutti gli utenti che hanno ricevuto fatture con importi prescrittibili tra gennaio 2020 e settembre 2021, che non hanno già eccepito la prescrizione, riconoscendo la possibilità di eccepire la prescrizione e indicando i relativi importi.

127. Sussiste, al contempo, una circostanza aggravante, in quanto il professionista è stato già destinatario di precedenti provvedimenti per violazione delle norme di cui al Codice del Consumo⁵⁸.

128. Sulla base di tali complessivi elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad Abbanoa S.p.A. nella misura di 5.000.000 € (cinque milioni di euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità di regolazione per Energia Reti e ambiente, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'omissione di una tempestiva e completa informativa ai consumatori e l'ingiustificato mancato accoglimento delle istanze di prescrizione biennale dei consumi idrici, alla luce della disciplina legislativa applicabile, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio idrico offerto da Abbanoa S.p.A. e a violare i diritti dei consumatori in ordine alla possibilità di eccepire la prescrizione biennale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Abbanoa S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Abbanoa S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000.000 € (cinque milioni di 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 *sub a*).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

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

⁵⁸ Cfr. provv. n. 26625 del 16 settembre 2015 e provv. n. 27813 del 12 giugno 2019.

alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11979 - TIKTOK-TRASPARENZA E OMISSIONI INFORMATIVE

Provvedimento n. 30228

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 21 giugno 2021, così come successivamente integrata il 9 novembre 2021, l’11 e il 21 aprile 2022 con la quale la società TikTok Technology Limited ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 19 ottobre 2021, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per garantire un adeguato contraddittorio con le Parti;

VISTI i propri provvedimenti dell’11 gennaio, del 22 febbraio e del 10 maggio 2022, con i quali, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, sono state disposte le ulteriori proroghe del termine di conclusione del procedimento per la sussistenza di particolari esigenze istruttorie legate alla valutazione degli impegni presentati da TikTok Technology Limited, nonché agli adempimenti procedurali necessari per la conclusione del procedimento, anche alla luce dell’azione comunitaria coordinata dalla Commissione europea nei confronti di TikTok Technology Limited;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. TikTok Technology Limited (di seguito, anche TikTok o Professionista), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società opera nel settore dei *social media*, fornendo, tra gli altri, servizi di creazione e condivisione di video e contenuti attraverso la piattaforma.

2. Altroconsumo, AECI, Codacons e Consumatori Italiani per l’Europa, in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LA CONDOTTA OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne le modalità di presentazione dei servizi offerti dalla società TikTok Technology Limited in relazione agli acquisti *in - app* effettuabili sulla piattaforma tramite le monete virtuali.

In particolare, si è ipotizzato che TikTok non metta contestualmente a disposizione del consumatore gli elementi informativi essenziali per un'immediata e chiara percezione delle condizioni economiche relative all'uso degli oggetti virtuali e delle effettive conseguenze in termini di guadagno che hanno per il destinatario dei regali virtuali le scelte dell'utente.

4. Gli utenti della piattaforma, infatti, possono inviare "regali virtuali" ai cd. *creator* di contenuti per esprimere il proprio apprezzamento. L'invio del regalo virtuale presuppone la disponibilità sul proprio *account* di "monete virtuali" che l'utente acquista sulla piattaforma. I destinatari dei regali, i cd. *live streamer*, possono convertirli in "diamanti" e, infine, trasformare i diamanti in compenso monetario secondo i criteri di calcolo definiti dalla piattaforma.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 29 aprile 2021 è stato comunicato alla società TikTok Technology Limited l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11979.

In tale sede è stato ipotizzato che le condotte della società fossero suscettibili di integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori, soprattutto quelli più sensibili alla pratica in ragione dell'età, con riguardo alle condizioni economiche relative all'uso degli oggetti virtuali¹.

6. Con nota del 30 giugno 2021, TikTok ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive².

7. Il professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 26 maggio 2021 e 30 settembre 2021³.

8. In data 11 ottobre 2021 il professionista è stato sentito in audizione in teleconferenza tramite la piattaforma Webex⁴.

9. In data 21 giugno 2021, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrata nelle date del 9 novembre 2021, 11 e 21 aprile 2022. Una versione consolidata è stata fornita in data 23 maggio 2022⁵.

10. In data 11 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

¹ Cfr. doc. n. 6 del fascicolo istruttorio.

² Cfr. doc. n. 16 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. docc. nn. 12 e 20 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. n. 23 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. n. 35 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. nn. 32 e 33 del fascicolo istruttorio.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

11. Con memoria del 30 giugno 2021, il professionista ha precisato che la Piattaforma TikTok che è “un ambiente in cui è possibile creare, condividere e guardare contenuti creativi come *sketch*, balletti (*comedy, dance routines*) e contenuti educativi”.

Gli utenti possono accedere alla Piattaforma e utilizzarne i servizi, le applicazioni, i prodotti e gli altri contenuti sulla base dei termini di servizio definiti dal professionista.

Inoltre, il professionista ha rappresentato che la funzione “*live stream*” di TikTok consente agli utenti che hanno compiuto almeno 16 anni e che rispondono a determinati criteri (come un numero di *follower* almeno pari a 1000), di trasmettere i propri video in diretta. Gli altri utenti della Piattaforma possono seguire i contenuti della diretta in tempo reale.

12. Gli utenti maggiorenni possono esprimere il loro apprezzamento per un contenuto della diretta che stanno guardando, utilizzando la funzione dei “regali virtuali”: essi rappresentano una funzione esperienziale che permette di interagire con i contenuti della diretta.

I Regali Virtuali hanno una forma grafica diversa, alcuni sono animati, e vengono visualizzati durante la diretta *streaming* sia dall’utente che sta seguendo il video *live* che dal *creator*.

Al fine di utilizzare Regali Virtuali, un utente deve prima acquistare le Monete Virtuali attraverso la Piattaforma (anche se la relativa transazione è effettuata all’interno dell’App Store Apple o del Google Play Store) utilizzando la valuta locale. Tale funzione è riservata a coloro che abbiano compiuto 18 anni.

13. Le Monete Virtuali e i Regali Virtuali rappresentano una parte opzionale dell’esperienza relativa alle dirette video.

Il *creator* di contenuti/ presentatore della diretta *streaming* non “riceve” il Regalo Virtuale, ma è il professionista che, in un momento diverso, concede un premio al *creator* per il fatto che gli utenti apprezzano il contenuto della sua diretta: si tratta di articoli virtuali chiamati “diamanti” che TikTok calcola in ragione del grado di popolarità del contenuto risultante dai regali assegnati dagli utenti.

14. Al fine di superare le preoccupazioni sollevate dall’Autorità nella comunicazione di avvio del procedimento, in data 23 maggio 2022, TikTok ha presentato la versione consolidata della propria proposta di impegni, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento. In particolare, il professionista ha descritto nei seguenti termini le misure attuate nel corso del procedimento, nonché le misure da implementare.

Le misure attuate con riguardo alle condizioni economiche dell’uso degli oggetti virtuali

15. TikTok ha inteso aumentare il livello di trasparenza per gli utenti che acquistano le monete virtuali e le scambiano con regali virtuali, consentendo, quando si apre la piattaforma e si guarda una diretta video, di visualizzare i diversi tipi di regali disponibili e quante monete servono per acquistarli: le informazioni sono mostrate all’interno di un riquadro sullo schermo che può essere visualizzato sia prima sia dopo aver ricaricato il saldo monete (cfr. fig. 1).

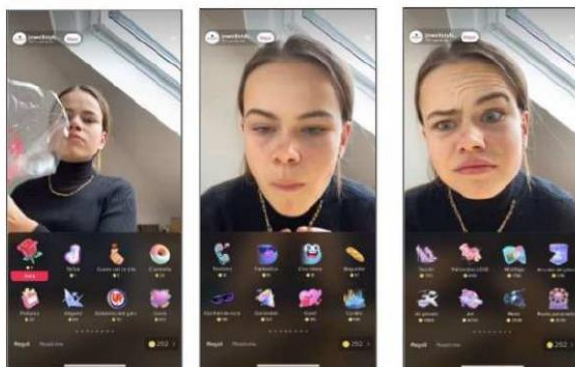


fig. 1

Nella sezione *FAQ* del saldo risulta inserito un promemoria che ricorda agli utenti di controllare quante monete sono necessarie per i regali e quali regali sono disponibili (cfr. figg. 2 e 3).

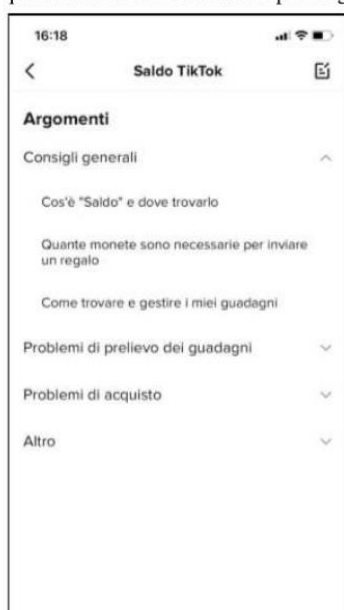


fig. 2



fig. 3

16. TikTok ha modificato l'interfaccia utente predisposta per l'utilizzo degli articoli virtuali nei seguenti termini:

A) **nella "Sezione saldo"** della app, dove gli utenti si recano per sapere quante monete virtuali hanno a disposizione e per ricaricare il loro conto, è stata inserita la nuova funzione "*Cronologia Transazioni*" (cfr. fig. 4).

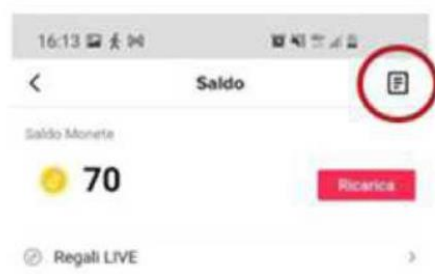


fig. 4

Tale funzione consente di visualizzare la sezione “Acquisto di monete” che mostra i dettagli delle monete virtuali acquistate nel tempo, ricordando agli utenti quanto hanno precedentemente speso in valuta reale (cfr. fig. 5).



fig. 5

Dalla pagina “Ricarica”, l’utente può accedere alla sua “*cronologia monete*” e ai suoi “*regali inviati*” dove gli viene mostrato come ha utilizzato le proprie monete virtuali sulla piattaforma in ogni circostanza, anche per l’invio di regali (cfr. fig. 6).

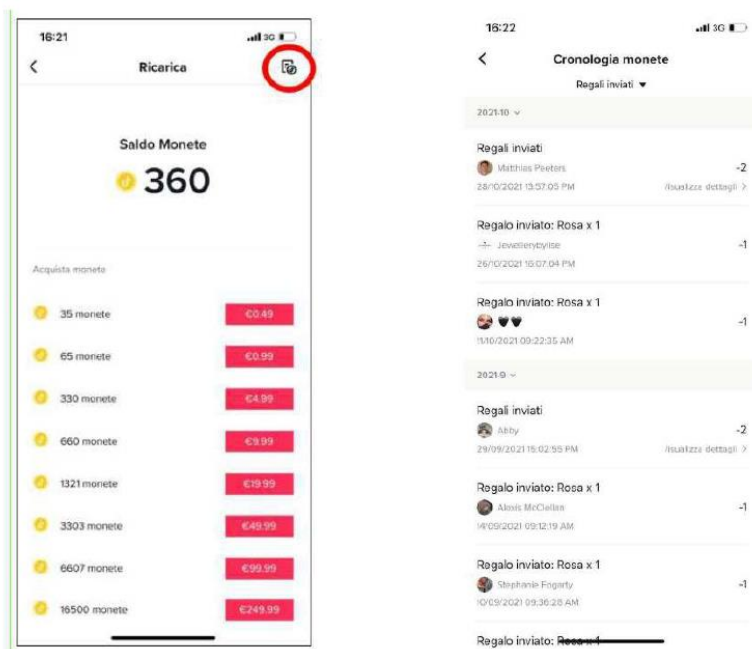


fig.6

Al fine di rendere più trasparenti i prezzi delle monete, il relativo totale è mostrato in ogni momento sia nella “Sezione saldo” sia nella “Sezione regali”: il prezzo complessivo delle monete è mostrato a partire dall’invito all’acquisto (cfr. fig. 7).

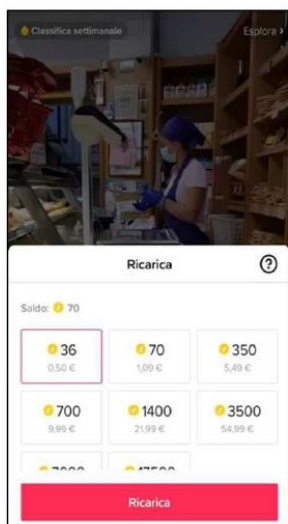


fig. 7

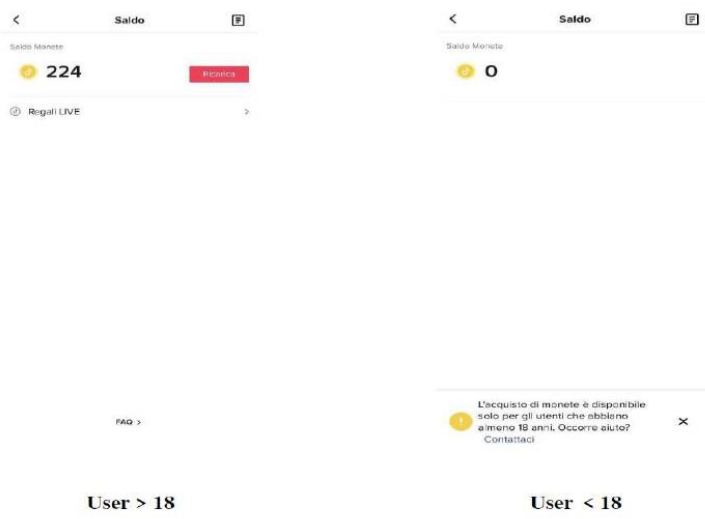
B) L'utente che ricarica il suo conto in monete virtuali **riceve anche una notifica alla casella di posta** TikTok (*in box*): viene così informato della quantità di monete virtuali acquistate e del corrispondente esborso sostenuto in valuta locale (cfr. fig. 8).



fig. 8

Le misure attuate con riguardo alla verifica dell'età

17. Quanto alle preoccupazioni sottese all'utilizzo, da parte di minori, di funzioni disegnate per utenti maggiorenni, il professionista ha ribadito che l'acquisto di monete e l'invio di regali sono operazioni disponibili solo per gli utenti maggiorenni come evidenziato dal pulsante "ricarica" presente nella sezione "saldo" (cfr. fig 9).



Se un utente minorenne tentasse di inviare un regalo, ciò gli sarà impedito e apparirà un *pop-up* volto a ricordare che la funzione non è disponibile (cfr. fig. 10).

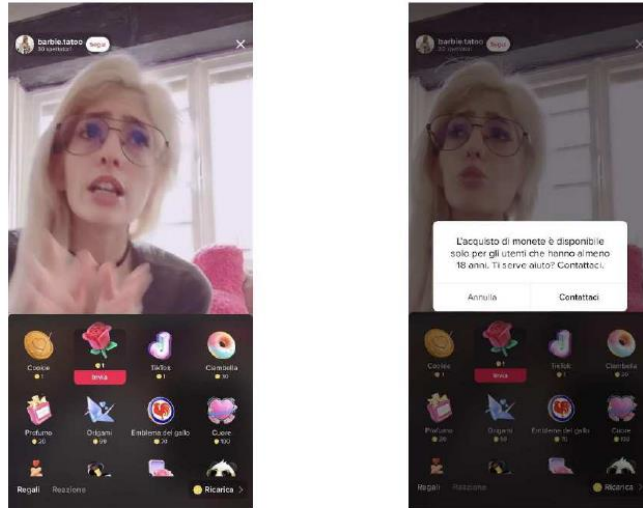


fig. 10

18. Inoltre, TikTok ha attuato una serie di strategie per la verifica dell'età, a partire dall'utilizzo di una interfaccia utente neutra *in app* per il cancello della maggiore età: ciò significa che gli utenti devono inserire attivamente la loro data di nascita e non sono indotti a selezionare una data specifica o una fascia di età. Se un utente inserisce una data di nascita che indica la sua minore età, il processo di registrazione si arresta e viene temporaneamente inibita la relativa funzione anche se si tentasse di forzare il "cancello", mentendo sull'età (cfr. fig. 11).

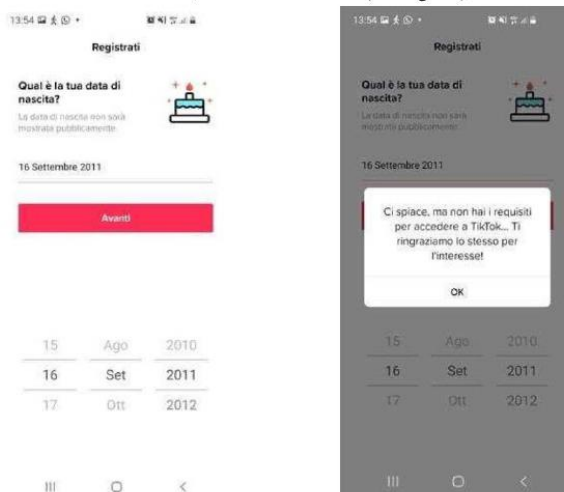


fig.11

19. Il professionista, inoltre, sta sperimentando altre misure volte a identificare e rimuovere gli *account* degli utenti che non rispettano i requisiti di età. Con tali misure TikTok:

- ha impostato la sua *app* nell'App Store di Apple come "12+" e nel Play Store di Google come "Parental Guidance Recommended" al fine di consentire ai genitori di bloccare sui dispositivi dei figli le *app* così qualificate (cd. moderazione proattiva)⁷;
- ha introdotto un classificatore basato sul testo per rilevare l'uso di parole chiave nella biografia degli *account*, nei nomi utenti e nei nomi profilo che possano indicare che un utente ha meno di 13 anni. Quando viene identificata una di queste parole chiave, l'*account* viene esaminato dal "team di moderazione" che valuta la violazione del *gate age* e, nel caso, dispone la cancellazione dell'*account*;
- ha previsto una procedura attraverso cui un genitore o chiunque altro possa segnalare che un utente ha meno di 13 anni tramite modulo *web* presente nell'informativa *privacy* o tramite la segnalazione *in app* che contiene la sottocategoria "l'utente potrebbe avere meno di 13 anni" come motivo specifico per l'invio di una segnalazione (cd. moderazione reattiva);
- dal 2021 ha iniziato a pubblicare nel suo "Rapporto sulla trasparenza" il numero di *account* rimossi dalla piattaforma in quanto potenzialmente appartenenti ad un minore⁸;
- sta studiando altri metodi come lo sviluppo dell'intelligenza artificiale per prevedere la possibilità che un particolare utente abbia meno di 13 anni.

20. In generale, il professionista organizza continue campagne educative e di sensibilizzazione in Italia per aumentare la consapevolezza dell'uso della piattaforma.

TikTok ha coinvolto vari *creator* e *influencer* della società per produrre una media di circa 12 video al mese riguardanti le funzioni di sicurezza *in app*: tali video sono volti a chiarire che la piattaforma è dedicata a utenti maggiori di 13 anni, a tutelare la sicurezza dei minori, nonché a contrastare il bullismo, a contenere il tempo trascorso allo schermo e a favorire l'utilizzo di strumenti di *privacy* come la *family pairing* ovvero la possibilità di collegare l'*account* del minore a quello del genitore. Nel luglio 2021 ha organizzato la "safety week" per mostrare agli utenti italiani un video nuovo al giorno sui temi sopra menzionati⁹.

Nell'agosto 2021 è stata lanciata una campagna promozionale su stampa, radio e canali digitali per informare le famiglie sui sistemi per rendere sicura l'esperienza dell'utilizzo della piattaforma¹⁰.

Da ultimo ha presentato un pacchetto di sicurezza *on line* e di alfabetizzazione digitale "DigitalMente" da utilizzare nelle scuole italiane in collaborazione con Unione Nazionale Consumatori. Si tratta di un programma educativo da consegnare agli insegnanti delle scuole medie

⁷ In proposito, la Parte ha aggiunto che gli utenti di età pari o superiore ai 18 anni di regola utilizzano l'App Store di Apple o il Play Store di Google per acquistare monete. Pertanto, gli utenti devono rispettare i termini di servizio e la Policy sugli articoli virtuali di TikTok, ma anche i termini e le condizioni dell'*app store* utilizzata, compresi gli ulteriori requisiti di verifica dell'età imposti da Apple o da Google.

⁸ Dal 1° gennaio al 31 marzo 2021 sono stati rimossi a livello globale 7.263.952 *account* (pari a meno dell'1% di tutti gli *account* aperti su TikTok).

⁹ I video sono disponibili in una sezione specifica della piattaforma tuttora accessibili (<https://newsroom.tiktok.com/it/safety-week-impegno-tiktok-educazione-alla-sicurezza-digitale-in-italia>).

¹⁰ La campagna è stata pubblicata a pagina intera sui principali quotidiani nazionali e ha raggiunto in totale 4,1 milioni di persone (*target* individuato: genitori tra i 35 e i 54 anni). La campagna radiofonica mandata in onda sulle emittenti nazionali ha raggiunto 6,5 milioni di persone. La campagna digitale ha portato a 5,6 milioni di visualizzazioni totali dei video. Per il solo audio, tramite Spotify, ci sono stati 2,9 milioni di ascolti, con 5.000 *click* sul *banner* che rimandava al Safety center dove sono dettagliate le informazioni e gli strumenti a disposizione degli utenti per una esperienza sicura.

e superiori italiane, agli studenti e ai genitori così da poter sostenere i propri figli adolescenti. La fase iniziale del programma, lanciato di recente, prevede la formazione di circa 4000 insegnanti italiani.

Le misure da implementare con riguardo all'uso degli oggetti virtuali

21. TikTok ha illustrato poi le seguenti misure in via di sviluppo, impegnandosi a completarne l'implementazione entro il 30 giugno (cfr. Impegni nn. 1, 2, 3 e 7) e il 30 settembre 2022 (cfr. Impegni nn. 4, 5 e 6):

Impegno 1) Rivisitazione integrale e chiara separazione, all'interno delle *Virtual Items Policies*, tra le condizioni relative agli elementi virtuali dedicati agli utenti che fruiscono dei contenuti (c.d. *Coins Policy*) e le condizioni relative agli oggetti e alle ricompense destinati ai *creator* di contenuti (c.d. *Reward Policy*) che saranno entrambe disponibili in lingua italiana entro il 30 giugno 2022.

a. La *Coin Policy* includerà le previsioni relative all'acquisto e all'utilizzo delle monete virtuali e all'invio dei regali e preciserà quanto segue: l'invio di un regalo determina la visibilità del nome utente, nonché dei dettagli relativi al regalo inviato. L'invio del regalo non determina di per sé il trasferimento di denaro ad altri utenti della piattaforma, ma TikTok valuta il tipo e il numero dei regali inviati, nonché la durata o la frequenza di pubblicazione dei contenuti per misurare la popolarità dei contenuti stessi così da assegnare i diamanti ai *creator*. Questi ultimi possono convertire i diamanti in denaro in base alle regole sulle ricompense definite dal professionista.

b. La *Rewards Policy* spiegherà ai *creator* come ricevere i premi da TikTok, come si ottengono i diamanti e come convertirli in monete. In particolare, sarà ribadito che i diamanti vengono assegnati come ricompensa in base alla popolarità dei contenuti e all'apprezzamento riscosso attraverso i regali ricevuti. Sarà, altresì, chiarito che non sempre l'utente potrà ottenere denaro in cambio dei diamanti raccolti perché, in attuazione dei cd. *Programmi Ricompensa Minimi*, gli utenti dovranno riscuotere un numero minimo di diamanti prima di poter attivare il pagamento della ricompensa.

Impegno 2) La *Rewards Policy* fornirà informazioni sul minimo e il massimo dei premi in pagamenti e sulle commissioni applicabili alle transazioni mediante il *link* a una pagina *web* separata dove saranno disponibili le suddette informazioni (entro il 30 giugno 2022).

Impegno 3) La *Rewards Policy* conterrà altresì il *link* ad un articolo dell'*Help Center* che fornisce un esempio di come si ottengono i diamanti, nonché il tasso di conversione corrente dei diamanti in moneta (entro il 30 giugno 2022).

Impegno 4) Entrando per la prima volta in LIVE per mandare un Regalo, l'utente italiano visualizzerà un testo evidente nella parte superiore del Pannello Regali che gli fornirà una stima del prezzo unitario della moneta in valuta corrente e lo inviterà a visualizzare ulteriori informazioni sui costi dei regali, incluso il modo in cui il prezzo degli stessi può essere calcolato. Nell'esempio presentato, si legge la seguente dicitura: "*Each Coin costs around 1 cent. See the FAQ for more information*", ma il professionista ha precisato che il modello fornito in inglese è solo a titolo esemplificativo, mentre la versione implementata sarà anche in italiano (cfr. fig. 12).

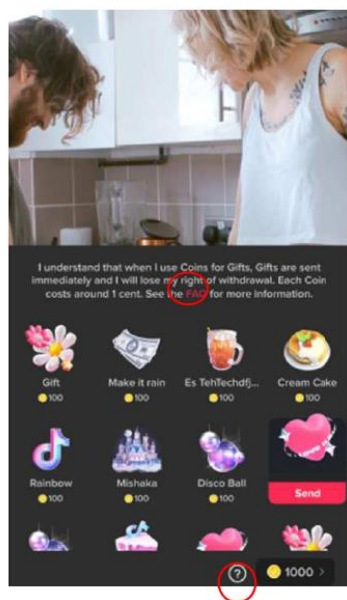


fig. 12

L'utente dovrà cliccare "Send" ("Invia") al fine di procedere all'invio del Regalo (cfr. fig. 12). In ogni caso, se l'utente clicca sull'hyperlink "FAQ" o sull'icona "FAQ", il Regalo non viene inviato e l'utente sarà reindirizzato alla pagina "FAQ" dove avrà a disposizione ulteriori informazioni (entro il 30 settembre 2022).

Impegno 5) Creazione di nuove pagine delle FAQ dove gli utenti saranno messi in condizione di selezionare dal *menu* una serie di opzioni per avere ulteriori informazioni sugli Articoli Virtuali. In particolare, nelle FAQ sarà inclusa una pagina relativa a "Cost of Sending Gifts" che fornirà all'utente una stima del prezzo unitario per moneta virtuale definito nella sua valuta corrente e indicherà le modalità con le quali esso può essere calcolato (cfr. fig. 13). Anche in questo caso, per abbreviare i tempi di presentazione della versione aggiornata degli impegni, il professionista ha fornito un esempio in inglese, ma in sede di attuazione della misura le indicazioni saranno fornite anche in italiano (entro il 30 settembre 2022).

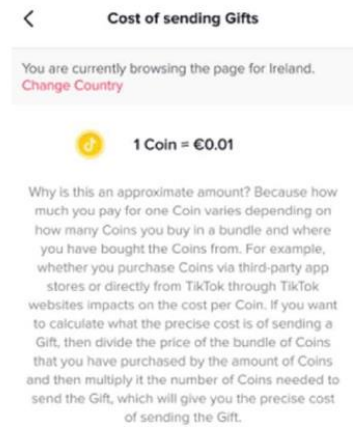


fig. 1

Impegno 6) Le FAQ, nella versione aggiornata appena descritta, saranno accessibili in modo permanente anche dal Pannello Regali. In tal senso, si veda *supra* la fig. 12 dove il bottone “FAQ” è identificato tramite il punto interrogativo collocato vicino al pulsante di ricarica.

Impegno 7) Le informazioni sopra riportate troveranno corrispondenza nella *Coins Policy* attraverso il seguente modello di testo:

“Quando si acquistano Monete, il costo per la singola Moneta varia in base al quantitativo acquistato contemporaneamente e al luogo di acquisto. Al momento dell’acquisto di un pacchetto di Monete, indicheremo all’utente il prezzo totale del pacchetto. Puoi tenere traccia della spesa effettuata per acquistare Monete e di come le hai utilizzate per accedere agli Articoli Virtuali, servendoti dei seguenti strumenti:

– Il numero totale di Monete nel tuo profilo viene aggiornato ogni volta che acquisti Monete oppure le utilizzi in cambio di Articoli Virtuali. Il saldo del tuo profilo viene visualizzato nelle Impostazioni (Impostazioni e privacy > Saldo) e ogni volta che ci si accinge a utilizzare le Monete per attivare Articoli Virtuali o accedervi.

– Nel tuo Saldo, puoi visualizzare la Cronologia transazioni, che mostra quanto hai speso in valuta locale per le Monete.

– Nella sezione Ricarica del Saldo del tuo profilo, puoi inoltre visualizzare la Cronologia monete, che mostra il modo in cui hai utilizzato le Monete sulla Piattaforma.

– Ulteriori informazioni su come calcolare il costo di una Moneta sono inoltre visualizzabili qui.

Impegno 8) Il professionista intende attuare anche una misura non strettamente connessa all’oggetto del procedimento e che consiste nell’inserimento di una più chiara ed esaustiva informativa sul diritto di recesso dal contratto per l’acquisto di monete. Al momento dell’acquisto, l’utente sarà, dunque, informato del diritto di recedere dal contratto di acquisto di monete entro 14 giorni dal momento in cui attiva il contratto stesso, in relazione alle monete rimaste inutilizzate.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo internet, in data 24 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

23. Con parere pervenuto in data 23 giugno 2022, la suddetta Autorità, dopo aver considerato che la complessiva prospettazione dei servizi sulla piattaforma TikTok può aver indotto i consumatori ad assumere decisioni di natura economica che altrimenti non avrebbero preso, ha ritenuto che l'utilizzo del mezzo internet abbia agevolato e amplificato significativamente la realizzazione della pratica commerciale.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

24. Gli impegni proposti da TikTok Technology Limited vanno valutati nell'ambito di una tendenza in espansione presso le giovani generazioni che fruiscono dei servizi e dei contenuti della piattaforma, interagendo attraverso *acquisti in-app*.

Scopo dell'intervento istruttorio è quello di sollecitare gli operatori del settore a una maggiore trasparenza a favore dell'utente circa le condizioni economiche virtuali e reali degli acquisti *in-app* al fine di promuovere una spesa responsabile e consapevole da parte dei giovani utenti.

25. Nel complesso, le misure proposte offrono concreti elementi per fornire ai consumatori consapevolezza circa le caratteristiche dell'acquisto che stanno per effettuare e aumentano significativamente la trasparenza sul prezzo delle monete e sul valore equivalente dei regali: il consumatore è così informato di quante monete occorrono per ogni regalo in ogni momento in cui fruisce dei servizi sulla piattaforma.

26. In questo senso rilevano, in particolare, gli impegni nn. 4, 5, 6 e 7 che consentono di superare le criticità dovute alla mancata informativa circa il costo unitario delle monete virtuali in valuta reale, ad esempio in euro. I correttivi proposti al riguardo, infatti, risultano idonei a rendere più trasparente e tempestiva la complessiva comunicazione sulle condizioni economiche del dono e a formare la consapevolezza che è necessaria una valuta reale (ad esempio, l'euro) per acquistare le monete virtuali da utilizzare per offrire regali.

Ciò in quanto la piattaforma non indicherà soltanto il costo del pacchetto di monete virtuali di cui si vuole acquisire la disponibilità, ma anche il valore in euro di ogni moneta virtuale; inoltre, nel momento in cui si seleziona il regalo per offrirlo sarà indicato non solo il costo in moneta virtuale, ma anche quello in valuta reale.

27. L'utente avrà a disposizione in più occasioni, disseminate lungo le fasi del processo di acquisto, le informazioni sugli acquisti *in-app*, sulla quantità di monete virtuali acquistabili e l'entità del relativo esborso pecuniario, nonché sull'utilizzo degli oggetti virtuali.

L'informativa, quindi, completa e dettagliata, sarà collocata nei passaggi indispensabili per le operazioni dell'utente: quando acquista le monete e riceve una notifica nella casella *inbox* di TikTok; quando visualizza le monete virtuali al suo attivo, consultando l'apposita sezione "saldo"; quando consulta la "cronologia transazioni" che offre il dettaglio degli acquisti più recenti in monete, nonché il relativo costo in valuta reale e l'utilizzo che ne è stato fatto, incluso l'acquisto di regali; quando effettua una "ricarica" attraverso il prominente tasto presente nella Sezione Regali, momento in cui riceve una notifica che indica la quantità di monete virtuali acquistate e l'entità della spesa affrontata;

quando consulta la Sezione Regali che mostra il saldo di monete e il numero di monete necessario per mandare un regalo; quando consulta la sezione "FAQ" ("*Frequently Asked Questions*") accessibile dal "Saldo" dell'app dove è presente un *reminder* agli utenti per verificare quante monete virtuali siano necessarie per i regali e quali regali siano disponibili.

In tal modo, l'utente viene reso consapevole del reale esborso pecuniario non solo al momento dell'acquisto di un cofanetto di monete virtuali, ma anche nei passaggi successivi, necessari ed eventuali.

28. Inoltre, va evidenziato che la distinzione fra la *Coins policy* (relativa alle monete virtuali) e la *Rewards policy* (sulla gestione dei premi per i *creator* e dei cd. *diamanti*) - oggetto dell'impegno n. 1 - rappresenta una misura efficace per sanare le carenze informative riscontrate nel rapporto tra piattaforma e utenti.

La nuova formulazione delle condizioni di utilizzo delle monete virtuali e dei regali e la presentazione di tali condizioni in modo separato rispetto alle regole che disciplinano il meccanismo premiale per i *creator* forniscono all'utente cognizione immediata delle conseguenze delle sue scelte: grazie alla trasparenza della procedura che verrà implementata con gli impegni nn. 1, 2 e 3 sarà chiaro all'utente che il suo dono virtuale potrà trasformarsi in denaro contante per i destinatari e l'utente stesso sarà messo in condizioni di comprendere l'entità in valuta reale di tale operazione.

29. Peraltro, i miglioramenti informativi sopra descritti appaiono accompagnati da cautele maggiori in ordine al controllo dell'età degli utenti e da misure meglio organizzate per inibire l'accesso dei minori alle funzionalità connesse all'uso del denaro.

Sotto tale profilo, un ulteriore valore aggiunto della diligenza profusa dal professionista va attribuito all'organizzazione di continue campagne educative e di sensibilizzazione in Italia per aumentare la consapevolezza dell'uso della piattaforma tra tutti i soggetti coinvolti (ragazzi, educatori, genitori).

30. Vale evidenziare, infine, che, sebbene non strettamente connessa all'oggetto del procedimento, appare comunque apprezzabile la misura - oggetto dell'impegno n. 8 - relativa alla predisposizione di una chiara informativa sul recesso.

31. Le misure via via implementate dal professionista nel corso del procedimento, nonché quelle proposte secondo gli impegni sopra descritti, complessivamente considerate, per le motivazioni sopra esposte, sono tali da ovviare alle violazioni ipotizzate nella comunicazione di avvio del procedimento.

32. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati - che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società TikTok Technology Limited, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società TikTok Technology Limited;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società TikTok Technology Limited, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti dalla stessa società in data 21 giugno 2021, successivamente integrati in data 11 e 21 aprile 2022 e sottoposti nella versione consolidata definitiva in data 23 maggio 2022, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società TikTok Technology Limited, entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS11990 - TIKTOK-CRYSTAL DROPS*Provvedimento n. 30229*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 21 giugno 2021, così come successivamente integrata il 9 novembre 2021, l'11 e il 21 aprile 2022 con la quale la società TikTok Technology Limited ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 19 ottobre 2021, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per garantire un adeguato contraddittorio con le Parti;

VISTI i propri provvedimenti dell'11 gennaio, del 22 febbraio e del 10 maggio 2022, con i quali, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, sono state disposte le ulteriori proroghe del termine di conclusione del procedimento per la sussistenza di particolari esigenze istruttorie legate alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista TikTok Technology Limited, nonché agli adempimenti procedurali necessari per la conclusione del procedimento, anche alla luce dell'azione comunitaria coordinata dalla Commissione europea nei confronti del medesimo Professionista;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. TikTok Technology Limited (di seguito, anche TikTok), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società irlandese opera nel settore dei *social media*, fornendo, tra gli altri, servizi di creazione e condivisione di video e contenuti. TikTok, attivo nel settore dei *social media*, fornisce, attraverso la piattaforma, servizi di creazione e condivisione di video e contenuti.

2. Crystal Drops.Co (di seguito, anche Crystal Drops), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società statunitense è attiva nella vendita di gocce oculari sulla piattaforma <https://www.crystaldrops.co>.

3. Federconsumatori Parma e Codici in qualità di associazioni di consumatori segnalanti.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne:

A) una ipotesi di pubblicità non trasparente con riferimento alla diffusione, nel febbraio 2021, sulla piattaforma TikTok, di un video diretto a reclamizzare le gocce oculari denominate *Crystal Drops*, presentate come idonee a cambiare il colore degli occhi. Il procedimento ha interessato TikTok Technology Limited, gestore della piattaforma, e la società Crystal Drops.Co. in ragione del ritorno commerciale del messaggio pubblicitario;

B) la possibile ingannevolezza della comunicazione commerciale, avente ad oggetto il medesimo prodotto, diffusa sul sito *web* <https://www.changeicolor.com>;

C) la violazione dei diritti dei consumatori con riguardo alla menzionata comunicazione commerciale, diffusa sul sito *web* <https://www.changeicolor.com>.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1 L'iter del procedimento

Attività preistruttoria

5. Nel febbraio 2021 è pervenuta la segnalazione di Federconsumatori, che lamentava la diffusione, sulla piattaforma TikTok, di un video avente ad oggetto il prodotto *Crystal drops* utilizzabile per cambiare il colore degli occhi senza che ne fosse palesato il contenuto promozionale.

Tale video si apriva con una giovane ragazza con in mano l'astuccio cartonato del prodotto recante il logo Crystal Drops, nonché quello della Federal Drug Administration (FDA), inquadrati con insistenza. La ragazza entusiasta riferiva, in lingua inglese, della propria esperienza ribadendo la capacità del prodotto di cambiare il colore degli occhi: "*I saw an ad on tiktok for eye drops that change your eye color... eye drops that change your eye color...eye color...I chose green*". Veniva, quindi, inquadrata anche la confezione (bocchetta) e, in particolare, l'immagine di tre dottoresse in camice bianco con lo stetoscopio al collo e il logo FDA.

6. Le rilevazioni del sito *internet* <https://www.changeicolor.com>, effettuate d'ufficio il 23 aprile 2021, confermavano la presenza di contenuti redatti principalmente in lingua inglese.

Nel dettaglio, l'homepage riportava le immagini della confezione del prodotto, recante i loghi "*FDA approved*", "*Made in America*", "*Medical travel certified*" di tre dottoresse in camice bianco con lo stetoscopio al collo, nonché le enfatiche indicazioni "*Change your eye color is possible now*", e, più sotto, "*Crystal Eye Color Changing Drops 10+ Colors*".

Inoltre, nell'ambito delle FAQ veniva ascritta alle gocce la capacità di inibire l'attivazione degli enzimi chiave necessari per la produzione della melanina con la graduale diminuzione dei livelli in un periodo compreso tra 25 e 52 giorni. Il cambiamento del colore degli occhi veniva vantato per 12 mesi. Veniva, altresì, precisato che il prodotto, commercializzato sul mercato americano dal 2017, aveva conseguito l'approvazione della FDA e che lo stesso poteva essere utilizzato anche da chi ha subito un intervento di chirurgia oculare tramite l'impiego di laser purché sia decorso un anno.

7. Nella parte mediana dell'homepage figurava l'indicazione "*LIGHTEN AND BRIGHTEN YOU EYE COLOR Lightning Drops - Speed up the eye color changing process for those who changes eye color from brown to light eye color*" e le affermazioni "*ABOUT SAFETY. Your health & safety means everything. Our products have been sold on the US market since 2017 and have been*

approved by FDA". Cliccando il tasto rosa "Read more about safety" l'utente veniva reindirizzato alla pagina www.changeicolor.com/pages/about-safety in cui erano vantati la produzione delle gocce negli Stati Uniti nel rispetto delle buone politiche di produzione (GMP) proprie dell'industria farmaceutica, il carattere sterile di tutte le apparecchiature, dei locali produttivi e delle confezioni, nonché le rigorose procedure di controllo. La selezione di ingredienti naturali, inoltre, assicurava una garanzia di sicurezza al 100%, nonché la loro massima tollerabilità anche dagli occhi più sensibili in ragione dell'assenza di conservanti nocivi, parabeni, profumi e alcol. La sezione era chiusa dall'immagine dei tre loghi Medical travel certified, Trustpilot e FDA approved.

8. Infine, l'identità del professionista e il suo indirizzo geografico erano ricavabili esclusivamente consultando il documento "Privacy Policy" grazie all'omonimo collegamento ipertestuale riportato nel footer.

Attività istruttoria

9. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 29 aprile 2021 è stato comunicato alle società TikTok Technology Limited e Crystal Drops.Co l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11990¹. In tale sede è stato ipotizzato che le condotte dei professionisti fossero suscettibili di integrare una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e comma 4, 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale tali da costituire una fattispecie di pubblicità occulta rispetto alla quale i consumatori potrebbero non attivare quelle naturali difese interpretative che si innescano in presenza di un dichiarato intento pubblicitario.

E' stato, altresì, ipotizzato che la condotta posta in essere da Crystal Drops.Co, sul sito *web* <https://www.crystaldrops.co> fosse suscettibile di integrare sia una violazione degli artt. 9, 20, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a trarre in errore i consumatori sulle effettive caratteristiche del prodotto, in modo da indurli all'utilizzo senza l'adozione delle necessarie cautele e del rispetto delle normali regole di prudenza e vigilanza, sia una violazione dell'art. 49, comma 1, lettere *b*), e *c*), del medesimo Codice stante la difficile reperibilità delle informative relative all'identità e all'indirizzo del professionista e l'omessa indicazione del suo recapito telefonico.

10. Con nota del 30 giugno 2021, TikTok ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive².

11. Il professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 3 giugno 2021 e 30 settembre 2021³.

12. In data 11 ottobre 2021 il professionista è stato sentito in audizione in teleconferenza tramite la piattaforma Webex⁴.

13. In data 21 giugno 2021, il professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrata in

¹ Cfr. doc. n. 6 dell'indice del fascicolo istruttorio.

² Cfr. doc. n. 13 dell'indice del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. docc. nn. 10 e 18 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. n. 22 dell'indice del fascicolo istruttorio.

data 9 novembre. 11 e 21 aprile 2022. Una versione consolidata è stata fornita in data 17 giugno 2022⁵.

14. In data 11 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

15. La comunicazione di avvio del procedimento nei confronti di Crystal Drops.Co. è stata effettuata tramite pubblicazione nel Bollettino dell'Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 19, comma 2, del Regolamento sulle procedure istruttorie. Con le medesime modalità sono stati notificati alla società i provvedimenti di proroga del termine di conclusione del procedimento e la comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria.

La società non ha partecipato al procedimento.

III.2 Gli elementi acquisiti

16. Nel corso dell'istruttoria è emerso che il video censurato è stato rimosso dalla piattaforma di TikTok⁷.

17. Con riguardo al sito web <https://www.changeicolor.com>, dalle rilevazioni compiute d'ufficio l'11 maggio 2022 sono emerse significative modifiche: il sito, infatti, risulta attualmente in lingua italiana e sono stati rimossi i loghi relativi a presunti riconoscimenti o approvazioni (Medical travel certified, Trustpilot e FDA approved), nonché le immagini di dottoresse in camice.

18. Nel dettaglio, l'homepage riporta, dopo le immagini di occhi dai diversi colori, la confezione del prodotto con la seguente descrizione: *"Gocce di fulmine. Accelera il processo per chi cambia il colore degli occhi dal colore degli occhi marroni al colore degli occhi chiari"*, e l'indicazione *"A proposito di sicurezza"* seguita dal tasto *"Scopri di più"* che ove cliccato, rimanda alla pagina https://www.crystaldrops.co/pages/about-safety?spm=..index.image_text_2.1 dove viene precisato che il prodotto offre *"massima tolleranza per gli occhi più sensibili, privo di tutti i conservanti nocivi, parabeni, profumi e alcol. Le nostre formulazioni di colliri sono completamente sterili, bilanciate al PH dell'occhio. Con l'ulteriore vantaggio di acqua sterile e soluzione salina; le nostre gocce lavorano in equilibrio con il tuo corpo, assicurando che le gocce possano essere applicate anche agli occhi più sensibili"* e che sono prodotte *"nel rispetto delle buone politiche di produzione (GMP)"*.

19. I vanti sull'efficacia e sulla sicurezza sono, poi, rinvenibili nelle faq dove si legge: *"il nostro prodotto è efficace su tutti i colori degli occhi"*; *"i risultati sono semipermanenti e possono durare fino a diversi anni, dopo questa durata il colore naturale degli occhi tornerà lentamente"*; *"i nostri colliri sono formulati per mantenere i tuoi occhi idratati durante l'intero processo, abbiamo avuto zero (0) problemi derivanti da qualsiasi cliente sia passato che presente e tutte le prove hanno dimostrato nessun effetto collaterale"*.

20. In fondo alla homepage è riportata la seguente avvertenza *"... Le nostre affermazioni si basano su studi clinici, ma tutte le persone sono diverse e i risultati dell'uso di Crystal Drops variano e alcuni uomini potrebbero non vedere alcun miglioramento. Tuttavia, ciò che possiamo garantire è*

⁵ Cfr. doc. n. 47 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. nn. 37, 38 e 43 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. n. 41 dell'indice del fascicolo istruttorio.

che ti offriamo un rimborso se non vedi alcun risultato dopo 160 giorni e hai seguito le semplici condizioni nella nostra Garanzia sull'impegno del colore".

Permane, infine, la difficoltà di rintracciare l'identità del professionista e il suo indirizzo geografico che risultano indicati esclusivamente nel documento "politica sulla riservatezza" consultabile grazie all'omonimo collegamento ipertestuale riportato nel *footer*.

III.3 Gli impegni del professionista TikTok Technology Limited

21. Al fine di superare le preoccupazioni sollevate dall'Autorità nella comunicazione di avvio del procedimento, in data 17 giugno 2022, TikTok ha presentato la versione consolidata della propria proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento. In particolare, il professionista ha descritto nei seguenti termini le misure attuate nel corso del procedimento, nonché le misure da implementare.

Le misure attuate

22. Al fine di comprendere la portata degli impegni, il professionista ha premesso che sulla piattaforma è possibile pubblicare contenuti pubblicitari a pagamento ("Paid Ads") e, su *account* individuali, contenuti promozionali in cui viene esplicitata l'esistenza di un rapporto con il *brand* promosso ("Contenuti Brandizzati").

23. Segnatamente, con riferimento alle "Paid Ads", il professionista ha rinnovato la veste grafica delle *policy* facenti parti dei "Termini di Servizio per gli Utenti Professionali" (al cui rispetto sono vincolati gli utenti *business*) in modo da consentirne una più agevole consultazione: sono stati aggiunti una navigazione laterale, testi in caselle e icone più chiare rispetto a quelle utilizzate in precedenza.

In particolare, una delle *policy* cui sono soggetti gli utenti *business* è l'"Ad Creatives and Landing Page" in cui viene precisato che è applicabile a tutti gli annunci visualizzati in EMEA (Europe, Middle East, Africa) e che l'età minima di accesso alla piattaforma è di 13 anni.

24. Con riferimento ai Contenuti brandizzati, invece, il professionista ha introdotto:

a) l'interruttore per contenuti cd. "brandizzati", definito *Branded Content Toggle*, che tutti i *creator* possono attivare per comunicare con immediatezza l'esistenza di un rapporto commerciale con un marchio. Più precisamente, il *creator* può attivare l'interruttore di propria iniziativa alla pubblicazione di un contenuto (e, in tal caso, viene automaticamente inserita l'etichetta "#adv"). L'interruttore si attiva automaticamente quando un *creator* con più di 10.000 *followers* inserisce l'avvertenza "#adv" o similare.

Il *Creator* con meno di 10.000 *followers*, qualora utilizzi nella redazione di un contenuto l'hashtag #adv (o indicazione similare), prima della pubblicazione del contenuto stesso, riceve la notifica "E' un contenuto brandizzato?" e l'invito a prendere in considerazione l'Informativa sui Contenuti Brandizzati e a valutare la necessità di attivare l'interruttore;

b) l'analisi – a cura della piattaforma – del contenuto dell'utente appena lo stesso attiva l'interruttore, in modo da verificarne la conformità all' "Informativa sui Contenuti Brandizzati" e alle "Linee Guida della Community": solo in caso di esito positivo si procede alla pubblicazione del contenuto;

c) il documento, denominato "Informativa sui Contenuti Brandizzati" e diretto ai *creator*, in cui si precisa che per Contenuti Brandizzati si intende qualsivoglia contenuto "per cui [il creator] riceverà (o ha già ricevuto) qualcosa di valore da una terza parte (come un marchio) in cambio [di un] post,

per promuovere i prodotti o il servizio di quel marchio”...e viene altresì ribadito (al creator) che: “deve essere chiaro dal tuo post sponsorizzato quale prodotto o servizio stai promuovendo, senza richiedere agli utenti di accedere alla pagina del tuo profilo o a link aggiuntivi” e che i creator devono “sempre utilizzare l'interruttore dei contenuti brandizzati quando pubblicano contenuti brandizzati (salvo siano localizzati in un paese in cui l'interruttore non è disponibile)”. L'informativa è corredata dall'elenco di prodotti per i quali vige, a livello mondiale o nei singoli Paesi, un divieto di pubblicità (i.e.: armi, sigarette, giochi d'azzardo, etc.);
d) la sezione informativa “Contenuto di brand su TikTok” alla pagina web <https://support.tiktok.com/it/business-and-creator/creator-and-business-accounts/branded-content-on-tiktok> dove viene precisato che l'Interruttore per Contenuti Brandizzati “ti aiuta a comunicare chiaramente che esiste una relazione commerciale tra te e un'azienda”.

Le misure da implementare

25. TikTok ha illustrato poi le seguenti misure in via di sviluppo, impegnandosi a completarne l'implementazione entro il 30 giugno e il 30 settembre 2022. Nel dettaglio:

- a) l'Informativa sui Contenuti Brandizzati sarà espressamente richiamata nei nuovi Termini di Servizio di TikTok in modo che sia facilmente accessibile a tutti gli utenti e sarà corredata dall'invito al rispetto delle regole in essa poste (entro fine giugno 2022);
- b) sarà implementata la funzione di segnalazione *in-app* attraverso l'inserimento della nuova categoria “Undisclosed branded content” (che sarà denominata in italiano) che potrà essere selezionata dal *menu* nei casi in cui emergano sospetti di Contenuti Brandizzati occulti (entro fine settembre 2022)⁸;
- c) sarà adottata una nuova versione de “Termini di Servizio” in cui:
 - sarà espressamente riconosciuta la facoltà di segnalare eventuali violazioni delle *policy* di TikTok, inclusa la pubblicazione di un Contenuto Brandizzato in difetto dell'avvertenza sulla natura pubblicitaria: “Potete segnalare contenuti illegali sospetti o contenuti che violano in altro modo le nostre Linee Guida della Community tramite la funzione di segnalazione fornita dalla Piattaforma o al presente link: <https://www.tiktok.com/legal/report/feedback?lang=it>”);
 - sarà resa una più chiara informativa sulle azioni adottate dalla piattaforma per gestire le segnalazioni⁹ attraverso una riformulazione dell'art. 6. Quest'ultimo reciterà: “Potremo condurre

⁸ Allo stato, nei “Termini di Servizio” viene riconosciuta la facoltà di segnalazione (“Se desiderate sporgere reclamo in merito a informazioni e materiali caricati da altri utenti ovvero qualora vi siano problematiche di diversa natura che desiderate segnalarci, potete contattarci all'indirizzo <https://www.tiktok.com/legal/report/reports>”). Inoltre, le “Linee Guida della Community” recitano: “Incoraggiamo inoltre i membri della nostra comunità ad utilizzare gli strumenti di TikTok per segnalare contenuti che potrebbero violare le nostre Linee Guida”, fornendo il link alla pagina web <https://support.tiktok.com/it/safety-hc/report-a-problem> dove segnalare qualsiasi contenuto inappropriato.

La facoltà di segnalazione si esercita anche tramite *smartphone*:

i) attraverso un *click* prolungato direttamente sul video (c.d. “*long-clicking*”), ossia l'utente tiene premuto il dito sul contenuto per 3 secondi e quindi può selezionare l'opzione “Segnala” e poi scegliere una “categoria” tra quelle elencate (allo stato non è prevista la categoria “Pubblicità occulta” e l'utente può selezionare la categoria “Altro” se non reputa appropriata nessuna delle categorie di reclamo contemplate;
ii) selezionando, in alternativa, il pulsante “Condividi”, posto sul contenuto, poi l'opzione “Segnala” e, infine, la categoria di interesse.

⁹ Quanto alla gestione della segnalazione su un contenuto, il professionista ha riferito che un *team* di moderazione altamente qualificato esamina i reclami alla luce dei Termini di Servizio e delle altre politiche rilevanti, adottando le misure appropriate il più rapidamente possibile e comunque secondo una tempistica legata alla complessità della fattispecie. In particolare, il sistema progressivo di azioni coercitive (descritto all'art. 6 de “Termini di servizio”) riflette sia la gravità

apposite indagini nel caso in cui dovessimo sospettare violazioni dei presenti Termini e delle Linee Guida della Community. Nel fare ciò, saremo sin d'ora autorizzati a rimuovere alcuni o tutti dei tuoi contenuti, o a sospendere il tuo accesso ad alcune o tutte le funzionalità della Piattaforma, agendo ragionevolmente e in modo obiettivo, a seconda della gravità della violazione sospettata.

Potremmo inoltre decidere di sospendere o chiudere, temporaneamente o permanentemente, il tuo profilo, o imporre limiti o restringere il tuo accesso alle funzionalità della Piattaforma qualora:

- dovessimo ragionevolmente e non arbitrariamente ritenere che abbiate commesso gravi e ripetute violazioni dei presenti Termini o delle Linee Guida della Community;
- dovessimo ragionevolmente ritenere, sulla base di motivi oggettivi, che stiate per commettere una grave violazione dei presenti Termini o delle Linee Guida della Community;
- dovessimo essere obbligati a fare ciò a valle di regolari procedimenti giudiziari;
- ciò sia ragionevolmente richiesto ai fini della risoluzione di un grave problema tecnico o di sicurezza.

Ti avviseremo in anticipo, garantendoti così il tempo necessario per scaricare i tuoi dati dall'applicazione (maggiori informazioni sul come farlo sono disponibili [qui](#)), salvo il caso in cui non sia inappropriato farlo, oppure dovessimo ritenere che l'accesso continuato al tuo profilo possa cagionare danni a noi, alle Società Collegate, a qualsiasi altro utente, ad altri soggetti terzi o violare la legge applicabile.

Qualora dovessi ritenere che vi sia stato un errore nel sospendere o chiudere il tuo profilo, potrai presentare reclamo attraverso l'apposita funzionalità messa a disposizione sulla Piattaforma o cliccando [qui](#) e rivedremo la nostra decisione, decidendo di nuovo.

In breve: la Piattaforma è soggetta a specifiche regole e qualora dette regole dovessero essere violate, TikTok potrà prendere provvedimenti nei vostri confronti, ivi inclusa la chiusura del tuo profilo" (entro fine giugno 2022);

d) sarà rimodellata la richiesta di consenso alla Pubblicità Personalizzata, in modo da: i) rappresentare su uno stesso livello e con lo stesso risalto le possibili opzioni (consenso e rifiuto); ii) includere informazioni chiave aggiuntive sulla Pubblicità Personalizzata nel corpo della stessa richiesta; iii) inserire un *link* a informazioni aggiuntive sulla Pubblicità Personalizzata e sulle conseguenze del consenso alla sua ricezione (entro la fine di settembre 2022);

e) sono, infine, in corso di svolgimento appositi *test* (commissionati a soggetti terzi e indipendenti) volti a valutare l'adozione di nuovi indicatori di annunci pubblicitari (*paid ads*) e di contenuti brandizzati, in sostituzione delle attuali etichette *hashtag*. La società, in particolare, sta valutando l'adozione della dicitura "*partnership retribuita*" e l'introduzione di uno strumento per taggare il *brand* coinvolto rendendo così ancora più palese che il contenuto pubblicato è sponsorizzato.

della violazione sia l'eventuale reiterazione della stessa. Pertanto, gli utenti responsabili di violazioni multiple potranno essere soggetti ad una serie di misure progressive dalla rimozione dei video non conformi all'inammissibilità dei video al feed "Per Te", dalle sospensioni temporanee all'interdizione permanente dalla piattaforma.

Anche nelle "Linee Guida della Community" si legge che "Rimuoviamo qualsivoglia contenuto – video, audio, live, immagini, commenti, link e testo – che violi le nostre Linee guida. I soggetti coinvolti vengono informati delle nostre decisioni, nei confronti delle quali possono appellarsi qualora ritengano che non vi sia stata nessuna violazione. Procediamo a sospendere o a cancellare account e/o utenti in caso di violazioni gravi o ripetute; a tale scopo, teniamo conto anche di informazioni disponibili offline e su altre piattaforme."

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

26. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere a mezzo stampa, in data 24 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

27. Con parere pervenuto in data 23 giugno 2022, la suddetta Autorità, dopo aver considerato che la pubblicità delle gocce oculari diffusa sulla piattaforma TikTok e sul sito <https://www.changeicolor.com> può aver indotto i consumatori ad assumere decisioni di natura economica che altrimenti non avrebbero preso, ha ritenuto che l'utilizzo del mezzo *internet* abbia agevolato e amplificato significativamente la realizzazione delle condotte contestate ai professionisti.

V. VALUTAZIONI

28. Le contestazioni mosse ai professionisti nella comunicazione di avvio del presente provvedimento investono una ipotesi di pubblicità non trasparente con riferimento alla diffusione, sulla piattaforma TikTok, di un video diretto a reclamizzare le gocce oculari Crystal Drops, nonché la possibile ingannevolezza della comunicazione commerciale, avente ad oggetto il medesimo prodotto, diffusa sul sito *web* <https://www.changeicolor.com> e riconducibile a Crystal Drops.Co.

V.1 Premessa

29. Deve preliminarmente osservarsi che nel mondo digitale - sempre più in espansione - video, foto, *post* e *tweet* pubblicati sui *social media* costituiscono gli strumenti abituali degli utenti per comunicare con l'esterno e realizzare un coinvolgimento emotivo dei destinatari del proprio racconto.

30. Di qui discende la necessità di rendere i consumatori consapevoli del fatto di trovarsi al cospetto di un vero e proprio messaggio pubblicitario, e non di fronte ad un racconto spontaneo e disinteressato del vissuto quotidiano del personaggio.

31. In questo settore, dunque, è di fondamentale importanza garantire ai consumatori la massima trasparenza e chiarezza sull'eventuale contenuto pubblicitario delle comunicazioni diffuse sui *social*, considerato che il *marketing* occulto è particolarmente insidioso poiché idoneo a privare i destinatari delle naturali difese attivate in presenza di un dichiarato intento pubblicitario.

32. Le suindicate esigenze di trasparenza e chiarezza necessitano di trovare adeguata risposta rispetto ad una piattaforma di condivisione di contenuti - come quella interessata dal procedimento - particolarmente popolare tra i giovani a livello globale.

33. Di tal guisa, le modalità di identificazione di una comunicazione commerciale su *internet*, tramite per esempio l'utilizzo di indicatori di annunci pubblicitari o di contenuti brandizzati (i.e. *hashtag* quali #adv o #sponsored by) rappresentano un utile mezzo di riconoscimento del messaggio pubblicitario, sia quando questo è promosso da personaggi noti (*influencer* e *micro-influencer*) sia allorquando sia promosso da un utente comune, invogliato a postare tali contenuti in cambio di una utilità, ancorché di natura non direttamente economica, come quella di ottenere maggiore visibilità sulla rete.

V.2 Gli impegni di TikTok

34. Inquadrate il contesto in cui si colloca la proposta di impegni di TikTok, l'Autorità ritiene che le misure via via implementate dal professionista nel corso del procedimento, nonché quelle che adoterà rispondano ai principi generali di riconoscibilità sopra delineati e siano idonei a sanare il profilo di possibile scorrettezza della pratica commerciale contestata a TikTok nella comunicazione di avvio del procedimento.

35. Nella comunicazione di avvio, invero, si contestava che sulla piattaforma TikTok era stato pubblicato un video in cui veniva vantata l'efficacia delle gocce oculari Crystal Drops in assenza di indicazioni idonee a palesare l'intento pubblicitario.

36. Al fine di evitare generalizzati fenomeni di pubblicità non trasparente, il professionista ha predisposto un documento vincolante - l'Informativa sui contenuti brandizzati - che reca l'invito a palesare la promozione di un prodotto (o servizio) e a utilizzare l'interruttore dei contenuti brandizzati, così da incoraggiare gli utenti a rivelare l'esistenza di contenuti brandizzati.

37. A tale misura si aggiunge l'impegno del professionista a verificare la conformità all'"Informativa sui Contenuti Brandizzati" e alle "Linee Guida della Community" dei contenuti pubblicati dal singolo creator. Siffatto impegno integra un controllo preliminare ed è volto a precludere la pubblicazione di eventuali contenuti non coerenti con le linee di indirizzo della piattaforma.

38. Inoltre, la realizzazione di un'apposita sezione informativa *on line*, rubricata "Contenuto di brand su TikTok", rimarca l'esigenza di una pubblicità trasparente, contribuendo ad accrescere la sensibilità degli utenti sul tema.

39. Nella nuova versione dei "Termini di Servizio" viene richiamata l'Informativa sui contenuti brandizzati ed esplicitato che il creator, quando pubblica contenuti relativi a un marchio o a un prodotto in cambio di un corrispettivo o di un altro incentivo, è tenuto a rispettare la menzionata Informativa.

Tale previsione è resa vincolante dall'apparato sanzionatorio previsto in caso di violazione di legge o delle *policy* aziendali, nonché dal riconoscimento della facoltà di proporre reclamo che, nel loro insieme, attestano l'impegno del professionista volto a evitare usi distorti della piattaforma.

40. In tal senso, rileva l'inserimento della categoria "Undisclosed branded content", nell'ambito del *menu* dei motivi di reclamo che metterà a disposizione degli utenti un agile mezzo per individuare l'esatto oggetto della segnalazione, contribuirà ad accrescere la consapevolezza del divieto di pubblicità occulta e realizzerà uno strumento di rinforzo nel contrasto al fenomeno.

41. Giova infine aggiungere che, sebbene non strettamente connesse all'oggetto del procedimento, il professionista ha proposto ulteriori misure meritevoli di apprezzamento: la rinnovata veste grafica delle condizioni e *policy* per gli utenti *business* che ne consente una più agevole lettura e l'offerta di pubblicità personalizzata che viene presentata con modalità trasparenti.

42. In conclusione, alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati - che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

V.3 Le condotte di Crystal Drops.Co.

A) Diffusione del video relativo alle gocce oculari "Crystal drops"

43. Come evidenziato sopra, il procedimento ha interessato la società Crystal Drops.Co. in ragione del ritorno commerciale connesso alla diffusione, sulla piattaforma TikTok, del video relativo alle gocce oculari "Crystal drops".

44. Orbene, la diffusione di tale contenuto in assenza di avvertenze idonee a palesarne l'intento promozionale costituisce una condotta particolarmente insidiosa poiché in grado di neutralizzare le difese che l'utente di una pubblicità riconoscibile pone in essere. Ciò in violazione degli artt. 20, comma 2, e 23, comma 1, lettera m), del Codice del Consumo che individua una specifica ipotesi di pubblicità occulta.

In ogni caso rileva l'art. 22, comma 2, del medesimo Codice che, con una norma di natura generale, considera omissione rilevante la condotta del professionista che non indichi l'intento commerciale, qualora non risulti già evidente dal contesto.

45. Nella fattispecie, rileva, da un lato, la natura pubblicitaria del video e, dall'altro, la sua non riconoscibilità come tale.

Si osserva che l'accertamento dello scopo promozionale presuppone normalmente l'individuazione di un rapporto di committenza tra i professionisti ed il mezzo su cui la comunicazione contestata è stata diffusa. Qualora tale rapporto non sia riscontrabile in base ad un accordo o ad altra prova piena e storica, assumono rilevanza ai fini probatori elementi gravi, precisi e concordanti dai quali possa desumersi la natura pubblicitaria del messaggio¹⁰.

46. Orbene, nel caso di specie, l'esplicita indicazione del marchio, la descrizione con toni enfatici delle caratteristiche delle gocce, nonché la menzione dell'approvazione conseguita dalla FDA costituiscono indizi dello scopo promozionale.

I menzionati elementi di natura indiziaria sono idonei a suffragare l'esistenza di un intento promozionale.

47. Accelerato, dunque, l'intento commerciale del video oggetto del procedimento sulla base dei sopradetti indizi, va rilevato che non stati adottati accorgimenti che consentano di renderne palese la finalità promozionale: infatti, non è stata inserita alcuna specifica avvertenza (i.e. *hashtag* quali #adv o #sponsored by), né è stato utilizzato un particolare *format* grafico.

48. Occorre poi evidenziare che, in ogni caso, la fattispecie integra una violazione dell'art. 21, comma 1, lettera b), e comma 4, del Codice del Consumo. Ciò in quanto il video non solo risulta del tutto carente delle informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno ai fini di una decisione commerciale consapevole, ma è suscettibile, in virtù del mezzo impiegato, di raggiungere gli adolescenti e di minacciarne la sicurezza.

¹⁰ In mancanza di un accordo, il criterio seguito dall'Autorità fin dalle prime pronunce con l'avallo della giurisprudenza amministrativa è stato quello della prova per presunzioni, in forza del quale il rapporto di committenza e, quindi, la natura promozionale di un messaggio è stata desunta da elementi indiziari, purché gravi, precisi e concordanti. È evidente, infatti, che nella generalità dei casi la dissimulazione dell'effettivo intento pubblicitario non può conciliarsi con la formalizzazione di un rapporto di committenza che renderebbe palese e trasparente la nascosta finalità reclamistica e quindi vanificherebbe il raggiungimento degli scopi dell'operazione pubblicitaria rivolta appunto all'aggiramento e all'elusione del divieto di pubblicità ingannevole.

Invero, i contenuti fruibili sulla piattaforma si rivolgono ontologicamente a minori e adolescenti i quali configurano in tal senso destinatari particolarmente vulnerabili delle pratiche poste in essere dai professionisti del settore.

Pertanto, il video segnalato limitandosi a suggerire con insistenza l'utilizzo di gocce da applicare sugli occhi, al fine di conseguire il cambiamento del colore dell'iride - senza fornire ulteriori informazioni e/o avvertenze - risulta suscettibile di indurre in errore i giovani destinatari circa le effettive caratteristiche del prodotto, di abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza e, quindi, di minacciare anche indirettamente, la loro sicurezza.

B) Diffusione della comunicazione commerciale sul sito <https://www.changeicolor.com>

49. Quanto al sito <https://www.crystaldrops.co.>, riconducibile a Crystal Drops.Co, la versione visualizzabile fino al 12 maggio 2022, sebbene destinata a consumatori italiani, era redatta in lingua inglese in contrasto con l'art. 9 del Codice del Consumo che richiede che tutte le informazioni destinate ai consumatori debbano essere rese almeno in lingua italiana.

Inoltre, le affermazioni relative all'esibizione dei loghi quali "Trustpilot", "FDA approved" e "Medical travel certified" non risultavano minimamente circostanziate e apparivano rese al solo fine di rafforzare la sicurezza e la credibilità dell'efficacia del prodotto reclamizzato, in violazione dell'art. 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

Parimenti, nella versione del sito adottata fino al 12 maggio 2022, non risultava chiarita la natura, la composizione e la reale efficacia delle gocce. Il vanto sulla capacità del prodotto di cambiare il colore degli occhi permanentemente non risulta suffragato da alcun elemento e, parimenti, le dichiarazioni sulla sicurezza non sono corredate da alcuno studio. Invero, solo nell'ambito delle FAQ, in una pagina peraltro a consultazione eventuale, si dava atto che il cambiamento del colore dell'iride era limitato a 12 mesi.

50. Neppure nella nuova versione del sito *web* il professionista ha colmato le descritte carenze informative. Siffatto comportamento appare contrario alla diligenza professionale - che si può ragionevolmente attendere da un operatore del settore ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo - e contrario agli artt. 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del medesimo Codice in quanto idoneo a trarre in errore i consumatori sulle effettive caratteristiche del prodotto, in modo da indurli ad un incauto utilizzo.

C) Violazione della disciplina sulle informazioni per i consumatori nei contratti negoziati a distanza

51. Risultano, infine, in violazione dell'art. 49, comma 1, lettere *b*), e *c*), del medesimo Codice le modalità di indicazione dell'identità e dell'indirizzo del professionista essendo tali informative relegate nell'ambito del documento sulla riservatezza, a consultazione eventuale, il cui *link* è posizionato in modo non evidente, nel *footer* della *homepage*; risulta, infine, omesso il recapito telefonico attraverso il quale contattare il professionista.

V.4 Conclusioni

52. Alla luce di quanto sopra esposto, si ritiene che gli impegni presentati da TikTok Technology Limited soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e siano idonei,

nei termini sopra esposti, a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale contestata alla società.

53. Con riguardo a Crystal Drops.Co, alla luce dei riscontri complessivamente acquisiti nell'ambito del procedimento, il video censurato presenta gli estremi di una pubblicità non trasparente, comprovata da elementi indiziari, gravi, precisi e concordanti.

54. Pertanto, la pratica commerciale posta in essere da Crystal Drops.Co. risulta scorretta ai sensi degli artt. degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 2, 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e suscettibile di costituire una fattispecie di pubblicità occulta. La pratica è idonea a ingannare sulle caratteristiche del prodotto e a porre in pericolo la sicurezza dei minori che utilizzano la piattaforma.

55. Con riguardo alla comunicazione commerciale diffusa sul sito <https://www.changeicolor.com> si osserva che in essa non viene chiarita né la natura, né la composizione del prodotto offerto in vendita; inoltre, le dichiarazioni sull'efficacia delle gocce e sulla loro sicurezza non risultano provate.

56. Pertanto, tale la condotta posta in essere da Crystal Drops. Co., costituisce una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 9, 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a ingannare sulle caratteristiche del prodotto e a porre in pericolo la sicurezza dei consumatori.

57. Infine, la condotta realizzata da Crystal Drops. Co. sul sito *internet* <https://www.changeicolor.com> costituisce una violazione dei diritti dei consumatori ai sensi dell'art. 49, comma 1, lettere *b*), e *c*), del medesimo Codice stante la rilevanza delle omissioni riscontrate, idonee a pregiudicare l'esercizio di diritti contrattuali.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

58. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che accerta l'illiceità della condotta in violazione del Codice del Consumo, 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.

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

60. 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.

61. Con riguardo alla gravità della violazione *sub* punto II par. 4 A, nella fattispecie in esame si tiene conto dell'ampia diffusione dei contenuti specialmente tra i giovani, veicolati attraverso la piattaforma TikTok) sulla quale il video è stato diffuso.

62. Per quanto riguarda la durata della violazione, si ritiene che la pratica descritta al punto II par. 4 A sia stata posta in essere dal professionista dal mese di febbraio 2021 (data delle prime rilevazioni agli atti)¹¹ al 12 maggio 2022¹².

63. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria da irrogare a Crystal Drops.Co per la pratica descritta al capo II par. 4 A nella misura di 20.000 € (ventimila euro);

64. Con riguardo alla gravità della violazione *sub* punto II par. 4 B nella fattispecie in esame si tiene conto della pervasività del mezzo *internet* utilizzato, suscettibile di raggiungere un numero considerevole di utenti.

65. Per quanto riguarda la durata della violazione, si ritiene che la condotta descritta al capo II par. 4 B sia stata posta in essere dal professionista dal mese di febbraio 2021 (data delle prime rilevazioni agli atti)¹³ e sia ancora in corso.

66. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria da irrogare a Crystal Drops.Co per la condotta descritta al capo II par. 4 B nella misura di 15.000 € (quindicimila euro);

67. Con riguardo alla gravità della violazione *sub* punto II par. 4 C nella fattispecie in esame si tiene conto del pregiudizio all'esercizio di diritti fondamentali per il corretto funzionamento del commercio *online* ed, in particolare, della circostanza che il consumatore viene privato della possibilità di contattare il professionista.

68. Per quanto riguarda la durata della violazione, si ritiene che la condotta descritta al capo II par. 4 C sia stata posta in essere dal professionista dal mese di febbraio 2021 (data delle prime rilevazioni agli atti)¹⁴ e sia ancora in corso.

69. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria da irrogare a Crystal Drops.Co per la condotta descritta al capo II par. 4 C nella misura di 10.000 € (diecimila euro);

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Crystal Drops.Co. descritta al capo II par. 4 A risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e comma 4, 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale posta in essere da Crystal Drops.Co. descritta al capo II par. 4 B risulta scorretta ai sensi degli artt. 9, 20, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta posta in essere da Crystal Drops.Co. descritta al capo II par. 4 C risulta in violazione dell'art. 49, comma 1, lettere *b*), e *c*), del Codice del Consumo;

¹¹ Doc. n. 3 dell'indice del fascicolo istruttorio.

¹² Doc. n. 41 dell'indice del fascicolo istruttorio

¹³ Doc. n. 3 dell'indice del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Doc. n. 3 dell'indice del fascicolo istruttorio.

RITENUTO, inoltre, che gli impegni presentati dalla società TikTok Technology Limited nei termini sopra esposti al capo III. 2, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di conseguenza, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti di TikTok Technology Limited

DELIBERA

a) che la pratica descritta al punto II par. 4 A del presente provvedimento, posta in essere da Crystal Drops. Co., 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 *b*), e comma 4, 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *m*), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o la reiterazione;

b) di irrogare alla società Crystal Drops. Co., in relazione alla pratica commerciale di cui alla precedente lettera *a*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 € (ventimila euro);

c) che la pratica descritta al punto II par. 4 B del presente provvedimento, posta in essere da Crystal Drops. Co., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 9, 20, 21, comma 1, lettera *b*), 22, comma 2, e 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o la continuazione;

d) di irrogare alla società Crystal Drops. Co., in relazione alla pratica commerciale di cui alla precedente lettera *c*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 15.000 € (quindicimila euro);

e) che la condotta descritta al punto II par. 4 C del presente provvedimento, posta in essere da Crystal Drops. Co., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una condotta in violazione dei diritti dei consumatori ai sensi dell'art. 49, comma 1, lettere *b*), e *c*), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o la continuazione;

f) di irrogare alla società Crystal Drops. Co., in relazione alla violazione di cui alla precedente lettera *e*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro);

g) di rendere obbligatori, nei confronti della società TikTok Technology Limited ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera *a*), del Regolamento, gli impegni proposti dal menzionato professionista, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

h) di chiudere il procedimento nei confronti di TikTok Technology Limited senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera *a*), del Regolamento;

i) che la società TikTok Technology Limited entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

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

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it. Il pagamento può essere effettuato, per gli operatori aventi sede legale all'estero, tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR per il 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12032 - FLUX-BIGPRICE/PROBLEMATICHE VARIE SU VENDITE ON LINE
Provvedimento n. 30230

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTO il proprio provvedimento del 15 febbraio 2022, n. 30030, con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 10 maggio 2022, con il quale, ai sensi dell’articolo 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. La società Flux S.a.s. di Torri Simone (di seguito “Flux”, “Società” o “Professionista”), in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lett. b), del Codice del Consumo, è attiva nel commercio *online* di elettrodomestici, elettronica di consumo, articoli di arredamento e oggettistica varia, attraverso il sito *web* <https://www.bigprice.it/> (di seguito “Sito”). Nell’esercizio chiuso al 31 dicembre 2020, Flux ha dichiarato di aver realizzato un “Totale ricavi” pari a circa 10,5 milioni di euro¹.

II. LE CONDOTTE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal Professionista nell’attività di vendita *online* attraverso il proprio Sito, consistenti: *a)* nella diffusione di informazioni ingannevoli sulla disponibilità e sui tempi di consegna dei prodotti venduti *online*; *b)* nella scorrettezza del processo di vendita *online*, in particolare l’immediato addebito di pagamento e il successivo annullamento/risoluzione dell’ordine; *c)* nella ritardata/mancata consegna dei prodotti ordinati *online* e pagati dai consumatori; *d)* nell’omesso/ritardato rimborso di quanto corrisposto dai clienti a fronte dell’annullamento dell’ordine o dell’esercizio del diritto di recesso; *e)* nella mancata o inadeguata prestazione dei servizi di assistenza *post vendita*; *f)* nell’assenza sul Sito del modulo per l’esercizio del diritto di recesso (menzionato ma non effettivamente presente) e del *link* alla piattaforma di risoluzione extragiudiziale delle controversie (ODR).

¹ Fonte: Bilancio inviato dal Professionista con comunicazione prot. 46016 del 7 giugno 2022.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

3. A partire dal mese di luglio 2021 sono pervenute alcune segnalazioni di consumatori che lamentavano presunti comportamenti illeciti posti in essere da Flux nella commercializzazione *online* di elettrodomestici e prodotti elettronici, con specifico riferimento al mancato rispetto delle prospettate tempistiche di consegna dei prodotti venduti *online*, all'omesso rimborso del corrispettivo pagato dai consumatori a fronte dell'annullamento dell'ordine o del recesso dal contratto nonché alla mancata o inadeguata prestazione del servizio di assistenza post-vendita.

4. Nei giorni 2 dicembre 2021 e, in seguito, 17 maggio e 28 giugno 2022, sono state acquisite agli atti del fascicolo alcune pagine *web* del Sito del Professionista².

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 29 dicembre 2021 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio PS12032 (prot. 96210), con contestuale avvio del procedimento per l'eventuale sospensione provvisoria delle condotte, al fine di verificare l'esistenza di possibili violazioni degli articoli 20, 21, 22, 24, 25, 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), 54, 56 comma 1 e 61 del Codice del Consumo. In tale sede sono stati in particolare ipotizzati: l'ingannevolezza delle informazioni pubblicate sul Sito in relazione alla disponibilità e ai tempi di consegna dei prodotti offerti *online*; la scorrettezza del processo di vendita *online* con riguardo all'addebito di pagamento al momento dell'ordine (o al massimo entro 10 giorni lavorativi dallo stesso) per prodotti non effettivamente disponibili e al successivo annullamento unilaterale dell'ordine da parte del Professionista; l'omessa/inadeguata prestazione del servizio di assistenza post-vendita nonché il mancato/ritardato rimborso del corrispettivo versato dal consumatore a seguito dell'annullamento del contratto o dell'esercizio del diritto di recesso; il mancato assolvimento degli obblighi informativi per i contratti conclusi a distanza relativamente alla disponibilità del modulo per l'esercizio del diritto di recesso e alla possibilità di avvalersi di un meccanismo extra-giudiziale di risoluzione delle controversie.

6. Il Professionista ha depositato, nell'ambito del sub-procedimento cautelare, la propria memoria difensiva in data 11 gennaio 2022³ ed ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 13 gennaio 2022.

7. In data 19 gennaio 2022⁴, il Professionista ha integrato la predetta memoria e inviato la risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. Con provvedimento n. 30030 del 15 febbraio 2022, comunicato al Professionista in data 21 febbraio 2022 (prot. 21712), l'Autorità ha deliberato di adottare la misura cautelare, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, disponendo la sospensione provvisoria di ogni attività diretta alla promozione e vendita di prodotti non disponibili o comunque non realmente pronti per la consegna entro il termine indicato.

9. In data 4 marzo 2022 (prot. 24581), il Professionista ha trasmesso la propria relazione di ottemperanza al provvedimento, integrandola in data 28 marzo 2022 (prot. 29814), in risposta alla comunicazione dell'Autorità del 23 marzo 2022 (prot. 28869).

² Cfr. verbali di acquisizione del 2 dicembre 2021, del 17 maggio 2022 e del 28 giugno 2022.

³ Si veda la comunicazione trasmessa in data 11 gennaio 2022, prot. 11296.

⁴ Si vedano le comunicazioni trasmesse in data 19 gennaio 2022, prott. 13364, 13371 e 13374.

10. Con provvedimento del 10 maggio 2022, è stata disposta la proroga di quaranta giorni del termine di conclusione del procedimento, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, fissato alla data del 7 luglio 2022.

11. In data 24 maggio 2022 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, fissata alla data del 6 giugno 2022.

12. In data 7 giugno 2022 è stata trasmessa la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto il 1° luglio 2022.

13. Il Professionista ha fatto pervenire la propria memoria conclusiva con i relativi allegati in data 7 giugno 2022⁵.

2) Le evidenze acquisite

14. Dalle risultanze istruttorie è emerso che il Professionista propone in vendita sul proprio Sito diversi prodotti, principalmente elettrodomestici ed elettronica di consumo, prospettandoli come disponibili e pronti per la consegna nei tempi indicati, salvo poi – dopo aver proceduto all'addebito del prezzo di acquisto (per importi anche elevati, data la natura della merce venduta) – non consegnare i prodotti acquistati dai consumatori, anche a distanza di mesi dall'acquisto e nonostante la ricezione di diversi solleciti, omettendo di fornire adeguata assistenza *post-vendita* e ostacolando l'esercizio dei diritti di recesso e rimborso dei clienti.

15. Considerate le numerose segnalazioni pervenute in Autorità, si riportano nei paragrafi che seguono, a mero titolo esemplificativo, le più significative vicende denunciate⁶, evidenziando come le condotte sopra descritte e nel prosieguo compiutamente documentate abbiano continuato a essere oggetto di segnalazione fino al mese di giugno 2022⁷.

Il processo di vendita online: il pagamento e la successiva lavorazione dell'ordine

16. Alla luce dell'istruttoria condotta, sulla base sia delle informazioni pubblicate sul Sito sia delle varie denunce dei consumatori, il processo di vendita *online* adottato dal Professionista configura in sostanza il pagamento del prodotto come condizione indefettibile per la successiva lavorazione dell'ordine di acquisto. La disciplina contrattuale delineata da Flux prevede infatti, da un lato, che la conclusione del contratto coincida con l'accettazione dell'ordine da parte del Professionista⁸ e, dall'altro lato, che l'ordine venga considerato solo come una proposta di acquisto in attesa di conferma fino all'effettivo pagamento da parte del cliente: nelle condizioni di vendita è precisato che l'ordine di acquisto sarà "lavorato" solo dopo l'accredito del prezzo di acquisto sul conto corrente del Professionista, che dovrà avvenire entro 10 giorni dall'inoltro di tale ordine, e che *medio tempore* la disponibilità dei prodotti potrà anche cambiare⁹.

⁵ Si veda la comunicazione trasmessa in data 7 giugno 2022, prot. 46016.

⁶ Per quanto concerne le segnalazioni pervenute in Autorità, sono state acquisite agli atti circa 80 denunce.

⁷ Cfr. segnalazioni prott. 44477 del 30 maggio 2022, 45534 del 3 giugno 2022, 45567 del 3 giugno 2022, 47057 del 9 giugno 2022 e 50148 del 23 giugno 2022.

⁸ Ai sensi dell'art. 3.2 dei "TERMINI E CONDIZIONI DI VENDITA", "Il contratto di acquisto stipulato tra Bigprice e il Cliente deve intendersi concluso con l'accettazione, anche solo parziale, dell'ordine del Cliente da parte di Bigprice. L'accettazione viene espressa mediante e-mail di conferma spedita all'indirizzo di posta elettronica indicato dal Cliente".

⁹ Cfr. art. 5.1 dei "TERMINI E CONDIZIONI DI VENDITA": "Il pagamento dovrà essere effettuato entro i 10 giorni lavorativi dalla data dell'ordine che verrà lavorato soltanto successivamente all'effettivo accredito sul c/c bancario di Flux s.a.s. Fino a quel momento l'ordine inserito dal cliente viene considerato soltanto una proposta di acquisto in attesa di

17. Il Professionista invia dunque al consumatore la *mail* di conferma e accettazione dell'ordine solo dopo aver ricevuto l'effettivo accredito del corrispettivo del prodotto venduto *online*, senza peraltro procedere all'accantonamento del prodotto ai fini della consegna, atteso che prevede espressamente che la disponibilità dei prodotti possa cambiare prima del pagamento¹⁰. A tale riguardo, si deve evidenziare che la Società, come espressamente indicato nella documentazione prodotta¹¹, "*compra direttamente dalle case costruttrici e dai grossisti/distributori presenti sul territorio europeo*", con la precisazione tuttavia che "*l'acquisto della merce in genere avviene sul venduto ("drop shipping"): ciò al fine di evitare un reale magazzino a terra della merce e generare un anticipo di denaro*".

18. Tale modalità di gestione del processo di vendita *online* è confermata dalle numerose segnalazioni pervenute, dalle quali emerge che i consumatori hanno proceduto al pagamento anticipato del bene contestualmente all'invio dell'ordine (o al più tardi successivo di 10 giorni lavorativi, come specificato nelle condizioni di vendita), a dimostrazione del fatto che il pagamento è configurato come condizione per la lavorazione di quest'ultimo e la spedizione del prodotto.

Le informazioni sulla disponibilità e sui tempi di consegna dei prodotti venduti online e la mancata o ritardata consegna degli stessi

19. Alla luce delle evidenze acquisite nel procedimento, il Professionista pubblica offerte *online* anche in relazione a prodotti dei quali non ha ancora la disponibilità materiale né è in grado di prevedere la tempistica di assortimento in magazzino. Infatti, dalle risultanze istruttorie è emerso che il Professionista propone in vendita, sul proprio Sito, diversi prodotti, principalmente di elettronica ed elettrodomestici, prospettandoli come disponibili e potenzialmente pronti per la consegna nei tempi prospettati, salvo poi non consegnare gli articoli ordinati e pagati dai consumatori, anche a distanza di mesi dall'acquisto e nonostante la ricezione di diversi solleciti. La sussistenza di tale condotta è avvalorata dalle testimonianze dei consumatori riportate nelle numerose segnalazioni (circa 80) affluite al fascicolo del procedimento fino al mese di giugno 2022, come di seguito descritto.

20. In particolare, al momento dell'avvio del procedimento, nella *homepage* del Sito, su cui campeggiava l'avvertenza a caratteri cubitali "*CORONAVIRUS#-POSSIBILI RITARDI NELLE CONSEGNE*" (attualmente ancora presente¹²), erano visibili le immagini di alcuni prodotti accompagnati dalla precisazione (evidenziata in colore verde) "*Evadibile in XX/XX giorni lavorativi*" (Fig. 1).

conferma e la disponibilità dei prodotti da parte di Bigprice potrà cambiare. (es: prodotto disponibile nel momento della conferma di ordine, dopo 5 giorni, al ricevimento dell'accredito, prodotto disponibile in x giorni lavorativi). I tempi di evasione ordine decorreranno dalla data in cui è stato registrato e notificato l'avvenuto pagamento da parte dell'amministrazione (da 1 a 5 giorni)".

¹⁰ Rileva, in proposito, anche l'ampio margine di discrezionalità riservato a Flux nell'art. 4.3 dei "TERMINI E CONDIZIONI DI VENDITA", su cui *infra*.

¹¹ Cfr., in particolare, la memoria finale del 7 giugno 2022, prot. 46016, e relativi allegati nn. 2 e 3.

¹² Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 17 maggio e del 28 giugno 2022.

Fig. 1

		
★★★★★	★★★★★	★★★★★
Lg LG S12ET NSJ/S12ET UA3 Climatizzatore Libero Smart da 12000 btu inverter con	Candy Candy GV5F H8A3TREX-01 Asciugatrice Libera installazione Caricamento frontale	Candy Candy 31101821 CSO H1 S Asciugatrice Libera insta Caricamento
Evadibile in 7/10 gg lavorativi	Evadibile in 10/28 gg lavorativi	Evadibile in 10/28 gg lavorz
€ 440,01	€ 543,05	€ 382,99

21. Nelle schede relative ai singoli prodotti, accessibili cliccando sull'area circostante i vari articoli, era presente la locuzione (scritta in colore verde) "Questo prodotto è evadibile in circa XX gg lavorativi", con l'ulteriore avvertenza standardizzata (evidenziata in colore rosso) "I tempi di evasione potrebbe subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva" (Fig. 2). In fondo alla pagina web della scheda prodotto era posizionato il pulsante "ACQUISTA".

Fig. 2

CORONAVIRUS# - POSSIBILI RITARDI NELLE CONSEGNE

» Candy CSO4 H7A1DE-S Asciugatrice Libera installazione Caricamento frontale Bianco 7 kg A+



Candy
Candy CSO4 H7A1DE-S Asciugatrice Libera installazione
Caricamento frontale Bianco 7 kg A+

★★★★★ | 0 Recensione(i)

Candy CSO4 H7A1DE-S, Libera installazione, Caricamento frontale, Pompa di calore, Bianco, Sinistra, Bianco

7 kg, A+, 269 kWh/anno, 67 dB(A), Wi-Fi + Bluetooth, 37.5 kg, Bianco





Questo prodotto è evadibile in circa 5/8 gg lavorativi

[I tempi di evasione potrebbe subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva.](#)

Modalità di spedizione e servizio Installazione potrai selezionarli nei passaggi successivi

Calendario spedizioni estive, [clicca qui per ulteriori informazioni](#)

€ 370,00

22. Per quanto concerne la nozione di prodotto “evadibile”, l’unica indicazione in merito a tale formulazione si rinveniva (e si rinviene tuttora) nelle condizioni di vendita (art. 7.1), rimaste immutate¹³, che si limitano a fare riferimento ad approssimative e non meglio definite “*tempistiche di evadibilità*”, decorrenti dalla data di entrata in lavorazione dell’ordine (successiva all’effettivo accredito del pagamento sul c/c bancario del Professionista) e destinate a protrarsi fino alla consegna della merce al corriere, che asseritamente dovrebbe prelevarla dai depositi della Società¹⁴.

23. In proposito, nella risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento¹⁵, la Società non ha fornito spiegazioni più precise, limitandosi a riprodurre alcune schermate del proprio sito *web* e a specificare che i tempi indicativi di “*evasione dell’articolo*” (definiti come giorni lavorativi necessari a partire dalla conferma dell’ordine) sarebbero indicati nella scheda prodotto (unitamente all’indicazione, evidenziata in rosso, della possibilità di eventuali ritardi dovuti alla situazione di emergenza sanitaria) e nel riepilogo dell’ordine (comprensivo di costi e tempi previsti di consegna al corriere).

24. Le predette informazioni pubblicate sul sito *web* del Professionista non risultavano idonee a fornire indicazioni precise in merito ai tempi di consegna dei prodotti, dal momento che tanto nelle condizioni di vendita quanto nelle schede *web* dei singoli prodotti da esse richiamate si faceva riferimento ad ambigue tempistiche di “evadibilità”, decorrenti dall’entrata in lavorazione dell’ordine; tali modalità informative non erano certo tali da rendere edotti i consumatori circa la data di consegna a domicilio (quantomeno presumibile) dei prodotti acquistati *online*. Peraltro, l’indicazione – in colore verde – della tempistica orientativa di evasione (ben visibile nelle figure riprodotte *supra*) risultava suscettibile di indurre i consumatori a percepire il prodotto offerto come effettivamente disponibile e pronto per la consegna entro i tempi indicati, come riscontrabile anche dal continuo riferimento ai “*tempi di consegna*” contenuto nelle segnalazioni pervenute.

25. Tali modalità di promozione e commercializzazione *online* sono state modificate da Flux a seguito del provvedimento cautelare n. 30030 adottato dall’Autorità in data 15 febbraio 2022 (e notificato al Professionista in data 21 febbraio 2022, prot. 21712), con il quale è stato disposto che la Società sospendesse provvisoriamente ogni attività diretta alla promozione e vendita di prodotti non disponibili o comunque non realmente pronti per la consegna entro il termine indicato. A tale riguardo, il Professionista ha dichiarato di aver dato esecuzione alla misura cautelare provvedendo a “*disabilitare alla vendita 9.122 prodotti al momento non disponibili e con date di evasione incerte*”, laddove prima dell’intervento dell’Autorità le offerte pubblicate con possibilità di acquisto comprendevano un totale di 12.618 prodotti; nello specifico, sarebbe stato eliminato il tasto

¹³ Cfr. verbali di acquisizione agli atti 2 dicembre 2021, del 17 maggio 2022 e del 28 giugno 2022.

¹⁴ Cfr. art. 7.1 dei “TERMINI E CONDIZIONI DI VENDITA”, “*I prodotti acquistati sul sito possono essere consegnati in tutta Italia, isole comprese secondo le tempistiche di evadibilità presenti nel momento dell’ordine all’interno delle singole schede prodotto, con decorrenza dalla data di entrata in lavorazione dell’ordine. Le tempistiche di evadibilità decorrono dall’entrata in lavorazione dello stesso fino alla consegna della merce al corriere. Per la consegna sarà necessario attendere i tempi del corriere in proseguo indicati*”. Ai sensi del successivo art. 7.3, “*La consegna Standard, che prevede il recapito a bordo strada, avviene a mezzo corriere e permette di ricevere la merce all’indirizzo indicato in fase di ordine entro le successive 48-72 ore lavorative dal prelevamento della merce dai nostri depositi, che verrà comunicata da BigPrice a mezzo e-mail di “Ordine Completato”. Per le isole la consegna avviene entro 72-96 ore lavorative successive al prelevamento della merce presso i nostri depositi e dalla notifica di “ordine Completato*”.

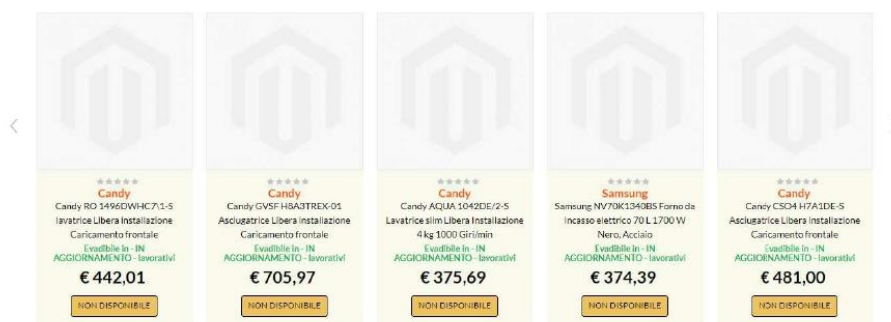
¹⁵ Comunicazione prot. 13364 del 19 gennaio 2022.

“ACQUISTA” dalla scheda prodotto. Inoltre, il Professionista ha precisato che le relative “schede prodotto resteranno visibili ma solo per uso informativo, ovvero senza possibilità di acquisto da parte dell’utente finale”.

26. Con successiva integrazione del 28 marzo 2022 (prot. 29814) – presentata in riscontro alla comunicazione trasmessa dall’Autorità del 23 marzo 2022 (prot. 28869), nella quale si evidenziava di aver verificato la persistente possibilità di acquistare sul Sito prodotti in relazione ai quali non era indicato alcun termine di consegna previsto – il Professionista ha dichiarato di aver immediatamente provveduto “alla disabilitazione della vendita su “TUTTI” i prodotti a catalogo, pertanto dalla griglia ogni prodotto è visibilmente indicato come non disponibile, qualora l’utente cliccasse sul pulsante “non disponibile” per tentare di inserirlo nel carrello si apre un pop-up che indica nuovamente la non disponibilità e non permette in alcun modo l’acquisto”. Flux ha infine precisato che qualora il cliente entrasse nella scheda tecnica del prodotto, potrebbe visualizzare esclusivamente le caratteristiche tecniche e funzionali ma non procedere all’acquisto in quanto non è presente il tasto “ACQUISTA”.

27. In linea con quanto affermato dal Professionista, da una rilevazione effettuata d’ufficio in data 17 maggio 2022 e acquisita agli atti del procedimento, sulla homepage del Sito, ancora sovrastata dall’avvertenza a caratteri cubitali “CORONAVIRUS#-POSSIBILI RITARDI NELLE CONSEGNE”, erano pubblicate le descrizioni (prive di immagini) di una serie di prodotti per i quali non era riportata la tempistica di evasione (attraverso la dicitura “IN AGGIORNAMENTO”) ed era espressamente indicato lo stato di prodotto “NON DISPONIBILE”. Nello specifico, come visibile anche nell’attuale homepage del Sito¹⁶, al di sotto di ciascuna offerta-prodotto risultano al momento presenti le seguenti diciture “Evdibile in- IN AGGIORNAMENTO - lavorativi” e “NON DISPONIBILE” (Fig. 3).

Fig. 3

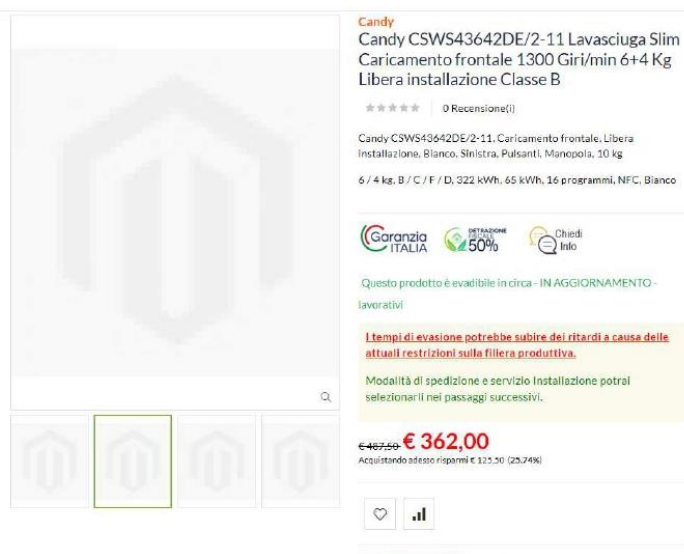


28. Dopo aver cliccato su uno dei prodotti non disponibili per l’acquisto, si apre la relativa scheda tecnica e appare la generica locuzione “Questo prodotto è evadibile in circa - IN AGGIORNAMENTO – lavorativi”, con l’ulteriore avvertenza circa la possibilità di ritardi rispetto a

¹⁶ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 17 maggio e del 28 giugno 2022.

una tempistica invero non indicata (“*I tempi di evasione potrebbe subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva*”) (Fig. 4). In relazione a tali prodotti, non è presente il pulsante “ACQUISTA”.

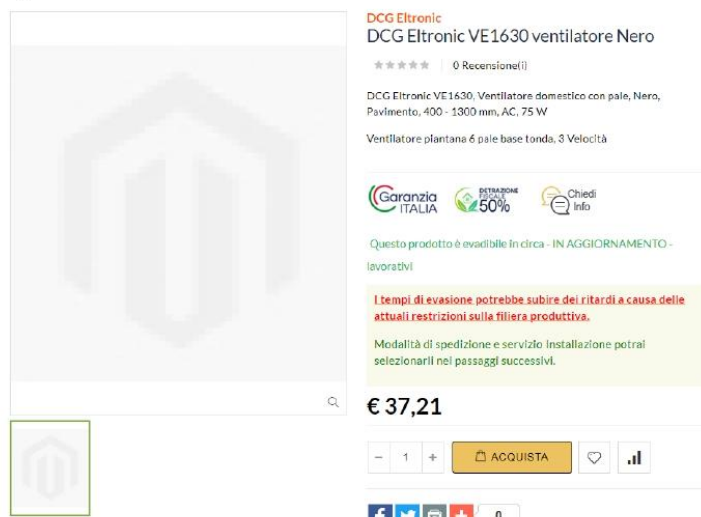
Fig. 4



29. Nonostante le modifiche introdotte dal Professionista in ottemperanza al provvedimento cautelare, sull’homepage del Sito, a ridosso della data di comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria¹⁷, risultavano ancora pubblicate *online* le offerte di una serie di prodotti (circa 3.500 articoli, il cui acquisto non era stato inibito) per i quali era immediatamente possibile procedere all’acquisto *online* (attraverso il pulsante “ACQUISTA”) e al relativo pagamento, pur non essendo in alcun modo indicati, né nella sommaria descrizione contenuta nella *homepage* né nella specifica scheda prodotto, i tempi di evasione (“*Questo prodotto è evadibile in circa - IN AGGIORNAMENTO – lavorativi*”) e “*I tempi di evasione potrebbe subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva*”, come si evince dalla Fig. 5). Solo in alcuni, limitati casi erano indicati – esclusivamente nelle singole schede prodotto – i previsti tempi di “*evasione*”/“*evadibilità*” dei prodotti offerti in vendita *online*.

¹⁷ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 17 maggio 2022.

Fig. 5



30. Le modalità di offerta *online* di questi ultimi prodotti risultano anch'esse inadeguate a informare i consumatori in merito alle effettive tempistiche di consegna, avendo peraltro Flux eliminato anche la pur vaga indicazione sui presumibili tempi di "evadibilità". Si tratta invero di prodotti che il Professionista, proponendoli in vendita sul proprio Sito e consentendone l'acquisto *online* da parte dei consumatori (attraverso il pulsante "ACQUISTA"), prospetta sostanzialmente come disponibili, omettendo però qualsivoglia indicazione circa i tempi di evasione/consegna.

31. Ciò premesso in merito alle modalità di promozione e commercializzazione dei prodotti sul Sito di Flux, sono state acquisite agli atti del procedimento numerose lamentele di consumatori relative a lunghe attese dei prodotti ordinati, che si sono rivelate di gran lunga superiori ai tempi di "evasione" indicati dal Professionista nelle schede *web* dei prodotti e, nella quasi totalità dei casi, vane e infruttuose, essendosi concretizzate in mancate consegne. Le segnalazioni concernenti i ritardi nella consegna dei prodotti acquistati *online* sono pervenute senza soluzione di continuità per quasi un anno, da luglio 2021 al mese di giugno 2022, e hanno anche messo in evidenza la circostanza che il Professionista non ha neppure dato opportuno riscontro a numerose richieste di chiarimenti da parte dei consumatori.

32. Rileva in tal senso la segnalazione di un consumatore del 5 ottobre 2021 che ha sostenuto di aver annullato l'ordine in data 11 settembre 2021 a seguito del reiterato ritardo, segnalato invano per ben 13 volte, nel recapito di un prodotto acquistato in data 27 luglio 2021, i cui tempi di consegna "erano di 7-10 giorni dall'ordine"¹⁸. In un altro caso il ritardo della consegna di merce ordinata in data 11 ottobre 2021 e pagata il successivo 14 ottobre 2021 (per la quale era indicata una tempistica di 10/15

¹⁸ Segnalazione prot. 75909 del 5 ottobre 2021.

giorni lavorativi) si è protratto quantomeno fino al 13 dicembre 2021, in assenza di riscontri da parte del Professionista alle richieste della cliente¹⁹; del pari, Flux non ha risposto, decorso quasi un mese dalla data di presunta “evasione” degli ordini, alle ripetute richieste di chiarimenti sullo stato di due elettrodomestici, rispettivamente “con consegna prevista entro 6/10 giorni lavorativi” e “con consegna prevista entro 10/15 giorni lavorativi”²⁰.

33. Vari altri segnalanti hanno lamentato analoghe criticità connesse al mancato rispetto dei tempi di consegna dei prodotti acquistati *online* e, in particolare: il mancato riscontro, a tre mesi dall’acquisto, circa l’intenzione del Professionista di consegnare la merce o restituirne il prezzo²¹; il ritardo nella consegna anche di vari mesi rispetto al termine originariamente previsto²²; il mancato invio di un elettrodomestico ad oltre due mesi dalla data dell’ordine e del contestuale pagamento²³; l’indicazione sul sito del Professionista come “disponibile” e con tempistiche di “evadibilità” di 10/15 giorni dello stesso prodotto ordinato dalla segnalante e rispetto al quale erano stati comunicati imprecisati ritardi di consegna da parte del produttore²⁴.

34. Emblematica al riguardo risulta la segnalazione di una consumatrice che ha denunciato di non aver ricevuto, entro i 10/15 gg lavorativi prospettati, i prodotti ordinati e pagati con bonifico; trascorso inutilmente tale termine, la segnalante ha richiesto via *e-mail* notizie sullo stato dell’ordine, ottenendo vaghe risposte in cui il Professionista adduceva ritardi da parte del produttore, prospettando al contempo la possibilità di richiedere il rimborso. Successivamente, la segnalante, avendo constatato che i medesimi prodotti continuavano ad essere presenti sul Sito sempre con consegna a 10/15 gg, ha chiesto a Flux spiegazioni in merito e il Professionista, dopo aver risposto che avrebbe controllato, si è limitato a cambiare l’indicazione sui tempi di consegna in 24 giorni.

¹⁹ Segnalazione prot. 92033 del 13 dicembre 2021.

²⁰ Segnalazione prot. 77324 dell’11 ottobre 2021, nella quale il denunciante ha ricostruito la cronistoria della vicenda:

“In data 07/09/2021 veniva acquistato on-line sul sito www.bigprice.it un lavello da cucina con consegna prevista entro 10/15 giorni lavorativi. Nella stessa data veniva effettuato pagamento tramite carta di credito. (...).

- In data 09/09/2021 veniva acquistato on-line sul sito www.bigprice.it un frigorifero con consegna prevista entro 6/10 giorni lavorativi. Nella stessa data veniva effettuato pagamento tramite carta di credito. (...).

- In data 25/09/2021, scaduti i tempi di consegna, effettuavo una richiesta d’informazioni sullo stato degli ordini tramite il form del sito BigPrice

- In data 25/09/2021 ricevevo mail da BigPrice dell’avvenuta ricezione della richiesta d’informazioni, di cui non ho mai ricevuto chiarimenti.

- In data 29/09/2021 ho effettuato chiamata al call center di BigPrice (06/62288489) per richiesta informazioni. A seguito dell’ascolto di messaggi registrati mi è stato impossibile parlare con del personale. Mi veniva comunicato, tramite registrazione, l’indirizzo e-mail a cui scrivere.

- In data 29/09/2021 effettuavo richiesta di informazioni tramite mail all’indirizzo bigprice.ordini@libero.it, a cui non ho mai ricevuto risposta. Allego mail inviata (allegato 6 - Mail richiesta info).

- In data 04/10/2021 invio mail PEC all’indirizzo flux@messaggipec.it, facendo presente che se non mi fosse stata consegnata la merce sarei stato costretto a procedere per vie legali. Allego stampa della mail inviata (allegato 7 - Mail PEC richiesta info).

- In data 05/10/2021 ricevevo mail di risposta alla PEC in cui mi veniva comunicato che entro 24/48 sarei stato contatto. Allego mail di risposta ricevuta (allegato 8 - Risposta mail PEC).

Ad oggi (09/10/2021), non avendo ricevuto nessun tipo di delucidazione da BigPrice e non avendo altre opzioni, mi trovo costretto a contattarvi per richiedere aiuto nella risoluzione di questa annosa questione”.

²¹ Segnalazione prot. n. 86347 del 17 novembre 2021; cfr. anche segnalazione prot. n. 17393 del 4 febbraio 2022.

²² Ad es. segnalazioni prott. 12702 del 17 gennaio 2022, 16629 del 1° febbraio 2022, 17393 del 4 febbraio 2022, 21504 del 21 febbraio 2022.

²³ Segnalazione prott.13589 del 19 gennaio 2022; cfr. anche segnalazioni prott. 92747 del 15 dicembre 2021; 21504 del 21 febbraio 2022.

²⁴ Segnalazione prot. 26012 dell’11 marzo 2022.

Dopo ulteriori richieste di informazioni alle quali seguivano solo generiche risposte “preconfezionate”, il 7 febbraio 2022 la segnalante ha chiesto il rimborso integrale dell’ordine, che tuttavia alla data della segnalazione, “nonostante per mail continuo a rispondermi che la pratica di rimborso è stata avviata senza problemi”, non era stato ancora erogato e il Professionista non rispondeva più al numero di telefono²⁵.

35. Secondo le testimonianze di altri consumatori, il ritardo nella consegna dei prodotti acquistati sul Sito si è protratto anche per parecchi mesi (circa tre) dall’ordine, senza che il Professionista abbia fornito alcun aggiornamento sulle nuove presumibili tempistiche²⁶; in altri casi il ritardo nella consegna non solo risulta essersi protratto per circa quattro mesi ma ha interessato anche l’articolo successivamente chiesto in sostituzione del primo²⁷ o, dopo una serie di mancati riscontri alle richieste del segnalante, l’esito finale del ritardo accumulato è stato l’annullamento unilaterale dell’ordine da parte del Professionista²⁸.

36. Nei mesi di maggio e giugno 2022 sono continuate a pervenire segnalazioni da parte di consumatori che non hanno ricevuto i prodotti acquistati *online* entro i termini prospettati sul Sito e non sono riusciti a contattare il Professionista, che si sarebbe reso irraggiungibile, non rispondendo al telefono né alle *e-mail* dei consumatori²⁹.

37. Le fattispecie di ritardata e/o mancata consegna trovano riscontro e conferma anche nelle informazioni fornite dallo stesso Professionista in relazione agli ordini ricevuti a partire dall’anno 2020³⁰. Con specifico riguardo alla mancata consegna della merce venduta sul Sito, la Società ha infatti dichiarato di aver ricevuto, nel biennio 2020-2021, 53.477 ordini *online* (di cui 32.514 per il 2020 e 20.963 per il 2021), per un valore complessivo di circa € 22.704.000 e di averne però effettivamente consegnati un numero inferiore, pari a 50.773 ordini. Di conseguenza, sulla base dei dati forniti dal Professionista, il numero di ordini non consegnati nel biennio 2020-2021 è quantificabile in 2.704 mancate consegne.

38. In aggiunta a tali ipotesi di omessa consegna dei prodotti venduti *online*, il Professionista ha fornito anche il dato relativo ai ritardi nelle consegne effettuate negli anni 2020 e 2021, limitandosi tuttavia a indicare il numero di ordini consegnati “*oltre il termine dei 30gg dall’accettazione*”, che

²⁵ Cfr. ancora segnalazione prot. 26012 dell’11 marzo 2022.

²⁶ Segnalazione prot. 26331 del 14 marzo 2022.

²⁷ Segnalazione prot. 21440 del 21 febbraio 2022.

²⁸ Segnalazione prot. 32363 e 32364 del 6 aprile 2022.

²⁹ Si veda in proposito la segnalazione prot. 42539 del 20 maggio 2022, integrata il data 23 maggio 2022 (prot. 42786) relativa a un acquisto (per oltre € 1.500) effettuato in data 21 settembre 2021 per prodotti con disponibilità in 8/15 giorni lavorativi, che è stato invece annullato il 4 novembre 2021 per “*irraggiungibilità dei prodotti*”. Analoga vicenda è riportata nella segnalazione del 24 maggio 2022, prot. 43342, in cui un consumatore ha lamentato il mancato rispetto del termine di evasione di 28 giorni prospettato (per un acquisto dell’11 maggio 2022), giustificato da Flux alla luce di asseriti “*ritardi causa Covid*”, nonché nella segnalazione prot. 44477 del 30 maggio 2022, concernente un acquisto effettuato *online* a dicembre 2021 (per oltre € 2.000 di elettrodomestici) e mai consegnato. Cfr. anche segnalazione prot. 45534 del 3 giugno 2022, secondo cui un cliente, avendo acquistato un elettrodomestico a luglio 2021, ha atteso più di un mese perché il prodotto non era disponibile e poi ha ricevuto una comunicazione *e-mail* in cui Flux chiedeva di aspettare fino alla fine di ottobre 2021; trascorso tale termine, il cliente ha chiesto l’annullamento dell’ordine e il rimborso (mai ricevuto). La segnalazione prot. 47057 del 9 giugno 2022 è invece relativa ad un acquisto *online*, effettuato nel mese di dicembre 2021, che non è mai stato consegnato. Da ultimo, nella segnalazione prot. 50148 del 23 giugno 2022, un consumatore ha lamentato la mancata consegna, a distanza di 4 mesi dall’ordine e dal pagamento, di merce per un valore di circa € 2.000.

³⁰ Cfr. comunicazione prot. 13364 del 19 gennaio 2022.

corrisponde a 1.620 ordini (di cui 874 nel 2020 – concentrati principalmente nel periodo di inizio pandemia – e 746 nel 2021, concentrati principalmente nel secondo semestre)³¹.

39. Il significativo numero di ordini asseritamente non consegnati (2.704) risulta pari, quindi, a oltre il 5% del totale degli ordini ricevuti nel biennio di riferimento (53.477), mentre l'elevato "numero totale di ordini consegnati oltre il termine dei 30gg dall'accettazione", pari a 1.620 ordini nel biennio 2020-21, ammonta a quasi il 3% del totale degli ordini ricevuti; peraltro, tale ultimo dato sui ritardi, limitato agli ordini consegnati con ritardo superiore a 30 giorni, risulta incompleto e non del tutto rappresentativo, non contenendo l'indicazione del numero degli ordini consegnati con un ritardo inferiore ai 30 giorni: tale circostanza, unitamente alle segnalazioni ricevute, consente di desumere come in realtà il fenomeno dei ritardi nella consegna abbia un'incidenza più ampia di quella rappresentata attraverso le informazioni presentate dal Professionista.

40. In proposito, con riguardo alle procedure di tracciamento degli ordini e delle eventuali misure finalizzate a monitorare e garantire il rispetto dei termini di consegna, nella risposta alla richiesta di informazioni³² Flux ha descritto solo le modalità attraverso le quali i clienti sarebbero asseritamente messi in grado di controllare lo stato di avanzamento dei propri ordini (data di messa in lavorazione, fase di preparazione e di completamento, indicazioni di spedizione e consegna), ossia accedendo al loro *account* sul sito *web* del Professionista e ricevendo *e-mail* di aggiornamento relative alle varie fasi³³; inoltre, in caso di mancato rispetto delle tempistiche prospettate, il sistema invierebbe un'apposita segnalazione anche al Professionista, il quale solleciterebbe il fornitore a precisare causa del ritardo e tempi stimati di evasione dell'ordine e, conseguentemente, aggiornerebbe il consumatore sui tempi previsti per la consegna, proponendo come alternative l'attesa del prodotto, la sostituzione con un prodotto analogo o l'annullamento e il rimborso dell'ordine.

41. In sostanza, dalle risultanze istruttorie emerge come un significativo numero di ordini *online* dei consumatori, pari a circa l'8% degli ordini ricevuti nei due anni 2020 e 2021 (peraltro sottostimato rispetto alla consistenza effettiva), sia stato oggetto di omessa consegna o di mancato rispetto delle tempistiche prospettate, anche con ritardi di rilevante entità.

L'annullamento/risoluzione dell'ordine per ritardata consegna e gli ostacoli al rimborso

42. Alla luce delle evidenze istruttorie, risulta che il Professionista, dopo aver indotto i consumatori, attraverso le descritte modalità scorrette di prospettazione e commercializzazione dei prodotti offerti in vendita *online*, a procedere all'acquisto e all'immediato pagamento del corrispettivo, spesso di importo elevato data la natura dei prodotti venduti, in primo luogo ha omesso di consegnare i beni secondo le tempistiche prospettate e, in secondo luogo, ha annullato l'ordine o indotto i consumatori a chiedere l'annullamento dello stesso nonché rallentato/ostacolato la restituzione degli importi pagati dai consumatori al momento dell'ordine.

43. Vale in proposito evidenziare che Flux, nei "Termini e condizioni di vendita" disponibili sul proprio Sito, si riserva un ampio margine di discrezionalità in caso di indisponibilità del prodotto,

³¹ Tali dati sono ulteriormente dettagliati negli allegati alla comunicazione del 19 gennaio 2022 (prot. 13364), e in particolare nell'allegato n. 5, intitolato "consegne oltre i 30 gg 2020" e nell'allegato 5.1 intitolato "consegne oltre i 30 gg 2021".

³² Comunicazione prot. 13364 del 19 gennaio 2022.

³³ *I.e.*: ordine in attesa di consegna dal fornitore, ordine pronto alla preparazione per il corriere, prodotto in verifica e controllo qualità, prodotto in affidamento al corriere, ordine spedito e ordine in ritardo.

attraverso la specifica disposizione contenuta nell'articolo 4.3, in base alla quale *“Qualora uno dei prodotti richiesti non sia più disponibile, Bigprice si impegna a contattare il Cliente entro 30 giorni lavorativi dal momento dell'inoltro dell'ordine, comunicando via posta elettronica o telefonicamente l'eventuale indisponibilità e potenziali soluzioni alternative. In tal caso il Cliente potrà scegliere se attendere la consegna dell'ordine qualora Bigprice ritenga, a suo insindacabile giudizio, di poter reperire comunque il prodotto indisponibile, oppure optare per un altro prodotto, a cui si applicheranno i prezzi e le tariffe relative, oppure annullare l'ordine ottenendo la restituzione del prezzo eventualmente già pagato”*.

44. Siffatta previsione in sostanza risulta codificare la prassi operativa del Professionista, il quale percepisce immediatamente il corrispettivo di acquisto del prodotto venduto *online*, già al momento in cui il consumatore inoltra l'ordine o, in ogni caso, prima di effettuare la spedizione, senza tuttavia procedere alla verifica circa l'effettiva disponibilità materiale del prodotto e tantomeno all'accantonamento dello stesso ove fisicamente presente, riversando sui consumatori il rischio della mancata disponibilità del bene in forza dell'ampia facoltà di modifica dei termini del contratto di acquisto che si è riservato nella disciplina delle condizioni di vendita.

45. Le risultanze istruttorie attestano in proposito come, a fronte del protrarsi del ritardo nella consegna, il Professionista abbia unilateralmente annullato gli ordini di un numero significativo di clienti; in aggiunta alle numerose segnalazioni trasmesse all'Autorità dai consumatori³⁴ rilevano al riguardo i dati forniti dallo stesso Professionista, secondo cui la Società ha proceduto alla cancellazione in via unilaterale di 243 ordini nel biennio 2020-2021³⁵.

46. Inoltre, assume rilievo la circostanza che molti altri consumatori, quasi 2.000 nel biennio di riferimento, sono stati indotti a richiedere l'annullamento/recesso dall'ordine a causa del protrarsi del ritardo nella consegna dei prodotti acquistati *online*: in particolare, le segnalazioni ricevute hanno riferito di proposte del Professionista, anche reiterate, di optare per l'annullamento dell'ordine, dopo il decorso di circa un mese dal pagamento dell'ordine, a causa del protrarsi del ritardo nella spedizione/consegna (la cui data stimata è stata disattesa senza alcuna comunicazione, nonostante le richieste dei clienti interessati, o più volte posticipata)³⁶ o a seguito dell'indisponibilità di un prodotto ordinato³⁷.

47. In base alle informazioni fornite da Flux, la Società ha ricevuto mensilmente, nel biennio 2020-2021, una media di circa 70-80 istanze tra recessi e richieste di annullamento a causa di

³⁴ Ad es. segnalazioni prott. 21439 del 21 febbraio 2022, 32363 e 32364 del 6 aprile 2022; nell'ultima segnalazione, un consumatore ha lamentato quanto segue: *“Ho acquistato sul sito BIGPRICE.IT in data 03/12/2021 con numero ordine 500062275 quattro elettrodomestici, per un valore totale di Euro 2.602,95; pagati con bonifico bancario in data 06/12/2021. Nelle seguenti date chiedevo informazioni e aggiornamenti per i tempi di consegna: 17/01/2022 - 14/02/2022 - 03/03/2022 - 22/03/2022 - 29/03/2022 - 30/03/2022 - 04/04/2022 alle quali mi è stato sempre risposto che ci sono dei ritardi nella produzione, prima rimandandomi alla fine del mese di febbraio, poi non dandomi più riferimenti temporali aggiungendo, fin dalla prima mail, che volendo potevo procedere all'annullamento dell'ordine e richiesta di rimborso. In data 30/03/2022 BIGPRICE provvede AUTONOMAMENTE senza mie indicazioni ad annullare l'ordine, avviando pratica di rimborso. Ad oggi 05/04/2022 non ho nessun prodotto, nessuna risposta, nessuna fattura e nessun rimborso”*.

³⁵ Cfr. comunicazione prott. 13364 del 19 gennaio 2022.

³⁶ Ad es. segnalazioni prott. 80542 del 22 ottobre 2021, 91007 del 7 dicembre 2021, 91667 del 10 dicembre 2021, 91741 del 10 dicembre 2021, 10471 del 4 gennaio 2022, prott. 43342 del 24 maggio 2022 e prott. 50148 del 23 giugno 2022 (in questi ultimi due casi, Flux imputava i ritardi alla situazione di emergenza connessa al Covid-19).

³⁷ Ad es. segnalazioni prott. 83900 dell'8 novembre 2021, 86585 del 18 novembre 2021, 86841 del 18 novembre 2021, 92260 del 13 dicembre 2021, 12702 del 17 gennaio 2022, 26312 del 14 marzo 2022, 42786 del 23 maggio 2022.

ritardata/mancata consegna dei prodotti acquistati sul Sito del Professionista, per un totale di 913 richieste di annullamento nel 2020 e 993 richieste nel 2021³⁸.

48. Dalla documentazione istruttoria è inoltre emerso che Flux ha omesso la restituzione nei confronti dei consumatori della somma pagata al momento dell'ordine, a seguito del recesso/annullamento del contratto conseguente alla mancata consegna dei prodotti acquistati *online* e già pagati. In particolare, a prescindere dai pochi, isolati casi nei quali il rimborso del prezzo d'acquisto risulta essere stato effettivamente erogato, come testimoniato da due segnalanti che tuttavia ne hanno lamentato la tardività³⁹, sono state acquisite agli atti del procedimento numerose segnalazioni di consumatori che hanno evidenziato il sistematico mancato accredito da parte del Professionista del rimborso del prezzo corrisposto per l'acquisto del bene anche a distanza di un considerevole lasso di tempo dall'annullamento/recesso e senza fornire alcuna spiegazione ai consumatori, omettendo di rispondere oppure inviando risposte con frasi stereotipate, alle numerose e reiterate richieste di chiarimenti da parte dei clienti.

49. Per quanto concerne le informazioni fornite dal Professionista, Flux⁴⁰ ha prodotto soltanto il dato relativo alle richieste di recesso dei consumatori ricevute ed approvate in relazione a 195 "articoli resi", specificando che, a fronte dei prodotti resi, tutte le richieste di rimborso sarebbero state integralmente o parzialmente soddisfatte, a seconda dello stato del reso, con una tempistica compresa tra i 7 e i 14 giorni. La Società, quindi, ha indicato esclusivamente il numero dei rimborsi erogati in caso di reso dei prodotti da parte dei consumatori e non anche i dati concernenti i rimborsi corrisposti a seguito dell'annullamento degli ordini adottato unilateralmente dal Professionista o richiesto dal cliente a fronte di protratto ritardo nella consegna. Conseguentemente, il Professionista non ha fornito alcun elemento in relazione alla condotta consistente nella omessa o ritardata corresponsione dei rimborsi richiesti dai consumatori a causa della mancata/ritardata consegna dei prodotti.

50. Ulteriore profilo oggetto di segnalazione da parte dei consumatori è rappresentato dalla materiale impossibilità di contattare il Professionista nel lasso di tempo che quest'ultimo si riserva per verificare le cause dell'eventuale ritardo nella consegna su richiesta del cliente, ai sensi dell'art. 7.4 dei "Termini e condizioni di vendita" disponibili sul sito <https://www.bigprice.it/>, secondo il quale "Nel caso che l'ordine non sia stato consegnato nei tempi previsti BigPrice può, su richiesta dei Clienti, verificare le cause di tale ritardo. Durante questo periodo (15 giorni circa) non sarà possibile procedere al rimborso o ad una nuova spedizione dell'ordine".

³⁸ Comunicazione prot. 13364 del 19 gennaio 2022.

³⁹ Segnalazioni prott. 70091 del 9 settembre 2021 e 26496 del 14 marzo 2022. Nella seconda, il denunciante ha riferito della diversa sorte dei tre elettrodomestici acquistati contestualmente: "Ho acquistato online degli elettrodomestici. Il primo è arrivato, seppur oltre i tempi di consegna. Il secondo, dopo diverse richieste, mi hanno comunicato che non erano in grado di consegnarmelo in tempi brevi, per cui decido di annullare l'ordine di questo e farmelo rimborsare. Per il terzo, non avendone urgenza, decido di attendere ancora. Dopo diverse mail (telefonicamente non rispondono), segnalazioni... a distanza di 1 mese e mezzo dall'annullamento, riesco ad ottenere il rimborso. In quell'occasione, in data 29.01.2022 decido di annullare anche l'ordine del terzo elettrodomestico, in quanto mi segnalano che non lo hanno disponibile. Ad oggi, nonostante le numerose richieste, non ho ancora ricevuto il rimborso di euro 410,00 comprensiva di IVA, spese di trasporto e consegna al piano, assicurazione supplementare e preavviso consegna". Si vedano anche le segnalazioni prott. 44477 del 30 maggio 2022 e prott. 42786 del 23 maggio 2022, relativa all'annullamento dell'ordine da parte di Flux "per irreperibilità dei prodotti".

⁴⁰ Comunicazione prott. 13364 del 19 gennaio 2022.

51. In proposito, già prima dell'avvio del procedimento un consumatore, nel dolersi di non aver ricevuto alcun rimborso a distanza di circa un mese dall'annullamento dell'ordine e a circa due mesi dal pagamento, ha riferito di aver ricevuto solo una generica risposta ai vari solleciti, recante la frase stereotipata *"inoltriamo reclamo al reparto di competenza che provvederà a verificare lo stato della sua pratica di storno"*⁴¹; altri segnalanti hanno lamentato, inoltre, l'assenza totale di riscontri da parte del servizio clienti, che non risulta contattabile telefonicamente né via fax e che in molti casi non risponde alle e-mail ricevute⁴², in merito alla mancata corresponsione del rimborso richiesto.

52. Nel corso del procedimento sono continuate a pervenire numerose altre segnalazioni dello stesso tenore, da parte di consumatori che hanno lamentato di aver ricevuto comunicazione dell'annullamento dell'ordine o dell'esercizio del diritto di recesso per protratto ritardo nella consegna dei prodotti e di non aver ancora ottenuto il conseguente rimborso, spesso a distanza di diversi mesi dalla richiesta dello stesso e nonostante i vari solleciti effettuati⁴³. Ad esempio, due consumatori hanno denunciato, in data 8 aprile 2022, l'omessa corresponsione di un rimborso confermato dal Professionista in data 26 agosto 2021 tramite posta elettronica⁴⁴; una consumatrice ha riferito a metà aprile 2022 del mancato accredito del rimborso chiesto contestualmente all'annullamento dell'ordine ad ottobre 2021⁴⁵, con tempistiche simili ad altri segnalanti⁴⁶; solo lievemente più breve ma pur sempre particolarmente estesa (circa 4 mesi) è risultata la vana attesa della restituzione denunciata da altri segnalanti⁴⁷.

53. Nei mesi di maggio e giugno 2022 sono state acquisite agli atti del procedimento ulteriori richieste di intervento da parte di consumatori che lamentavano l'omesso rimborso da parte del Professionista degli importi, anche di notevole entità, corrisposti al momento dell'ordine online sul Sito, nonostante fossero trascorsi anche molti mesi dalla richiesta di restituzione e a fronte dei numerosi solleciti inviati al Professionista, rimasti per lo più senza riscontro, salvo alcune risposte ripetitive e stereotipate⁴⁸.

⁴¹ Segnalazione prot. 86585 del 18 novembre 2021. Cfr. anche segnalazioni prott. 88150 del 24 novembre 2021, 91007 del 7 dicembre 2021, 91667 del 10 dicembre 2021, 92747 del 15 dicembre 2021.

⁴² Segnalazione prot. 91363 del 9 dicembre 2021: *"Dopo più di 2 mesi di attesa, ed in seguito ai contatti con il servizio clienti, vista la notevole attesa e la mancata spedizione del prodotto decidiamo di effettuare l'annullamento dell'ordine in accordo con il servizio clienti in cambio del rimborso totale di quanto speso. Ora sono passati diversi mesi, e l'azienda non risponde più ad alcun messaggio, il numero da chiamare risulta sempre "non disponibile" e non rispondono nemmeno alle mail"*; cfr. anche segnalazione prot. n. 91741 del 10 dicembre 2021.

⁴³ Segnatamente, si tratta, *ex multis*, delle segnalazioni prott. 10471 del 4 gennaio 2022, 11373 dell'11 gennaio 2022, 11379 dell'11 gennaio 2022, 12209 del 13 gennaio 2022, 12702 del 17 gennaio 2022, 13168 del 18 gennaio 2022, 13589 del 19 gennaio 2022, 16629 del 1° febbraio 2022, 17393 del 4 febbraio 2022, 21414 del 21 febbraio 2022, 21439 del 21 febbraio 2022, 21440 del 21 febbraio 2022, 21504 del 21 febbraio 2022, 21672 del 21 febbraio 2022, 22004 del 23 febbraio 2022, 22217 del 23 febbraio 2022, 22832 del 25 febbraio 2022, 23134 del 28 febbraio 2022, 23180 del 28 febbraio 2022, 23422 del 1° marzo 2022, 24237 del 3 marzo 2022, 24373 del 3 marzo 2022, 24688 del 4 marzo 2022, 25607 del 9 marzo 2022, 26312 del 14 marzo 2022, 26496 del 14 marzo 2022, 28407 del 22 marzo 2022, 28583 del 23 marzo 2022, 29069 del 24 marzo 2022, 31824 del 4 aprile 2022, 31874 del 4 aprile 2022, 32363 del 6 aprile 2022, 33137 dell'8 aprile 2022, 37320 del 28 aprile 2022, 37892 del 2 maggio 2022.

⁴⁴ Segnalazione prot. 33137 dell'8 aprile 2022.

⁴⁵ Segnalazione prot. 34733 del 14 aprile 2022.

⁴⁶ Segnalazione prot. 35137 del 19 aprile 2022.

⁴⁷ Segnalazioni prot. 23422 del 1° marzo 2022, 24237 del 3 marzo 2022, 37320 del 28 aprile 2022.

⁴⁸ Segnalazione prot. 38264 del 3 maggio 2022 (relativa ad un'attesa di ben 5 mesi); segnalazione prot. 42539 del 20 maggio 2022, integrata con prot. 42786 del 23 maggio 2022, riguardante il mancato rimborso di oltre € 1.500 circa, dopo 6 mesi dall'annullamento dell'ordine per irreperibilità dei prodotti, nonostante numerosi solleciti e diffida di pagamento e

L'inadeguata prestazione del servizio di assistenza post vendita

54. Anche con riferimento all'attività di gestione del servizio di assistenza post-vendita, in termini di trattazione dei reclami, valutazione ed evasione delle istanze di recesso/annullamento e rimborso, l'attività istruttoria ha consentito di evidenziare una generalizzata scarsa attenzione, da parte del Professionista, alle fasi successive all'acquisto *online* nonché l'inadeguatezza dell'organizzazione del *customer care* e delle modalità di gestione del relativo servizio.

55. Numerose denunce, infatti, testimoniano l'inadeguatezza dell'assistenza ricevuta e, in particolare, la mancanza di riscontri e l'omessa risposta a telefonate, *e-mail* e *fax* dei clienti⁴⁹ nonché l'invio di risposte stereotipate da parte del Professionista, anche attraverso risponditori automatici⁵⁰ o comunicazioni standardizzate e dilatorie (quali la già menzionata "inoltriamo il reclamo al reparto di competenza che provvederà a verificare lo stato della sua pratica di storno"; "inoltriamo il sollecito al reparto di competenza che provvederà a verificare lo stato della sua pratica"; "la sua pratica risulta correttamente in lavorazione provvediamo subito a verificare lo stato di conclusione del rimborso, riceverà mail di conferma dell'avvenuto storno"; "il suo ordine risulta essere correttamente in lavorazione dal ... Non appena il materiale da lei ordinato verrà affidato al corriere di riferimento, riceverà notifiche contenenti i dettagli della spedizione"; "Ci scusiamo per i ritardi, pur mettendo in campo tutte le nostre energie, i tempi di attesa del servizio consegna possono essere prolungati"; "l'ordine sta purtroppo subendo dei ritardi nella partenza causati da rallentamenti di produzione dovuti all'emergenza Covid-19 che ha generato difficoltà di reperibilità delle materie prime.....il produttore stesso non è in grado di fornire indicazioni certe sulla data di evasione ordine...")⁵¹.

56. Particolarmente significativa risulta una segnalazione nella quale il denunciante ha riferito che la mancanza di riscontri da parte del Professionista si è estesa alle varie fasi del rapporto di acquisto

messi in mora inviata via PEC (impossibilità di contattare Flux); segnalazione prot. 43342 del 24 maggio 2022 (omesso rimborso a distanza di 2 mesi dalla richiesta e a fronte di numerosi solleciti); segnalazione prot. 45534 del 3 giugno 2022 (inerente all'omesso rimborso, dopo circa 6 mesi, da parte di Flux, che si limitava a rispondere - alle richieste del consumatore - che avrebbe sollecitato l'ufficio competente); segnalazione prot. 45567 del 3 giugno 2022 (mancato storno di pagamento nonostante richiesta di annullamento e rimborso a mezzo avvocato); segnalazione prot. 47057 del 9 giugno 2022 (omesso rimborso di un ordine pagato a dicembre 2021 e annullato il 20 aprile 2022, con presa in carico della gestione del rimborso da parte di Flux); segnalazione prot. 50148 del 23 giugno 2022, relativa al mancato rimborso richiesto il 6 aprile 2022 per un ordine di elettrodomestici del valore superiore a € 2.000. Cfr. anche segnalazioni prott. 24373 del 3 marzo 2022, 27134 del 17 marzo 2022.

⁴⁹ Segnalazioni prott. 13589 del 19 gennaio 2022, 21954 del 22 febbraio 2022, 22832 del 25 febbraio 2022, 26012 dell'11 marzo 2022, 26331 del 14 marzo 2022, 27134 del 17 marzo 2022, 32368 del 6 aprile 2022, 34733 del 14 aprile 2022. In particolare, nella segnalazione prot. n. 91741 del 10 dicembre 2021 si legge che "al numero del call center di BigPrice (06.622.884.89) o non risponde nessuno oppure si ascolta una voce registrata che dice che la linea è "temporaneamente disattivata", così come risulta disattivata la numerazione fax".

⁵⁰ Segnalazione prot. 10471 del 4 gennaio 2022, nella quale il consumatore, in attesa del rimborso dal 12 novembre, ha scritto: "A fronte di mie reiterate richieste sul rimborso, ricevo solo delle risposte automatiche o dei generici "abbiamo inoltrato la sua richiesta al reparto di competenza", ma nessuna informazione reale. Provo anche a contattare il call center, ma si tratta di un risponditore automatico. Continuo ad insistere più volte per riavere indietro il mio denaro ed il risultato è che a tutt'oggi non ho ricevuto alcun rimborso". Cfr. anche segnalazioni prott. 11373 dell'11 gennaio 2022 ("ad oggi mai ricevuto rimborso dopo varie e-mail a cui rispondono in automatico che stanno procedendo") e 17840 del 7 febbraio 2022.

⁵¹ Segnalazioni prott. 12209 del 13 gennaio 2022 ("Data acquisto forno: 15/10/2021 Data richiesta rimborso: 02/11/2021 Data segnalazione legale su Altroconsumo: 22/11/2021 Ad oggi non ho avuto risposte, se non email preconfezionate che dicono che effettueranno verifiche, che puntualmente non seguono ad azioni concrete"), 21546 del 21 febbraio 2022, 25319 dell'8 marzo 2022, 25833 del 10 marzo 2022, 35137 del 19 aprile 2022; prot. 43342 del 24 maggio 2022; prot. 50148 del 23 giugno 2022.

e ai vari mezzi di contatto utilizzati: *“Trascorsi i termini di consegna, non avendo ricevuto il prodotto ordinato e pagato, ho tentato invano di stabilire un contatto telefonico con il servizio clienti che altro non è che un risponditore automatico che non consente di parlare con alcun operatore. Ho inviato 5 pec (6/12/21 18/12/21 17/1/22 16/2/22 14/3/22) con la comunicazione di annullamento d'ordine per mancata consegna e la richiesta di rimborso alla società proprietaria del sito web la Flux S.a.s. all'indirizzo di posta certificata flux@messaggipec.it. senza ricevere mai una risposta. Ho continuato fino ad oggi a telefonare invano, inviare fax con esito negativo, spedire e-mail ai recapiti indicati nel sito (info@bigprice.it; postvendita@bigprice.it; amministrazione@bigprice.it) senza mai avere il minimo riscontro”*⁵². Similmente, un altro consumatore ha denunciato l'impossibilità di ricevere raggugli dal Professionista in merito a due prodotti ordinati contestualmente, per i quali era in attesa - rispettivamente - della consegna e del rimborso⁵³.

57. Da un'altra denuncia si desume come Flux persista nel fornire riscontri dilatori nonostante il protrarsi dei propri ritardi, negando, al contempo, la possibilità di un confronto telefonico: *“Il 25 Settembre 2021 effettuai un ordine online (di cui allego copia e fattura) presso il sito della BIGPRICE pagandolo con bonifico; i prodotti da me ordinati dovevano arrivare entro 10/15 gg lavorativi trascorsi i quali cominciai ad inviare mail chiedendo lo stato del mio ordine. All'inizio mi dicevano che il produttore aveva dei ritardi e mi chiedevano se volessi attendere o richiedere rimborso ed io rispondevo che attendevo; nei giorni seguenti vedendo che i prodotti, da me ordinati, continuavano ad essere presenti sul sito sempre con consegna a 10/15 gg scrissi una mail chiedendo spiegazioni e loro risposero che avrebbero controllato; risultato: cambiarono la consegna a 24 gg. Andai avanti così, mandando mail di richiesta info, fino a quando non mi accorsi che rispondevano sempre allo stesso modo (in maniera automatica), allora, preoccupata, il 7 febbraio 2022, chiesi rimborso. Ad oggi, nonostante per mail continuo a rispondermi che la pratica di rimborso è stata avviata senza problemi, non ho ricevuto nulla. Ho provato a contattarli telefonicamente (all'inizio rispondevano sempre) ma ora non c'è più modo di poter parlare con un operatore”*⁵⁴.

58. Specificamente, da varie segnalazioni emerge come il silenzio o le risposte meramente dilatorie rappresentino la modalità di riscontro a reclami e richieste di informazioni pressoché generalmente utilizzata dal Professionista con riferimento ai ritardi nella consegna dei prodotti⁵⁵ e nella corresponsione dei rimborsi⁵⁶ nonché, in vari casi, alle stesse richieste di annullamento e/o recesso⁵⁷.

⁵² Segnalazione prot. 32368 del 6 aprile 2022.

⁵³ Segnalazione prot. 13589 del 19 gennaio 2022: *“Acquistati 3 elettrodomestici 15.11.2021. Arrivato il primo in data 09.12.2021. Per gli altri due elettrodomestici non mi veniva garantita la consegna entro Natale, per cui decido a metà dicembre di annullare l'ordine del piano cottura (mail di conferma annullamento del 20.12.2021) e attendere invece la consegna del microonde, di cui non avevo necessità immediata. Ad oggi, nonostante numerose mail di sollecito e telefonate a cui non risponde nessuno, non ho ricevuto né il rimborso di 225.90€ spese trasporto incluse né la consegna del microonde del valore di 391.52€ spese trasporto incluse”*.

⁵⁴ Segnalazione prot. 26012 dell'11 marzo 2022.

⁵⁵ Ad es. segnalazioni prott. 75909 del 5 ottobre 2021, 77324 dell'11 ottobre 2021, 86347 del 17 novembre 2021, 25303 dell'8 marzo 2022, 26012 dell'11 marzo 2022, 28407 del 22 marzo 2022, 32363 e 32364 del 6 aprile 2022, 37320 del 28 aprile 2022.

⁵⁶ Ad es. segnalazioni prott. 11373 dell'11 gennaio 2022, 23422 del 1° marzo 2022, 24373 del 3 marzo 2022, 26012 dell'11 marzo 2022, 26312 del 14 marzo 2022, 27134 del 17 marzo 2022, 29069 del 24 marzo 2022, 35137 del 19 aprile 2022, 37320 del 28 aprile 2022, 37892 del 2 maggio 2022, 38264 del 3 maggio 2022.

⁵⁷ Ad es. segnalazioni prott. 26331 del 14 marzo 2022, 32368 del 6 aprile 2022.

59. In proposito, nella risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento⁵⁸, il Professionista si è limitato a descrivere succintamente le tipologie di reclami gestite dal Servizio *Post Vendita*, dal Servizio Clienti e dall'Amministrazione, senza precisare il numero delle risorse dedicate, la cui gestione è asseritamente affidata in *outsourcing* ad aziende esterne.

60. In conclusione, dal complesso delle evidenze istruttorie acquisite agli atti del procedimento emerge la sussistenza di un forte *deficit* organizzativo con riguardo alle modalità di gestione dei reclami, al processo di acquisto e alla tracciabilità degli ordini, in merito ai quali il Professionista ha fornito indicazioni alquanto generiche e non è stato in grado di addurre elementi atti a comprovare la propria capacità di garantire un'adeguata tutela dei consumatori sotto tali profili.

Assenza, sul sito web del Professionista, del modulo per l'esercizio del diritto di recesso e del link alla piattaforma di risoluzione extragiudiziale delle controversie (ODR)

61. Infine, dalle evidenze istruttorie risulta il mancato rispetto da parte di Flux degli obblighi informativi gravanti sul Professionista in relazione ai contratti conclusi a distanza, con particolare riferimento all'omessa pubblicazione, sul Sito, del modulo per l'esercizio del diritto di recesso (menzionato ma non effettivamente presente) e dell'informazione circa la possibilità di servirsi di un meccanismo extragiudiziale di reclamo e ricorso.

62. Le acquisizioni effettuate in sede istruttoria⁵⁹ confermano la sussistenza delle predette lacune, evidenziando come da un lato sia del tutto assente un qualsivoglia riferimento al meccanismo extragiudiziale di reclamo e ricorso (cc. dd. *Alternative Dispute Resolution-ADR*) e dall'altro il rinvio al modulo per l'esercizio del diritto di recesso sia indicata sul Sito come inserita in un *link* ipertestuale che, tuttavia, non risulta in concreto attivabile.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

63. Flux ha formulato le proprie argomentazioni difensive negli scritti trasmessi all'Autorità con comunicazioni pervenute in data 11 gennaio 2022⁶⁰, 19 gennaio 2022⁶¹ e 7 giugno 2022⁶².

64. Nella memoria dell'11 gennaio 2022, la Società ha addotto alcune giustificazioni a fronte delle problematiche afferenti all'indisponibilità e alla ritardata o mancata consegna dei prodotti venduti, e segnatamente la cessazione di alcune collaborazioni lavorative nonché alcune azioni poste in essere in danno del Professionista a partire dal mese di aprile 2021, ascrivibili in particolare al produttore *[omissis]** e al corriere *[omissis]* che avrebbero arrecato all'azienda un consistente danno patrimoniale, *[omissis]*, ostacolando la possibilità di soddisfare le esigenze dei clienti/consumatori finali. Inoltre, Flux ha menzionato espressamente la circostanza che, per fronteggiare le difficoltà di reperimento della merce, si sarebbe rivolta a terzi fornitori non diretti, almeno uno dei quali non avrebbe instaurato e proseguito correttamente il rapporto commerciale. Infine, ha sostenuto che nel

⁵⁸ Comunicazione prot. 13364 del 19 gennaio 2022.

⁵⁹ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 2 dicembre 2021, del 17 maggio 2022 e del 28 giugno 2022.

⁶⁰ Si veda la comunicazione trasmessa in data 11 gennaio 2022, prot. 11296.

⁶¹ Si vedano le comunicazioni trasmesse in data 19 gennaio 2022, prott. 13364, 13371 e 13374.

⁶² Si veda la comunicazione trasmessa in data 7 giugno 2022, prot. 46016.

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

biennio 2020-21 sarebbero stati rimborsati un gran numero dei consumatori ai quali non è stato possibile garantire la consegna dei prodotti acquistati.

65. Nella comunicazione del 19 gennaio 2022 (prot. 13364), il Professionista ha precisato che le segnalazioni agli atti del procedimento sarebbero state *“tutte regolarmente chiuse e rimborsate”*, giustificando gli eventuali ritardi con l’incompletezza delle indicazioni fornite dai consumatori o con l’esitazione degli stessi a chiedere l’annullamento dell’ordine; Flux ha prodotto al riguardo un elenco relativo all’asserita corresponsione dei rimborsi a dodici segnalanti menzionati nella comunicazione di avvio del procedimento (non corredato, tuttavia, dalle contabili dei rimborsi effettivamente erogati). Inoltre, con riferimento ai reclami trasmessi dai consumatori, la Società ha precisato che tali reclami *“nascono dai ritardi di produzione dei produttori stessi, causata dalla mancanza di materie prime a seguito dell’emergenza Covid, spesso comunicata da quest’ultimi in ritardo e gestita da Flux riducendo drasticamente il numero delle offerte pubblicate ed il relativo numero dei canali di sellOut, chiaramente confermato dalla notevole riduzione degli ordini ricevuti nell’anno 2021”*.

66. Nella memoria finale del 7 giugno, Flux ha preliminarmente sostenuto che, a seguito delle misure adottate in data 4 marzo 2022 in ottemperanza al provvedimento cautelare, il proprio sito web *“non ha raccolto alcun nuovo ordine”*, cosicché le segnalazioni pervenute successivamente a tale data farebbero *“riferimento ad ordini inseriti prima dell’adozione delle misure gestite e risolte ove potute”*. Il Professionista ha precisato, inoltre, che alcuni rimborsi avrebbero *“avuto apparenti ritardi a causa di una serie di problematiche aziendali”*.

67. In particolare, secondo Flux, a seguito della citata comunicazione dell’Autorità del 23 marzo 2022, la Società avrebbe provveduto alla *“disabilitazione della vendita su TUTTI i prodotti a catalogo”*, pertanto dalla griglia a catalogo ogni prodotto è visibilmente indicato come non disponibile, qualora l’utente cliccasse sul pulsante *“non disponibile”* per tentare di inserirlo nel carrello si apre un pop-up che indica nuovamente la non disponibilità e non permette in alcun modo l’acquisto”. Inoltre, Flux avrebbe sospeso *“tutte le attività di marketing e visibilità dei prodotti su tutti i canali web”*, di modo che dal 4 marzo 2022 il Sito sarebbe inattivo e non avrebbe raccolto più alcun ordine, rimanendo accessibile con la sola funzione di garantire al consumatore la possibilità di consultare le schede tecniche dei prodotti acquistati e di fruire del servizio di assistenza clienti/customer care post vendita, *“onde evitare di intimorire l’utente al pensiero di vedersi venir meno la presenza del Professionista sul mercato”*.

68. Nel merito delle contestazioni, il Professionista ha formulato le seguenti osservazioni in relazione ad alcuni punti della comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria:

i) la circostanza che il pagamento anticipato, con relativo accredito del prezzo di acquisto, rappresenti condizione indefettibile per la messa in lavorazione dell’ordine non risulterebbe veritiera, attesa la possibilità di procedere al pagamento del prodotto al momento della consegna (c.d. “Contrassegno”);

ii) l’ipotesi nella quale *“solo dopo l’effettivo accredito si procede alla messa in lavorazione dell’ordine e all’accantonamento del materiale”* ricorrerebbe *“solo ed esclusivamente per gli ordini inseriti con pagamento a mezzo bonifico bancario, in quanto tale modalità viene spesso utilizzata per l’inserimento da parte degli utenti di ordini test o falsi, non effettuando mai l’effettivo pagamento: è per tale motivo che gli ordini inseriti con tale modalità hanno validità di 15gg lavorativi dall’inserimento, successivamente vengono annullati di default salvo diversa”*

comunicazioni del cliente o accordi personalizzati a seguito di richieste particolari dell'utente finale, posticipi per particolari esigenze ect.”, mentre per tutte le altre modalità di pagamento i prodotti “di immeditata spedizione” verrebbero da subito riservati all'utente;

iii) i prodotti non sarebbero sempre indicati come disponibili per la consegna in tempi rapidi in quanto per ogni articolo (in base a diversi fattori quali logistiche di partenza, fornitori, produzione, vettore utilizzato, periodo di riferimento) verrebbero indicate tempistiche diverse (fino ai 40 giorni), con l'evidente indicazione di possibili ritardi legati alla pandemia;

iv) l'indicazione “*non disponibile e tempi di evasione in aggiornamento*” fornita per alcuni prodotti sarebbe idonea a rendere i consumatori edotti delle criticità afferenti alla filiera produttiva e in particolare dell'eventuale impossibilità di completare l'acquisto a causa della protratta indisponibilità della merce (anche a causa del fallimento o dell'irreperibilità di alcuni fornitori);

v) il Professionista avrebbe descritto in maniera dettagliata, nella risposta alla richiesta di informazioni, tutti i processi di acquisto e messa in lavorazione del prodotto e le relative “*fasi di aggiornamento al cliente, incluse le fasi postvendita e successive comunicazioni a seguito di ordini che prevedevano un ritardo di evasione*”;

vi) le informazioni (in verde) sulle tempistiche di evasione dei vari prodotti (“*Questo prodotto è evadibile in circa xx/xx giorni lavorativi*”) non sarebbero idonee a ingenerare nei consumatori la convinzione che gli stessi siano palesemente “disponibili”. Infatti, al di sotto di tale indicazione compare l'ulteriore notazione, scritta in rosso, secondo cui “*I tempi di evasione potrebbero subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva*”: il complesso di tali indicazioni sarebbe tale da chiarire al consumatore che le tempistiche di evasione sono quelle segnalate dal fornitore di competenza del prodotto e che, pertanto, il prodotto sarebbe chiaramente “non disponibile”;

vii) nel biennio 2020-2021 Flux ha consegnato 50.773 ordini (su un totale di 53.477 ordini ricevuti); in tutto, gli ordini non consegnati sarebbero 2.704, ma solo 1.906 mancate consegne sarebbero riconducibili a “*ritardi di evasione*” e corrisponderebbero al 3,6% del totale degli ordini ricevuti (53.477). Il resto delle mancate consegne non sarebbe addebitabile alla Società e, in particolare: “*n. 243 annullati da venditore (per ordini incompleti, clienti irreperibili, mancanza dei dati sull'ordine, ordini doppi/errati ect ovviamente sempre previa comunicazione al cliente anche se quest'ultimo non reperibile); n. 195 per richiesta di recesso da parte dei clienti; per i restanti n. 360 ordini, si tratta di ordini inseriti ma mai andati in lavorazione, pertanto mai confermati dal cliente*”;

viii) l'elenco degli ordini consegnati in ritardo (presente nella comunicazione di Flux del 19 gennaio 2022) farebbe riferimento a tutti gli ordini consegnati oltre i tempi stimati di consegna, prima ed oltre 30 giorni, e comprenderebbe al proprio interno ritardi dovuti all'emergenza pandemica da Covid-19.

69. Flux ha inoltre dichiarato che tutti i consumatori che hanno inviato le segnalazioni menzionate nella comunicazione di avvio del procedimento sarebbero stati rimborsati e la maggior parte dei ritardi e delle mancate consegne sarebbe dovuta a cause di forza maggiore, quali ritardi nella produzione o spedizione della merce da parte dei fornitori nonché comportamenti ostruzionistici posti in essere dal produttore [omissis] e dal corriere [omissis], gli atti di citazione nei confronti dei quali sono stati allegati alla memoria conclusiva.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

70. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *internet*, in data 7 giugno 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

71. Con delibera n. 212/22/CONS, pervenuta in data 1° luglio 2022, tale Autorità ha espresso il parere richiesto, limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

72. In particolare, la suddetta Autorità, rilevato che *“il numero di utenti unici dei siti/app di e-commerce varia, nel 2021, tra 36,5 e 37,6 mln (tra 35,3 e 38,3 milioni nel 2020), con una media di 2 ore e 50 minuti trascorse da ciascun utente navigando su tali siti”* e considerato che *“il mezzo di comunicazione utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel Sito del Professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate”*, ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

73. Il presente provvedimento concerne l'illiceità dei comportamenti posti in essere da Flux, a partire almeno da febbraio 2020, nell'ambito della sua attività di vendita *online* attraverso il sito *web www.bigprice.it*. In particolare, le condotte ascritte al Professionista integrano tre distinte violazioni del Codice del Consumo, consistenti:

A) in una pratica commerciale scorretta relativa alla diffusione di informazioni ingannevoli sulle caratteristiche dei prodotti venduti *online* e sui relativi tempi di consegna, nonché all'adozione di modalità scorrette del processo di vendita *online*, in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo;

B) in una seconda pratica commerciale scorretta relativa alla mancata consegna dei prodotti venduti *online*, all'omessa o inadeguata fornitura del servizio di assistenza *post-vendita* e all'ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e rimborso dei consumatori, in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo;

C) nel mancato rispetto della disciplina sulle informazioni precontrattuali per il consumatore e diritto di recesso nei contratti a distanza prevista dall'articolo 49, comma 1, lettere h) e v), del Codice del Consumo.

74. Le due pratiche commerciali (A e B) contestate al Professionista, caratterizzate da un insieme di complesse e articolate condotte, risultano strutturalmente autonome in ragione delle distinte fasi di consumo cui attengono. In particolare, la prima pratica (A) afferisce al momento dell'offerta di prodotti sul sito *Internet* del Professionista e alla conclusione del contratto di acquisto *online*; la seconda pratica (B) riguarda la fase successiva all'acquisto, attinente all'esecuzione dell'obbligazione principale relativa alla consegna dei prodotti nei termini previsti e alla complessiva assistenza assicurata anche ai fini dell'esercizio dei diritti dei consumatori.

75. L'ultima condotta oggetto di accertamento (C) concerne il mancato rispetto da parte del Professionista degli obblighi informativi precontrattuali nei contratti a distanza, in particolare quelli previsti dall'articolo 49, comma 1, lettere *h*) e *v*) del Codice del Consumo, con riguardo al modulo-tipo per l'esercizio del diritto di recesso e alla possibilità di servirsi di un meccanismo extragiudiziale di reclamo e ricorso.

Premessa: il contesto in cui si collocano le condotte accertate

76. L'istruttoria svolta riguarda il settore dell'*e-commerce*, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore/acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al Professionista. Da qui la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, l'adempimento delle obbligazioni principali del contratto e, quindi, la consegna dei beni acquistati corrispondenti a quelli oggetto di promozione e di offerta.

77. È il caso di ricordare che, secondo il paradigma individuato nelle norme del Codice del Consumo poste a tutela della libertà di scelta del consumatore, quest'ultimo deve disporre contestualmente, fin dal primo contatto, di tutte le informazioni utili ad assumere la decisione di natura commerciale; ciò tanto più nel settore dell'*e-commerce*, connotato dalla conclusione a distanza di transazioni commerciali, contesto nel quale assume precipuo rilievo la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni di consumo, sin dal momento dell'aggancio dell'utente, attraverso una chiara e completa rappresentazione delle caratteristiche delle offerte che si pubblicizzano e del conseguente vincolo contrattuale, per consentire al consumatore una scelta commerciale consapevole dapprima in ordine all'acquisto e, poi, alla prosecuzione del rapporto contrattuale.

78. Nella fase prodromica alla scelta d'acquisto occorre, pertanto, che siano fornite informative precise ed esaurienti rispetto alle caratteristiche essenziali dei prodotti venduti, ai relativi tempi di consegna e alle modalità di esecuzione del relativo contratto, al fine di consentire al consumatore la verifica dapprima della convenienza della transazione e poi del rispetto delle condizioni di offerta prospettate. Nella fase successiva all'acquisto *online*, concernente l'esecuzione della transazione di compravendita a distanza, il professionista è tenuto ad assicurare la dovuta assistenza ai consumatori, fornendo informazioni corrette sullo stato effettivo e sugli sviluppi concreti di un ordine di acquisto nonché garantendo il pieno esercizio dei loro diritti relativi alla consegna dei prodotti, al recesso/annullamento e al rimborso del corrispettivo versato. Ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza in tale settore, se prontamente e adeguatamente informato sull'eventuale impossibilità di evadere l'ordine alle condizioni prospettate, il consumatore può sostituire agevolmente il Professionista inadempiente con un suo diretto concorrente.

79. Nel descritto contesto Flux, in contrasto con il dovere di diligenza su di esso gravante ai sensi del Codice del Consumo, ha pubblicato offerte non veritiere con riferimento alla disponibilità dei prodotti e ai tempi di consegna ("evadibilità"), impedendo ai consumatori di effettuare una scelta consapevole e informata. Successivamente al perfezionamento del contratto, il Professionista ha altresì ostacolato il diritto dei consumatori di ottenere la consegna del bene e di ricevere un adeguato servizio di assistenza post-vendita nonché di recedere dal contratto e ottenere i rimborsi ad essi spettanti secondo le modalità ed i tempi stabiliti dalla legge, pregiudicando altresì la possibilità di rivolgersi ad altri fornitori per soddisfare le loro esigenze.

Pratica A) L'ingannevolezza delle informazioni sulle caratteristiche dell'offerta e la scorrettezza del processo di vendita online

80. Come sopra indicato, la prima pratica commerciale ascrivibile a Flux si articola in una serie di condotte poste in essere nella fase precontrattuale e in quella relativa alla conclusione del contratto *online*, consistenti: *i*) nella diffusione di informazioni ingannevoli sulle caratteristiche dei prodotti venduti *online* sul proprio sito *web*, con specifico riferimento alla disponibilità e ai tempi di consegna (“evadibilità”) dei beni; *ii*) nell'adozione di modalità scorrette del processo di vendita *online* con particolare riguardo all'immediato addebito di pagamento anche a fronte dell'indisponibilità dei prodotti e, in alcuni casi, all'annullamento unilaterale degli ordini.

81. L'insieme di tali comportamenti, complessivamente considerati, integra una pratica commerciale scorretta, connotata da elementi di ingannevolezza e di aggressività, ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa alcune rilevanti caratteristiche e i tempi di consegna dei prodotti venduti *online* nonché in grado di limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto, inducendoli pertanto ad assumere una decisione commerciale per l'acquisto e il pagamento immediato di un prodotto che non avrebbero altrimenti preso.

Le informazioni sulla disponibilità dei prodotti e sui tempi di consegna/“evadibilità”

82. Le risultanze istruttorie confermano che Flux, nell'ambito delle offerte pubblicate sul proprio sito *web* e, dunque, nella fase prodromica alla scelta d'acquisto *online* dei consumatori, fornisce informazioni in merito alla disponibilità dei beni commercializzati che, nella realtà, si rivelano non attendibili e, dunque, decettive nella misura in cui prospettano la possibilità di acquistare *online* determinati prodotti tuttavia non fisicamente nella disponibilità della Società⁶³.

83. In proposito, come indicato da Flux nella comunicazione pervenuta in data 11 gennaio 2022 - che fa riferimento a una “difficoltà di reperimento della merce” presso i produttori/fornitori - e come ribadito nella documentazione trasmessa in allegato alla memoria finale del 7 giugno 2022, la Società opera in modalità *dropshipping*, procedendo dunque alla vendita di prodotti a utenti finali, senza possederli materialmente nel proprio magazzino. Ne discende, quindi, che la prassi ordinaria del Professionista è quella di presentare ingannevolmente come disponibili per la vendita, sul proprio Sito, prodotti in realtà non presenti presso il proprio magazzino al momento dell'ordine e del relativo pagamento, procedendo all'immediato addebito del prezzo di acquisto e preoccupandosi di acquisire la disponibilità (eventuale) della merce solo in un secondo momento, così addossando sui consumatori i rischi e i problemi legati all'approvvigionamento presso i fornitori nonché all'eventuale annullamento dell'ordine. Il Professionista, infatti, percepisce il corrispettivo già al momento in cui il consumatore effettua l'ordine *online* o, in ogni caso, prima di effettuare la spedizione del prodotto e, di conseguenza, anche nelle ipotesi in cui il prodotto non risulti in seguito disponibile o la cui reperibilità richieda molto tempo.

84. Al riguardo, occorre svolgere una valutazione distinta in relazione alle varie modalità di promozione e commercializzazione *online* adottate da Flux nel corso del presente procedimento,

⁶³ Le risultanze istruttorie relative alle condotte in esame sono compiutamente descritte ai paragrafi 19-30, parte III, del presente provvedimento.

atteso che il Professionista è intervenuto apportando alcune modifiche alle procedure di offerta sul Sito, a seguito dell'intervento cautelare dell'Autorità.

85. Con specifico riguardo alle informazioni pubblicate sul Sito al momento dell'avvio del procedimento, rileva la circostanza che fossero offerti in vendita prodotti acquistabili e pagabili immediatamente *online*, accompagnati dalla sola precisazione circa i tempi di evadibilità (“*Evadibile in XX/XX giorni lavorativi*” nella *homepage* e “*Questo prodotto è evadibile in circa xx/xx gg lavorativi*” nella scheda-prodotto); tali modalità informative sono ingannevoli nella misura in cui risultano idonee a indurre in errore i consumatori in merito all'effettiva disponibilità dei prodotti offerti in vendita e acquistabili immediatamente dai consumatori (con relativo pagamento al momento dell'ordine). Al riguardo, infatti, l'indicazione della tempistica orientativa di evasione scritta in colore verde, al di sotto dell'immagine del prodotto nella *homepage* e poi accanto al prodotto nella scheda tecnica, risulta in grado di ingenerare nei consumatori il convincimento che il prodotto venduto sia nella materiale disponibilità del Professionista e quindi pronto per la spedizione e la successiva consegna entro i tempi indicati, come del resto testimoniato da quanto percepito dai numerosi segnalanti.

86. Contrariamente a quanto sostenuto dal Professionista nella memoria finale, “*l'ulteriore annotazione in rosso posta sotto l'indicazione di evasione in verde*” nella scheda tecnica, recante la locuzione “*I tempi di evasione potrebbero subire dei ritardi a causa delle attuali restrizioni sulla filiera produttiva*”, non risulta idonea a superare la portata decettiva delle informazioni pubblicate e addirittura a “*scoraggiare il consumatore all'acquisto di prodotti con tempi di attesa lunghi ed incerti*”; ciò in quanto tale ulteriore annotazione, dal contenuto eccessivamente vago e generico, non pone il consumatore in condizione di comprendere, in modo chiaro ed inequivocabile, “*che l'evasione è legata ai tempi del produttore/fornitore e pertanto il prodotto risulta chiaramente “non disponibile”*”.

87. Dopo aver ricevuto la comunicazione del provvedimento cautelare, recante l'ordine di sospendere provvisoriamente ogni attività diretta alla promozione e vendita di prodotti non disponibili o comunque non realmente pronti per la consegna entro il termine indicato, Flux ha dichiarato di aver inibito la possibilità di acquisto in relazione a un elevato numero di prodotti (9.122) risultati “*non disponibili e con date di evasione incerte*”, inserendo al di sotto di tali prodotti la dicitura “*NON DISPONIBILE*” ed eliminando il tasto “*ACQUISTA*” dalle relative schede-prodotto.

88. Nonostante tali modifiche, come ampiamente illustrato nelle evidenze istruttorie, accanto ai predetti prodotti “*NON DISPONIBILI*”, alla data del 17 maggio 2022⁶⁴ risultavano ancora presenti una serie di prodotti che potevano essere acquistati *online* (tramite il pulsante “*ACQUISTA*”) e dei quali, quindi, era ragionevole supporre che Flux avesse la disponibilità. Tali modalità di promozione e commercializzazione *online* risultano parimenti ingannevoli in relazione all'effettiva disponibilità dei prodotti visualizzati sul Sito senza l'indicazione “*non disponibile*” e per i quali i consumatori potevano procedere all'immediato acquisto (e pagamento).

89. In proposito, vale osservare che una corretta e puntuale informazione sull'effettiva disponibilità dei prodotti e/o sul fatto di offrire in vendita prodotti dei quali Flux si approvvigiona presso terzi fornitori risulta essenziale ai fini di una decisione d'acquisto pienamente consapevole, in grado di

⁶⁴ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 17 maggio 2022.

garantire ai consumatori una reale libertà di scelta, consentendo loro di ponderare adeguatamente l'opportunità di acquistare prodotti di cui Flux non aveva, o non era certa di avere, l'immediata disponibilità materiale o, al contrario, di rivolgersi ad altro professionista. Pertanto, la descritta condotta ingannevole appare particolarmente grave nella misura in cui risulta che la Società abbia consapevolmente acquisito ordini *online* a prescindere dall'effettiva disponibilità nel proprio magazzino dei prodotti offerti in vendita, in tal modo accettando il rischio di non riuscire a dare esecuzione al contratto, in evidente violazione dei principi generali di correttezza e di buona fede nel settore dell'*e-commerce*.

90. Analogamente ingannevoli, in quanto imprecise e inattendibili, si sono rivelate le informazioni fornite da Flux sui tempi di consegna a domicilio dei prodotti venduti *online*, come dimostrato dalle risultanze istruttorie relative ai numerosi casi di ritardi rispetto alle tempistiche originariamente prospettate sul sito *web* nonché le numerose fattispecie di mancata consegna.

91. Preliminarmente, si deve evidenziare che le informazioni fornite sul Sito fanno costantemente riferimento a imprecise tempistiche di "evadibilità" dell'ordine, che tuttavia non coincidono con la data di consegna a domicilio dei beni venduti *online*, di modo che risulta omessa da parte del Professionista l'indicazione ai consumatori degli effettivi tempi di consegna dei prodotti acquistati, spesso confusi dagli stessi con gli indicati tempi di evadibilità. Nel senso della scarsa chiarezza e della portata fuorviante di quest'ultima locuzione si pongono le segnalazioni dei consumatori che fanno sistematicamente riferimento ai tempi di consegna e non di "evasione".

92. In ogni caso, come accertato sulla base delle evidenze agli atti, le tempistiche di consegna/"evadibilità" prospettate dal Professionista sul proprio Sito non risultano essere state in molte ipotesi rispettate, di modo che i consumatori sono stati indotti e/o costretti a chiedere il recesso/annullamento dell'ordine e il conseguente rimborso dell'importo versato al momento dell'ordine *online*.

93. Peraltro, il Professionista, dopo l'inibizione della vendita di 9.122 prodotti non realmente disponibili, attuata a seguito della comunicazione del provvedimento cautelare, ha eliminato - sia dalla *homepage* sia dalle schede tecniche dei prodotti offerti in vendita - qualunque indicazione sui tempi di consegna, limitandosi a pubblicare solo una generica avvertenza secondo cui la valutazione dei tempi sarebbe "in aggiornamento" ("**Questo prodotto è evadibile in circa - IN AGGIORNAMENTO - lavorativi**"). Tali modalità di promozione e commercializzazione *online* risultano gravemente lacunose e omissive in merito a un elemento importante e decisivo ai fini della scelta di acquisto dei consumatori, vale a dire le effettive tempistiche di consegna dei beni venduti *online*; rileva in questo caso la circostanza che Flux abbia del tutto eliminato qualunque indicazione anche dei presumibili tempi di "evadibilità".

94. In definitiva, l'ingannevolezza delle informazioni fornite da Flux, nel delicato momento dell'aggancio pubblicitario, in merito alla disponibilità e ai tempi di consegna dei prodotti offerti *online*, tanto sotto il profilo della decettività quanto sotto il profilo dell'omissione, risulta senz'altro idonea a falsare in misura rilevante il comportamento economico dei consumatori e influenzarne le rispettive decisioni di natura commerciale, inducendoli ad acquistare i prodotti venduti *online* dal Professionista sulla base dell'aspettativa di tempi di consegna rapidi o, comunque, facendo affidamento sul rispetto dei tempi prospettati. Solo in caso di adeguata informazione preventiva su tutti gli elementi rilevanti ai fini della decisione commerciale dei consumatori, invero, questi ultimi sarebbero in condizione di effettuare una scelta effettivamente consapevole, accettando il rischio di

incorrere in tali disagi oppure preferendo rivolgersi ad altri operatori (*online* o fisici) o, ancora, astenendosi del tutto dall'acquisto nel caso il prodotto non fosse strettamente necessario.

Le criticità nel processo di vendita online

95. Dalle risultanze istruttorie è inoltre emersa l'adozione da parte di Flux di modalità scorrette di gestione del processo di vendita *online*, con specifico riguardo all'immediato addebito di pagamento dei prodotti acquistati dai consumatori, al momento dell'ordine *online* (o al più tardi entro dieci giorni lavorativi da quest'ultimo)⁶⁵. A fronte dell'addebito del prezzo di acquisto dei prodotti in un momento antecedente rispetto all'effettiva evasione dell'ordine, ossia della consegna materiale del prodotto al corriere, e dunque a prescindere da un'effettiva verifica circa la disponibilità della merce, il Professionista risulta aver proceduto autonomamente alla cancellazione unilaterale degli ordini per indisponibilità dei prodotti e/o aver proposto ai consumatori prodotti alternativi o, infine, averli indotti a esercitare il recesso e richiedere il rimborso del corrispettivo pagato.

96. Le evidenze documentali confermano, infatti, come Flux abbia ordinariamente proceduto all'addebito del corrispettivo dei beni venduti *online* anche nel caso in cui i prodotti non fossero disponibili. Non solo, dunque, Flux ha costantemente omesso di svolgere verifiche preventive e mirate in merito all'effettiva disponibilità del prodotto prima di addebitarne il prezzo ai consumatori, ma ha consapevolmente venduto *online* beni dei quali non aveva ancora ottenuto la disponibilità materiale – introitando il relativo pagamento – in quanto oggetto di fornitura da parte di operatori terzi.

97. D'altra parte, lo stesso Professionista ha ammesso, nella risposta alla richiesta di informazioni, nelle argomentazioni difensive e nei riscontri forniti ai consumatori, riferendosi più volte alla possibilità di ritardi di consegna da parte dei fornitori/producenti, di offrire in vendita prodotti, indicandoli come disponibili, anche nel caso in cui non siano ancora stati ricevuti dalla Società e non siano dunque presenti in magazzino; da ultimo, nella documentazione trasmessa in allegato alla memoria finale, ha confermato espressamente la circostanza di operare in *drop shipping* al fine di evitare un reale magazzino a terra della merce e generare un anticipo di denaro.

98. In conclusione, ciò che emerge con netta chiarezza dall'istruttoria, è che il Professionista, una volta ricevuto l'ordine, esige il pagamento del prodotto con conseguente addebito di importi spesso di rilevante entità, data la natura dei beni venduti (per lo più elettrodomestici e prodotti di elettronica), prima di avere la certezza di poterli fornire, ad esempio in tutti i casi in cui i prodotti non sono disponibili presso i propri magazzini, ma devono essere forniti da un operatore commerciale terzo. Successivamente al pagamento da parte del consumatore, il Professionista ha tenuto un comportamento dilatorio nei confronti dei clienti che chiedevano informazioni sulla consegna dei beni acquistati *online*, fino a indurli a cambiare prodotto⁶⁶ o a recedere a causa dell'estenuante attesa (secondo i dati forniti da Flux i recessi sono stati 1906 nel biennio 2020-21), salvo in alcuni casi procedere all'annullamento unilaterale dell'ordine in ragione dell'assenza della merce⁶⁷, come attestato dalle segnalazioni acquisite agli atti e dalle informazioni prodotte dallo

⁶⁵ Le risultanze istruttorie relative alle condotte in esame sono compiutamente descritte ai paragrafi 31-41, parte III, del presente provvedimento.

⁶⁶ Cfr. ad es. segnalazione prot. 21440 del 21 febbraio 2022.

⁶⁷ Cfr. ad es. segnalazioni prott. 21439 del 21 febbraio 2022, 32363 e 32364 del 6 aprile 2022, 42539 del 20 maggio 2022.

stesso Professionista (che nel biennio 2020-21 ha annullato unilateralmente 243 ordini, non consegnandone 2.704 e consegnandone con oltre 30 giorni di ritardo 1620).

99. Tale *modus operandi* assume connotati di particolare gravità ove si consideri che, in tal modo, viene sottratta ai consumatori la disponibilità di risorse economiche, anche di notevole entità e per un periodo di tempo indefinito, che avrebbero potuto consentire, tra l'altro, l'approvvigionamento presso altro fornitore dei medesimi prodotti. Per effetto, dunque, delle descritte modalità di gestione del processo di vendita *online*, il Professionista si assicura immediatamente il pagamento e trasferisce sui consumatori il rischio di non riuscire a evadere l'ordine d'acquisto *online* e fornire il prodotto, così limitando considerevolmente la loro libertà di comportamento e ostacolando l'esercizio dei loro diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere il contratto, di cambiare prodotto o rivolgersi ad altro operatore commerciale.

100. Non coglie nel segno l'argomentazione difensiva di Flux secondo cui il pagamento anticipato con relativo accredito del prezzo di acquisto non costituirebbe una condizione indefettibile per la messa in lavorazione dell'ordine, in quanto la prima modalità proposta al cliente in fase di acquisto è il pagamento alla consegna ovvero in "Contrassegno". Invero, diversamente da quanto sostenuto dal Professionista, tale argomentazione difensiva si pone in netto contrasto con quanto previsto nelle condizioni di vendita acquisite agli atti⁶⁸ circa il fatto che l'ordine viene lavorato solo dopo l'accredito e che fino a quel momento si considera una mera proposta di acquisto in attesa di conferma; in ogni caso, si deve rilevare come il pagamento in contrassegno rappresenti un'ipotesi sostanzialmente residuale, come desumibile dalle numerose segnalazioni dei consumatori (accomunate dall'uso di altri metodi di pagamento).

101. Le condotte in esame integrano dunque una pratica commerciale scorretta, in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonee ad incidere sensibilmente, mediante indebito condizionamento, sulla libertà di scelta dei consumatori in relazione ai prodotti offerti *online*, inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso, dal momento che – dopo essere stati indotti ad effettuare l'ordine *online* in base alla prospettata disponibilità del prodotto entro i tempi prospettati – subiscono dapprima l'immediato prelievo dell'importo corrispondente al prezzo di acquisto del prodotto e poi la ritardata/mancata consegna e l'annullamento dell'ordine.

102. Tale condotta risulta particolarmente grave in quanto i consumatori subiscono un significativo disagio consistente non solo nell'impossibilità di fruire dei prodotti acquistati *online* nei tempi indicati ma anche nella privazione, anche per lunghi periodi, della disponibilità di risorse economiche, spesso di rilevante entità data la natura dei beni venduti dal Professionista, che determina di fatto l'impossibilità di cambiare prodotto, di effettuare ulteriori acquisti e/o procedere immediatamente ad individuare un diverso fornitore presso cui ripetere il tentativo di acquisto del medesimo prodotto, considerati i tempi necessari per il rimborso.

⁶⁸ Cfr. verbali di acquisizione del 2 dicembre 2021, del 17 maggio 2022 e del 28 giugno 2022: l'art. 5.1 dei "TERMINI E CONDIZIONI DI VENDITA": "Il pagamento dovrà essere effettuato entro i 10 giorni lavorativi dalla data dell'ordine che verrà lavorato soltanto successivamente all'effettivo accredito sul c/c bancario di Flux s.a.s. Fino a quel momento l'ordine inserito dal cliente viene considerato soltanto una proposta di acquisto in attesa di conferma e la disponibilità dei prodotti da parte di Bigprice potrà cambiare. (es: prodotto disponibile nel momento della conferma di ordine, dopo 5 giorni, al ricevimento dell'accredito, prodotto disponibile in x giorni lavorativi). I tempi di evasione ordine decorreranno dalla data in cui è stato registrato e notificato l'avvenuto pagamento da parte dell'amministrazione (da 1 a 5 giorni)".

Pratica B) Modalità illecite di gestione della fase successiva all'acquisto online

103. La seconda pratica commerciale ascrivibile al Professionista riguarda la fase successiva all'acquisto *online* e consta di una serie di condotte che si sostanziano nella ritardata/mancata consegna dei prodotti venduti *online*, nell'omissione di informazioni relative allo stato degli ordini, nell'omessa o inadeguata fornitura del servizio di assistenza post-vendita e nell'ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e/o rimborso dei consumatori. Tali comportamenti, complessivamente considerati, costituiscono una pratica commerciale scorretta, posta in essere in violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto nonché ad ostacolare l'esercizio dei diritti dei consumatori, compresi il diritto di ottenere la consegna del bene nei tempi previsti, il diritto di ricevere informazioni corrette sullo stato della spedizione del prodotto, il diritto di risolvere un contratto e ottenere il rimborso secondo i tempi e le modalità previste dalla disciplina contrattuale e in conformità alle previsioni della legge, oppure di cambiare prodotto o rivolgersi ad altro Professionista, nonché il diritto di ricevere un'adeguata assistenza post-vendita.

La mancata o ritardata consegna dei prodotti venduti online e l'omessa informazione sullo stato della spedizione

104. Ciò premesso, come ampiamente illustrato nella parte relativa alle evidenze istruttorie⁶⁹, le numerose segnalazioni di singoli consumatori testimoniano moltissimi casi di mancato rispetto dei tempi di consegna prospettati sul Sito e nelle *mail* di conferma ordine, alcune delle quali sono relative a dilazioni notevoli, anche nell'ordine di mesi, rispetto al perfezionamento dell'acquisto *online* e al contestuale pagamento del relativo prezzo, mentre altre si riferiscono a casi di omessa consegna⁷⁰.

105. Numerose sono al riguardo le documentate testimonianze dei consumatori, dalle quali si evince che il Professionista, dopo aver acquisito l'ordine *online* e addebitato il pagamento, comunicava all'acquirente di aver subito rallentamenti o problemi di vario tipo in merito alla consegna del prodotto, sostenendo che non fosse disponibile (o meglio, fosse "irreperibile"), fosse rallentato da problemi logistici dovuti all'emergenza sanitaria o a non meglio precisati problemi dei produttori/fornitori e proponendo soluzioni alternative⁷¹.

106. Le descritte condotte di mancata/ritardata consegna ai consumatori dei prodotti venduti *online* risultano connotate da profili di aggressività, nella misura in cui i consumatori, nonostante l'avvenuto pagamento del prezzo, sono privati della disponibilità dei beni acquistati *online* o della possibilità di fruirne in tempi congrui, subendo in tal modo un indebito condizionamento, suscettibile anche di impedire loro di acquistare i medesimi prodotti presso altri operatori ovvero di

⁶⁹ Le risultanze istruttorie relative alle condotte in esame sono compiutamente descritte ai paragrafi 42-50, parte III, del presente provvedimento.

⁷⁰ Ad es. segnalazioni prott. 12702 del 17 gennaio 2022, 16629 del 1° febbraio 2022, 17393 del 4 febbraio 2022, 21504 del 21 febbraio 2022, 47057 del 9 giugno 2022, 50148 del 23 giugno 2022.

⁷¹ Si veda in proposito la segnalazione prott. 42539 del 20 maggio 2022, integrata il data 23 maggio 2022 (prott. 42786) relativa a un acquisto (per oltre € 1.500) effettuato in data 21 settembre 2021 per prodotti con disponibilità in 8/15 giorni lavorativi, che è stato invece annullato il 4 novembre 2021 per "irreperibilità dei prodotti". Cfr. segnalazioni prott. 43342 del 24 maggio 2022, 45534 del 3 giugno 2022.

impiegare per altri scopi le somme corrisposte a titolo di corrispettivo e incassate dal Professionista. Si rinviene, infatti, nel caso di specie, uno sfruttamento, da parte di Flux, di una posizione di potere rispetto al consumatore per esercitare una pressione tale da limitare notevolmente la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole; il consumatore viene a trovarsi in una situazione di *stress* che lo condiziona nel decidere, determinato dalle condotte ripetute e irraguardose della sua volontà.

107. Si ricorda che, secondo i dati forniti dal Professionista nella comunicazione del 19 gennaio 2022, nel biennio 2020-2021 si sono verificate oltre 2.700 mancate consegne (pari a circa il 5% del totale degli ordini ricevuti), oltre 1.600 ritardi di oltre 30 giorni nella consegna e 243 annullamenti unilaterali dell'ordine da parte di Flux.

108. In proposito, risulta irrilevante la precisazione inserita da Flux nella memoria conclusiva, secondo cui il numero di annullamenti di ordini non consegnati "*per ritardi di evasione*" nel biennio 2020-2021 sarebbe stimabile in circa il 3,6% del totale degli ordini ricevuti (ossia 1.906 ordini), essendo i rimanenti ordini stati annullati per cause asseritamente non addebitabili al Professionista: in ogni caso, oltre 1.900 ordini annullati rappresentano una cifra considerevole, la cui incidenza sul totale degli ordini non varia sostanzialmente. Del pari, nella memoria finale la Società afferma che "*L'elenco degli ordini consegnati in ritardo fa riferimento a tutti gli ordini consegnati oltre i tempi iniziali stimati di consegna, oltre 5gg lavorativi di evasione*", mentre si è rilevato⁷² come il numero dei ritardi nella consegna indicati dal Professionista nella comunicazione del 19 gennaio 2022 (prot. 13364), ossia 1.620, comprendesse esclusivamente quelli oltre i 30 giorni.

109. Inoltre, risulta privo di pregio il rilievo concernente l'asserita incidenza della situazione di emergenza sanitaria da Covid-19 sui ritardi delle consegne, che nel corso del 2020 si sarebbero concentrati nel periodo iniziale della pandemia, alla luce dell'andamento costantemente elevato di richieste di recesso o annullamento per ritardata o mancata consegna (compresi tra 67 e 98 per ogni mese da gennaio 2020 a dicembre 2021) e della circostanza, menzionata negli allegati alla memoria finale, che "*la nota pandemia del Coronavirus/Covid-19 ... ha portato, per assurdo, ad un aumento del fatturato per l'anno 2020*"⁷³. Oltretutto, la menzionata emergenza sanitaria non costituisce causa idonea a dispensare il Professionista dai doveri di diligenza gravanti sullo stesso nella prestazione dei propri servizi, soprattutto in un settore delicato come l'*e-commerce*.

110. Dalla documentazione istruttoria sono peraltro emerse carenze gestionali e informative sullo stato degli ordini nella fase successiva all'acquisto *online* e alla complessiva attività di gestione degli stessi: ciò determina l'impossibilità di monitorare l'intero *iter* di consegna, di verificare tempestivamente l'esistenza di criticità per fornire adeguato supporto ai clienti, di stabilire l'entità del ritardo nonché, in ultima analisi, la tempistica di effettiva consegna, come testimoniato dai numerosi casi di riscontri ai consumatori omessi o forniti attraverso risposte standardizzate e dilatorie (quali "*il suo ordine risulta essere correttamente in lavorazione dal ... Non appena il materiale da lei ordinato verrà affidato al corriere di riferimento, riceverà notifiche contenenti i dettagli della spedizione*"; "*Ci scusiamo per i ritardi, pur mettendo in campo tutte le nostre energie, i tempi di attesa del servizio consegna possono essere prolungati*"; "*l'ordine sta purtroppo subendo dei ritardi nella partenza causati da rallentamenti di produzione dovuti all'emergenza Covid-19 che*

⁷² Cfr. *supra*, paragrafi 38 e 39.

⁷³ Cfr. la memoria finale del 7 giugno 2022, prot. 46016, e relativi allegati n. 2 e 3.

ha generato difficoltà di reperibilità delle materie prime.....il produttore stesso non è in grado di fornire indicazioni certe sulla data di evasione ordine...) e finanche dall'impossibilità di contattare l'assistenza clienti tramite telefono e/o fax⁷⁴.

Gli ostacoli ai diritti di recesso e rimborso dei consumatori e l'inadeguatezza del servizio di assistenza post-vendita

111. Sulla base della documentazione acquisita agli atti, risulta confermata anche l'attuazione da parte di Flux, nella fase successiva alla conclusione del contratto, di un complesso di condotte dilatorie e ostruzionistiche volte a impedire/ostacolare l'esercizio del diritto di recesso e di rimborso da parte dei consumatori, esercitato a seguito di mancata/ritardata consegna dei prodotti e/o di annullamento unilaterale del contratto da parte del Professionista⁷⁵.

112. In particolare, dalle evidenze in atti emerge una reiterata strategia di Flux consistente nel ritardare/omettere la restituzione a favore dei consumatori del corrispettivo versato per l'acquisto online a seguito della mancata consegna e dell'annullamento dell'ordine contratto di acquisto (da parte del Professionista o su istanza del cliente), in svariati casi a distanza di mesi (con punte di oltre 6) dalla richiesta dello stesso e nonostante i vari solleciti effettuati⁷⁶, spesso attraverso l'invio di comunicazioni rassicuranti o dal contenuto vago e generico in risposta alle richieste di informazioni e alle istanze di recesso/rimborso dei consumatori, quali "inoltriamo reclamo al reparto di competenza che provvederà a verificare lo stato della sua pratica di storno", "inoltriamo il sollecito al reparto di competenza che provvederà a verificare lo stato della sua pratica", "la sua pratica risulta correttamente in lavorazione provvediamo subito a verificare lo stato di conclusione del rimborso, riceverà mail di conferma dell'avvenuto storno"⁷⁷.

113. Come ampiamente suffragato dalle segnalazioni, altrettanto numerose sono le ipotesi di comunicazioni interlocutorie inviate dal Professionista in risposta alle ripetute istanze di recesso/rimborso inoltrate dai consumatori al fine di dilatare *sine die* i tempi di attesa; attraverso elusive risposte, il Professionista si scusava per il disagio e adduceva diverse, stereotipate e generiche motivazioni a giustificazione del ritardo, fino ad arrivare a precludere pressoché totalmente le possibilità di comunicazione da parte dei consumatori (come attestato da svariate

⁷⁴ Cfr. segnalazioni prott. 12209 del 13 gennaio 2022 ("Data acquisto forno: 15/10/2021 Data richiesta rimborso: 02/11/2021 Data segnalazione legale su Altroconsumo: 22/11/2021 Ad oggi non ho avuto risposte, se non email preconfezionate che dicono che effettueranno verifiche, che puntualmente non seguono ad azioni concrete"), 21546 del 21 febbraio 2022, 25319 del 8 marzo 2022, 25833 del 10 marzo 2022, 35137 del 19 aprile 2022; prot. 43342 del 24 maggio 2022; prot. 50148 del 23 giugno 2022.

⁷⁵ Le risultanze istruttorie relative alle condotte in esame sono compiutamente descritte ai paragrafi 51-60, parte III, del presente provvedimento.

⁷⁶ Tra le tante denunce, si vedano le segnalazioni prott. 10471 del 4 gennaio 2022, 11373 dell'11 gennaio 2022, 11379 dell'11 gennaio 2022, 12209 del 13 gennaio 2022, 12702 del 17 gennaio 2022, 13168 del 18 gennaio 2022, 13589 del 19 gennaio 2022, 16629 del 1° febbraio 2022, 17393 del 4 febbraio 2022, 21414 del 21 febbraio 2022, 21439 del 21 febbraio 2022, 21440 del 21 febbraio 2022, 21504 del 21 febbraio 2022, 21672 del 21 febbraio 2022, 22004 del 23 febbraio 2022, 22217 del 23 febbraio 2022, 22832 del 25 febbraio 2022, 23134 del 28 febbraio 2022, 23180 del 28 febbraio 2022, 23422 del 1° marzo 2022, 24237 del 3 marzo 2022, 24373 del 3 marzo 2022, 24688 del 4 marzo 2022, 25607 del 9 marzo 2022, 26312 del 14 marzo 2022, 26496 del 14 marzo 2022, 28407 del 22 marzo 2022, 28583 del 23 marzo 2022, 29069 del 24 marzo 2022, 31824 del 4 aprile 2022, 31874 del 4 aprile 2022, 32363 del 6 aprile 2022, 33137 dell'8 aprile 2022, 34733 del 14 aprile 2022, 35137 del 19 aprile 2022, 37320 del 28 aprile 2022, 37892 del 2 maggio 2022, 38264 del 3 maggio 2022, 42539 del 20 maggio 2022 (integrata con prot. 42786 del 23 maggio 2022).

⁷⁷ Segnalazione prot. 86585 del 18 novembre 2021. Cfr. anche segnalazioni prott. 88150 del 24 novembre 2021, 91007 del 7 dicembre 2021, 91667 del 10 dicembre 2021, 92747 del 15 dicembre 2021, 26012 dell'11 marzo 2022.

doglianze circa l'impossibilità di contatto tramite telefono e *fax* e l'assenza di risposte alle *e-mail* inviate)⁷⁸.

114. Assume rilievo in proposito anche la menzionata condotta del Professionista consistente nel riservarsi un significativo lasso di tempo per verificare le cause dell'eventuale ritardo nella consegna su richiesta del cliente, ai sensi dell'art. 7.4 dei "*Termini e condizioni di vendita*" (secondo il quale "*Nel caso che l'ordine non sia stato consegnato nei tempi previsti BigPrice può, su richiesta dei Clienti, verificare le cause di tale ritardo. Durante questo periodo (15 giorni circa) non sarà possibile procedere al rimborso o ad una nuova spedizione dell'ordine*"); tale disposizione appare suscettibile di tradursi in una strategia dilatoria e ostruzionistica nei confronti dei diritti dei consumatori a ricevere la prestazione principale, relativa alla consegna dei prodotti nei tempi prospettati, o in alternativa a ottenere il rimborso a seguito della mancata consegna.

115. Quanto alle modalità di contatto del Professionista ai fini dell'assistenza post-vendita, è risultato che Flux mette a disposizione dei consumatori canali (telefonico e di posta elettronica) che, alla luce delle risultanze in atti, si sono rivelati inadeguati a garantire per il consumatore la possibilità di comunicare efficacemente con il Professionista, costringendo invero i consumatori a svariati tentativi di comunicazione, omettendo di fornire risposte oppure fornendo indicazioni elusive e/o risposte automatiche dal contenuto standardizzato con cui invitava semplicemente ad attendere eventuali sviluppi futuri.

116. Tale carenza si inserisce in un quadro di generale inadeguatezza delle procedure e del servizio di assistenza post-vendita, risultato non in grado di gestire correttamente reclami e richieste dei consumatori in merito a ritardi nella consegna e istanze di rimborso. Del resto, il Professionista non è stato in grado di quantificare, nell'ambito delle informazioni rese, la consistenza delle risorse assegnate a tali funzioni.

117. Il complesso dei suddetti comportamenti relativi al momento di esecuzione del contratto di acquisto e di assistenza dei consumatori nelle eventuali fasi patologiche integrano violazioni degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto suscettibili di condizionare indebitamente il comportamento dei consumatori, che si trovano in una posizione di marcata debolezza, in ragione anche delle asimmetrie informative che caratterizzano lo strumento utilizzato per la conclusione del contratto di acquisto, e hanno effettivamente risentito notevoli disagi sia dalla ritardata/mancata consegna del bene acquistato *online* sia dall'omesso/ritardato rimborso del prezzo versato al momento dell'ordine, senza riuscire ad ottenere i dovuti servizi di assistenza post-vendita.

Illecito C) Il mancato rispetto degli obblighi informativi nei contratti a distanza

118. L'ultimo profilo di illiceità (C) concerne il mancato rispetto da parte del Professionista degli obblighi informativi precontrattuali nei contratti a distanza, in particolare quelli previsti dall'articolo 49, comma 1, lettere *h*) e *v*) del Codice del Consumo, con riguardo al modulo-tipo per l'esercizio del diritto di recesso e alla possibilità di servirsi di un meccanismo extragiudiziale di reclamo e ricorso: la continuità e la persistenza di tali violazioni emerge dalle acquisizioni effettuate in sede istruttoria e sopra illustrate ai paragrafi 61 e 62.

⁷⁸ Ad es. segnalazioni prott. 75909 del 5 ottobre 2021, 77324 dell'11 ottobre 2021, 86347 del 17 novembre 2021, 25303 del 8 marzo 2022, 26012 dell'11 marzo 2022, 28407 del 22 marzo 2022, 32363 e 32364 del 6 aprile 2022, 37320 del 28 aprile 2022.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

120. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come, in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico⁷⁹.

121. 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.

122. Con riguardo alla gravità delle violazioni, nelle fattispecie in esame si tiene conto dei seguenti elementi: *i*) la rilevante dimensione economica dell'operatore, che nell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2020, ha registrato un "Totale Ricavi" di circa € 10,5 milioni; *ii*) la specificità del settore dell'e-commerce, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto ai venditori *online*; *iii*) il mezzo impiegato per veicolare le offerte commerciali, ossia il sito *internet* aziendale del Professionista, strumento suscettibile di raggiungere rapidamente un elevatissimo numero di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale; *iv*) l'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, in ragione della natura dei beni offerti, connotati da un elevato prezzo di acquisto.

123. Con specifico riferimento alla pratica A), ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rilevano altresì la pluralità dei profili di illiceità riscontrati e la specifica tipologia delle infrazioni, le quali afferiscono ad una fase molto delicata del rapporto di consumo, quella del primo contatto pubblicitario in cui si verifica l'effetto di "aggancio" del consumatore sulla base della prospettazione delle caratteristiche dell'offerta commerciale, e sono altresì connotate da un significativo grado di offensività in ragione delle modalità scorrette e insidiose del complessivo processo di acquisto *online*, atteso l'immediato addebito di pagamento al momento dell'ordine di acquisto *online* e l'annullamento degli ordini a causa della mancata/ritardata consegna.

124. Con specifico riferimento alla pratica B), ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rilevano altresì la pluralità dei profili di illiceità riscontrati e la specifica tipologia delle infrazioni, le quali concernono un'importante fase del rapporto di consumo, che si sostanzia nell'esecuzione del contratto di compravendita *online* e nella prestazione del servizio di assistenza post-vendita dei consumatori, e sono altresì connotate da un significativo grado di offensività in ragione del mancato rispetto e/o dell'ostacolo all'esercizio dei principali diritti dei consumatori nella decisiva fase successiva all'acquisto a distanza, relativamente alla consegna del bene nei tempi previsti, al servizio di *customer care*, al recesso/risoluzione del contratto di acquisto, al rimborso nei tempi e con le modalità previste dalla disciplina contrattuale e dalla legge.

⁷⁹ Cfr. tra le altre, TAR Lazio, sentenza del 21 gennaio 2019, n. 782, e Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza del 19 gennaio 2012 n. 209.

125. Con specifico riferimento alle condotte *sub C*), ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rileva la specifica tipologia delle infrazioni, le quali afferiscono ad una fase molto delicata del rapporto di consumo, in cui al consumatore devono essere fornite tutte le informazioni precontrattuali necessarie ad assumere una scelta di consumo consapevole.

126. Per quanto riguarda la *durata* delle predette violazioni, dagli elementi disponibili in atti risulta che sia le pratiche commerciali scorrette A) e B) sia le condotte *sub C*) sono state poste in essere dal Professionista almeno dal mese di febbraio 2020⁸⁰ e sono ancora in corso.

127. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica A), si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Flux S.a.s. di Torri Simone nella misura di 130.000 € (centotrentamila euro).

128. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica B), si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Flux S.a.s. di Torri Simone nella misura di 130.000 € (centotrentamila euro).

129. Sulla base di tali elementi, in relazione alla condotta illecita *sub C*), si ritiene di determinare l'importo finale della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Flux S.a.s. di Torri Simone nella misura di 40.000 € (quarantamila euro).

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale A) in esame, posta in essere da Flux S.a.s. di Torri Simone risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa alcune rilevanti caratteristiche e i tempi di consegna dei prodotti venduti *online*, nonché in grado di limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto, attraverso l'immediato addebito del corrispettivo degli ordini *online* ed il successivo annullamento degli stessi, inducendoli per tale via ad assumere una decisione commerciale per l'acquisto e il pagamento di un prodotto che non avrebbero altrimenti preso;

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale B), posta in essere da Flux S.a.s. di Torri Simone risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto, nonché ad ostacolare l'esercizio dei diritti dei consumatori, compresi il diritto di ottenere la consegna del bene nei tempi previsti e di ricevere informazioni sullo stato dell'ordine, il diritto di ottenere un'adeguata assistenza post-vendita, di risolvere il contratto di acquisto e riscuotere il rimborso secondo i tempi e le modalità previste dalla disciplina contrattuale e in conformità alle previsioni della legge, oppure il diritto di cambiare prodotto o rivolgersi ad altro professionista;

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che le condotte *sub C*), inerenti al mancato rispetto degli obblighi informativi a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza, poste in essere da

⁸⁰ Cfr. comunicazione prot. n. 13364 del 19 gennaio 2022, nella quale il Professionista afferma che i ritardi nella consegna dei prodotti si sono concentrati nel primo *lockdown* determinato dall'emergenza sanitaria da Covid 19.

Flux S.a.s. di Torri Simone, risultano in violazione dell'articolo 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale *sub* lettera A) del presente provvedimento, posta in essere dalla società Flux S.a.s. di Torri Simone, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale *sub* lettera B) del presente provvedimento, posta in essere dalla società Flux S.a.s. di Torri Simone, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che le condotte *sub* lettera C) del presente provvedimento, poste in essere dalla società Flux S.a.s. di Torri Simone, risultano, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, in violazione dell'articolo 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) di irrogare alla società Flux S.a.s. di Torri Simone, per la violazione di cui al punto a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 130.000 € (centotrentamila euro);

e) di irrogare alla società Flux S.a.s. di Torri Simone, per la violazione di cui al punto b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 130.000 € (centotrentamila euro);

f) di irrogare alla società Flux S.a.s. di Torri Simone, per la violazione di cui al punto c), una sanzione amministrativa pecuniaria di 40.000 € (quarantamila euro);

g) 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 ai punti a), b) e c).

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

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la

sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12037 - I LOVE MY BODY RESEARCH-BMT BIO MOLECULAR TEST*Provvedimento n. 30231*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. I love my body research S.r.l., in qualità di professionista (nel prosieguo anche “ILMB”), ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

Il professionista è attivo, tra gli altri, nel settore dello sviluppo e della commercializzazione di un *software* impiegato nell'analisi intracellulare del bulbo e dello stelo del capello.

In base all'ultimo bilancio disponibile, relativo all'esercizio 2020, il professionista, a fronte di ricavi per 230.000 euro, ha riportato una perdita di circa 325.000 euro.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne la diffusione, sul sito <https://www.ilmb.it>, di affermazioni sul test epigenetico Bio Molecular test (nel prosieguo anche “BMT”) che potrebbero indurre in errore il consumatore medio su natura, caratteristiche e risultati attesi del medesimo test.

3. Oggetto del procedimento è, inoltre, la messa a disposizione, sul predetto sito, di informazioni contraddittorie sul termine entro cui il consumatore può esercitare il diritto di recesso.

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

4. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 15 febbraio 2022¹, è stato avviato nei confronti di ILMB il procedimento istruttorio PS12037 volto a verificare la sussistenza di *(i)* una pratica commerciale scorretta, *ex* artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *a*) e *b*), e 22, del Codice del Consumo, nonché *(ii)* una violazione della disciplina sulle informazioni per i consumatori nei contratti a distanza, ai sensi dell'art. 49, comma 1, lett. *h*), del medesimo Codice.

¹ Prot. n. 20121.

5. In data 25 marzo 2022, è stato attribuito al professionista l'onere della prova sull'esattezza dei dati di fatto riguardanti le comunicazioni commerciali sul BMT² diffuse alla pagina alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente>.

6. In data 5 maggio 2022, è stata inviata al professionista la comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento³.

7. Il 31 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni⁴.

8. Nel corso del procedimento, il professionista non ha prodotto memorie e ha omesso di fornire la documentazione richiesta con l'attribuzione dell'onere della prova.

2) *Le evidenze acquisite*

9. A seguito di rilevazioni effettuate d'ufficio⁵, è emerso che alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente> accessibile anche dalla *home page* del sito tramite il tasto "Scopri di più" posto sotto al *claim* principale, il professionista afferma che il BMT "è un'analisi di assoluta novità mondiale". Inoltre, alla medesima pagina afferma che il test è capace di "fornire una considerevole quantità di dati importanti nella prevenzione e nella diagnosi precoce di disturbi fisici e funzionali", rappresentando «un esame "predittivo" per intervenire in termini biologici a scopo di prevenzione al fine di ripristinare il recupero delle ideali condizioni di salute psico-fisica attraverso un percorso e un trattamento mirato e personalizzato» (in grassetto nell'originale). In altre pagine del sito, i *claim* impiegati dal professionista evidenziano invece la finalità non diagnostica ma di mero *wellness* e di integrazione degli esami tradizionali del test e ne consigliano l'interpretazione con il supporto di personale specializzato⁶.

10. Inoltre, secondo l'art. 5 delle condizioni di vendita (disponibili alla pagina <https://www.biomoleculartest.com/i-love-my-body-research/condizioni-di-vendita/>) in ipotesi di esercizio del diritto di recesso "[la] richiesta di rimborso deve essere effettuata entro 30 giorni dall'ordine del test", mentre alla pagina dedicata alle "Informazioni relative all'esercizio del diritto di recesso" (<https://www.biomoleculartest.com/i-love-my-body-research/reso-e-rimborsi/>) il professionista afferma che "[se] hai effettuato un ordine che ha come oggetto un servizio hai il diritto di recedere dal contratto, senza indicarne le ragioni, entro 14 giorni. Il periodo di recesso scade dopo 14 giorni".

² Prot. n. 29499

³ Prot. n. 39051.

⁴ Prot. n. 44905.

⁵ Cfr. le rilevazioni effettuate d'ufficio nelle date 21, 24 e 25 gennaio 2022.

⁶ Nell'*home page* e in altre pagine del sito, il professionista impiega, ad esempio, i *claim* "test epigenetico per un sistema immunitario efficiente" e "[i]l BMT Bio Molecular Test è un Test volto a scoprire il tuo livello di benessere a completamento dei consueti esami di routine. Per una lettura professionale, garantiamo il supporto del nostro team di specialisti" (cfr. <https://www.ilmb.it/>). Inoltre, si precisa che, dopo la consulenza, il consumatore riceverà una relazione scritta con consigli personalizzati "per contribuire al ripristino del [...] benessere psico-fisico" (cfr. <https://www.biomoleculartest.com/>) e che la finalità del test è di "ottimizzare le autonome capacità dell'organismo di ripristinare lo stato ottimale di benessere a livello psico-fisico" (cfr. <https://www.biomoleculartest.com/bmt-store/>).

3) L'onere della prova

11. Poiché nel corso del procedimento è stata rilevata l'assenza di elementi probatori sufficienti a valutare natura, caratteristiche e risultati attesi dall'impiego del BMT è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, di dimostrare l'esattezza dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale.

A tal fine, il professionista è stato invitato, ai sensi dell'art. 15 del Regolamento, a produrre idonea documentazione tecnico-scientifica volta a dimostrare la veridicità delle indicazioni presenti nei messaggi pubblicitari diffusi alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente>, circa:

- la capacità del test in esame di *“fornire una considerevole quantità di dati importanti nella prevenzione e nella diagnosi precoce di disturbi fisici e funzionali”*, rappresentando *«un esame “predittivo” per intervenire in termini biologici a scopo di prevenzione al fine di ripristinare il recupero delle ideali condizioni di salute psico-fisica attraverso un percorso e un trattamento mirato e personalizzato»*;

- il carattere di *“assoluta novità mondiale”* del BMT rispetto ad altri test analoghi reperibili sul mercato, al di là dell'innovatività derivante dalla concessione del brevetto.

12. Il professionista non ha trasmesso alcuna documentazione né informazione in relazione a quanto richiesto in sede di attribuzione dell'onere della prova.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 31 maggio 2022, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 1° luglio 2022⁷, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo di comunicazione utilizzato dal professionista nel caso di specie risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori, i quali, sulla base delle informazioni ricevute tramite il sito del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione sopra citato.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

14. Il presente provvedimento concerne l'illiceità dei comportamenti posti in essere da ILMB nell'ambito dell'attività di promozione e di vendita del BMT.

In particolare, le condotte in esame integrano due distinte violazioni del Codice del Consumo, consistenti:

A) in una pratica commerciale scorretta relativa alla diffusione, attraverso la pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente>, di informazioni ingannevoli e omissive su natura, caratteristiche e risultati attesi dall'impiego del BMT;

⁷ Prot. n. 51762.

B) nella messa a disposizione, sul sito aziendale, di informazioni contraddittorie sul termine entro cui il consumatore può esercitare il diritto di recesso.

A) Pratica commerciale ingannevole e omissiva relativa alle informazioni su natura, caratteristiche e risultati attesi del BMT

15. I messaggi relativi al BMT, diffusi alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente>, attribuiscono al test e ai trattamenti personalizzati pubblicizzati dal professionista funzioni diagnostiche e preventive di disturbi psico-fisici. In tal senso depongono le affermazioni secondo cui il BMT sarebbe capace di “*formire una considerevole quantità di dati importanti nella prevenzione e nella diagnosi precoce di disturbi fisici e funzionali*” e di rappresentare «*un esame “predittivo” per intervenire in termini biologici a scopo di prevenzione al fine di ripristinare le ideali condizioni di salute psico-fisica attraverso un percorso e un trattamento mirato e personalizzato*». Detti *claim* evocano dunque un’indebita comparazione del BMT con tecniche preventive e diagnostiche riconosciute in ambito medico-scientifico, in contraddizione con le finalità del test di mero *wellness* e di integrazione degli esami tradizionali menzionate in altre pagine del sito.

16. Poiché i vantii riguardanti funzioni diagnostiche e preventive sono in grado di orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori a causa della loro accresciuta sensibilità sul tema, secondo un consolidato orientamento dell’Autorità confermato dal Giudice amministrativo, è onere dei professionisti che impiegano *claim* inerenti alla salute supportarli adeguatamente sotto il profilo scientifico⁸. ILMB, a fronte dei riportati *claim* di carattere predittivo attribuiti al test alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente>, non ha messo a disposizione elementi volti a suffragarne la validità scientifica.

17. Inoltre, l’affermazione che qualifica il test “*un’analisi di assoluta novità mondiale*” enfatizza eccessivamente l’innovatività derivante dalla concessione del brevetto, posto che sul mercato possono essere reperibili altri test che comportano risultati comparabili seppur basati su metodi diversi. Alla pagina *web* in esame, il professionista ha ommesso di giustificare tale vanto di assolutezza rispetto a test analoghi, al di là dell’innovatività derivante dalla concessione del brevetto.

18. Il professionista, a seguito dell’attribuzione dell’onere della prova ai sensi dell’art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, non ha fornito la documentazione richiesta a supporto della veridicità dei dati di fatto riportati nei messaggi diffusi alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente> circa la natura, le caratteristiche e i risultati attesi dall’impiego del BMT. Pertanto, le indicazioni presenti nei messaggi pubblicitari devono

⁸ Cfr., ad esempio, Consiglio di Stato, 24 febbraio 2014, n. 862, secondo cui «*per il controllo della “rispondenza al vero” delle asserite proprietà sananti del prodotto [contro i dolori articolari] pubblicizzato, non poteva che esserne indagata la validità scientifica*», con riferimento a *claim* come “*utile per favorire la funzione articolare*” e “*I dolori articolari ti usurano? Non mettere una toppa*”; Tar Lazio, 16 luglio 2019, n. 9401 (caso “*Colgate*”), riguardo all’accostamento tra un dentifricio (cioè un prodotto cosmetico) e i trattamenti sbiancanti effettuati da professionisti del settore, secondo cui “*La motivazione del provvedimento impugnato risulta scevra da vizi anche nella parte in cui ravvisa l’ingannevole portata del messaggio diffuso, per avere lasciato intendere che l’efficacia del dentifricio era pari a quella di un intervento sbiancante professionale*”; v. altresì Tar Lazio, 3 gennaio 2017, n. 62, per cui “*E’ legittimo il provvedimento con il quale l’Autorità [...] ha sanzionato alcune ditte produttrici di chewing gum, per aver posto in essere una pratica commerciale scorretta, consistita nella diffusione di numerosi messaggi promozionali incentrati sui benefici salutistici derivanti dal consumo degli stessi [...] e tali da suggerire una sostanziale assimilazione dell’uso delle gomme da masticare pubblicizzate all’utilizzo dello spazzolino e all’intervento del dentista, senza suffragare tale messaggio con prove scientifiche*”.

considerarsi inesatte, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo e dell'art. 15 del Regolamento.

19. Alla luce di quanto sopra esposto, i messaggi diffusi da ILMB, contrariamente al grado diligenza esigibile da un professionista del settore del *wellness*, risultano idonei a indurre in errore il consumatore medio riguardo alla natura, alle caratteristiche e ai risultati attesi del BMT e ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Tale condotta integra dunque una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere a) e b), e 22, del Codice del Consumo.

B) Violazione della disciplina sulle informazioni per i consumatori nei contratti a distanza

20. Inoltre, il termine per l'esercizio del diritto di recesso è fissato in 30 giorni nelle "*Condizioni di vendita*" e in 14 giorni nelle "*Informazioni relative all'esercizio del diritto di recesso*". Il riferimento contraddittorio a due diversi termini per l'esercizio del diritto di recesso è dunque idoneo a indurre in errore il consumatore circa il termine effettivo di esercizio, in violazione dell'art. 49, comma 1, lettera h), del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

23. 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.

24. Con riferimento alla dimensione economica di ILMB, dall'ultimo bilancio disponibile risulta che il professionista, nel 2020, ha realizzato ricavi pari a circa 230.000 euro e ha riportato una perdita di circa 325.000 euro⁹.

A) Pratica commerciale

25. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della circostanza che questa concerne la diffusione di messaggi ingannevoli e omissivi su elementi di fondamentale importanza per le scelte di acquisto dei consumatori, quali la natura, le caratteristiche e i risultati attesi dall'utilizzo del BMT. Rileva, inoltre, che la diffusione attraverso *internet* dei messaggi in esame è tale da raggiungere un numero potenzialmente illimitato di utenti.

⁹ Nell'anno 2019 il professionista, a fronte di ricavi pari a circa 98.000 euro, ha riportato una perdita di circa 297.000.

26. Riguardo alla durata della violazione, dagli elementi acquisiti in atti risulta che la suddetta condotta sia stata posta in essere dal professionista quantomeno a decorrere dal 21 gennaio 2022¹⁰ e sia tuttora in corso. Infatti, in data 13 giugno 2022¹¹, alla pagina <https://www.ilmb.it/bmt/bmt-test-epigenetico-per-un-sistema-immunitario-efficiente> risultano ancora visibili le comunicazioni commerciali in esame.

27. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile per la pratica *sub A*) a I love my body research S.r.l. nella misura di 15.000 € (quindicimila euro). In considerazione della particolare situazione di difficoltà economica del professionista, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile per la pratica *sub A*) a I love my body research S.r.l. nella misura di 10.000 € (diecimila euro).

B) Violazione della disciplina sulle informazioni per i consumatori nei contratti a distanza

28. Relativamente alla gravità della violazione si considera che l'illecito *sub B*), essendo stato realizzato nell'ambito dell'offerta di un servizio *on line*, è suscettibile di raggiungere un numero considerevole di utenti, fornendo loro un'informazione contraddittoria sul termine per esercitare il diritto di recesso.

29. Riguardo alla durata della violazione, dagli elementi acquisiti in atti risulta che la suddetta condotta sia stata poste in essere dal professionista quantomeno a decorrere dal 21 gennaio 2022¹² e sia tuttora in corso. Infatti, in data 13 giugno 2022¹³, alle pagine <https://www.biomoleculartest.com/i-love-my-body-research/condizioni-di-vendita/> e <https://www.biomoleculartest.com/i-love-my-body-research/reso-e-rimborsi/> risultano ancora visibili le condizioni di vendita in esame.

30. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile per l'illecito *sub B*) a I love my body research S.r.l., nella misura di 7.500 € (settemilacinquecento euro). In considerazione della particolare situazione di difficoltà economica del professionista, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile per l'illecito *sub B*) a I love my body research S.r.l. nella misura di 5.000 € (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*) risulta scorretta, ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *a*) e *b*), e 22, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio tramite modalità comunicazionali ingannevoli ed omissive in relazione ad informazioni rilevanti ai fini dell'assunzione, da parte del consumatore, di una decisione di natura commerciale consapevole;

¹⁰ Cfr. il verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 15 febbraio 2022, con rilevazioni del 21 gennaio 2022.

¹¹ Cfr. il verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 15 giugno 2022 (rilevazioni del 13 giugno 2022).

¹² Cfr. il verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 15 febbraio 2022, con rilevazioni del 21 gennaio 2022.

¹³ Cfr. il verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 15 giugno 2022 (rilevazioni del 13 giugno 2022).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che l'illecito *sub B*) costituisce una violazione dell'art. 49, comma 1, lett. *h*), del Codice del Consumo, in quanto le condizioni contrattuali diffuse dal professionista, riferendosi a due diversi termini per il diritto di recesso, possono indurre in errore il consumatore circa il termine effettivo di esercizio;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta *sub lettera A*) del presente provvedimento, posta in essere dalla società I love my body research S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *a*) e *b*), e 22, del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la condotta descritta *sub lettera B*) del presente provvedimento, posta in essere dalla società I love my body research S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società I love my body research S.r.l. per la violazione di cui al punto *a*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro);

d) di irrogare alla società I love my body research S.r.l. per la violazione di cui al punto *b*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro);

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

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

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

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

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12148 - LEAD CAREER-ONLINE CV

Provvedimento n. 30232

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 22 dicembre 2021, così come integrata nelle date del 14 febbraio, 21 marzo, 12 aprile, 3 e 4 maggio 2022, con la quale la Parte ha presentato impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 22 aprile 2022 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;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Lead Career S.L. in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. La società gestisce un portale multimediale accessibile tramite il sito *internet* www.onlinecv.it che offre, dietro pagamento di un corrispettivo, la possibilità di creare un *curriculum vitae* e altri servizi accessori.

2. AltroConsumo, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento in esame ha ad oggetto le condotte tenute dal professionista nell'offerta di servizi telematici per la creazione di un *curriculum vitae* con riguardo:

a) alle modalità di rappresentazione ai consumatori della natura, delle caratteristiche dei servizi offerti, dei risultati conseguibili attraverso gli stessi, nonché delle condizioni economiche dell'offerta, così come indicate sul sito www.onlinecv.it e nei “*Termini e Condizioni contrattuali*”;

b) alla frapposizione di ostacoli ai consumatori che intendevano avvalersi della facoltà di recedere prevista nelle condizioni di vendita ed esercitare i propri diritti contrattuali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1) L'iter del procedimento

4. Sulla base di quanto segnalato da un consumatore e dall'associazione di consumatori "AltroConsumo", nonché di informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 15 ottobre 2021 è stato avviato il procedimento istruttorio n. PS12148 nei confronti di Lead Career S.L., ai sensi degli articoli 21, 22, 24, e 25, comma 1, lett. d), del Codice del Consumo, con riferimento ai profili di scorrettezza di seguito illustrati.

5. Lead Career S.L. promuove un servizio di creazione di *curriculum vitae* (di seguito CV) vantandone l'efficacia nel procurare offerte e/o colloqui di lavoro; tale efficacia deriverebbe dal contributo fornito da non meglio specificati esperti in relazioni umane e designer nella realizzazione dei *format* proposti e sarebbe comprovata da una valutazione media di 4 stelle su 5 da parte di oltre 6.000 utilizzatori e da oltre 15.000 recensioni. Il professionista non presenta tuttavia alcun elemento che permetta di verificare tali *claim* e in particolare la veridicità della valutazione media del servizio offerto nonché il tenore prevalente delle recensioni.

6. Le modalità di presentazione del servizio omettono di informare il consumatore, con la necessaria immediatezza e trasparenza, che con l'acquisto del CV avvierà un periodo di prova al prezzo evidenziato nella *home page* del sito, al termine del quale il piano prescelto si trasformerà automaticamente in un abbonamento al costo di circa 30 euro, fatturato ogni 4 settimane, o al costo annuale di circa 95 euro.

I riquadri in cui sono presentati i piani offerti enfatizzano infatti le indicazioni "*Basic 14 giorni 0,95 euro*", "*Basic 14 illimitato 1,95 euro*" e "*Illimitato mensile 7,95 euro*", lasciando intendere che il sottostante rapporto contrattuale si esaurisca nel pagamento *una tantum*, a seconda dell'offerta scelta, di una somma compresa tra 0,95 e 7,95 euro e godere per 14 giorni o un mese di un determinato insieme di servizi offerti dal professionista.

Sotto ai riquadri, in caratteri molto piccoli di colore chiaro difficilmente leggibili, compaiono avvertenze circa l'avvio dell'abbonamento decorso il periodo di prova. Per i piani Basic si afferma: "*Dopo 14 giorni l'abbonamento verrà automaticamente rinnovato a 29,95€. La fattura ogni 4 settimane. In qualsiasi momento è possibile annullare la sottoscrizione senza problemi*", mentre per il piano "*Illimitato mensile*" si afferma: "*Pagamento una tantum di 95,40€ rinnovo annuale automatico puoi annullare l'abbonamento in qualsiasi momento senza alcun problema*".

Dettagli su come cancellare l'abbonamento sono forniti nell'apposita FAQ.

7. Solo nei "*Termini e Condizioni*", la cui consultazione non è necessaria per attivare la prova del servizio Basic, né per acquistare l'"*Illimitato mensile*", si chiarisce che "*al fine di beneficiare dei Servizi [offerti dal sito, i consumatori] dovranno scegliere e pagare uno dei piani di abbonamento offerti*" e che "*Tutti i piani di abbonamento hanno un costo di una "quota di prova iniziale" [i pagamenti di 0,95€ e di 1,95€ previsti dai piani Basic] e di una "quota di iscrizione"; quest'ultima sarà applicata automaticamente a meno che il cliente non annulli il proprio piano di abbonamento durante i periodi di cancellazione stabiliti [pari a 14 giorni per i due abbonamenti Basic]*".

8. Dalle segnalazioni ricevute emergono inoltre difficoltà sia nell'annullare l'abbonamento seguendo le procedure indicate dal professionista, sia nel contattare il professionista per interrompere i pagamenti; tali difficoltà appaiono costituire un ostacolo non contrattuale all'esercizio del diritto di

cancellare in ogni momento l'abbonamento sancito nei "Termini e Condizioni" e pubblicizzato dal professionista.

9. La comunicazione di avvio del procedimento è pervenuta al professionista il 28 ottobre 2021.

10. In data 11 novembre 2021 la comunicazione di avvio del procedimento è stata inviata ad Altroconsumo.

11. Il professionista ha effettuato l'accesso agli atti del fascicolo il 12 novembre 2021.

12. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date del 29 e 30 novembre 2021 e 13 maggio 2022.

13. I rappresentanti legali di Lead Career S.L. sono stati sentiti in audizione nelle date del 27 gennaio, 14 marzo e 7 aprile 2022.

14. A seguito di una richiesta di proroga del termine di presentazione degli impegni, accolta dall'Autorità in data 3 dicembre 2021, il professionista, in data 22 dicembre 2021, ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrata e modificata in data 14 febbraio, 21 marzo, 12 aprile, 3 maggio e 4 maggio 2022. La versione definitiva e consolidata di tali impegni è stata depositata in data 4 maggio 2022.

15. In data 12 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1 del Regolamento.

16. L'associazione Altroconsumo non ha partecipato al procedimento.

III.2 Gli elementi acquisiti

17. Il professionista ha fornito elementi informativi in merito ai servizi offerti e alle proprie condotte nelle memorie del 29 e 30 novembre 2021.

18. Lead Career S.L. offre tramite il sito *onlinecv.it* un insieme di servizi che non si limitano alla semplice creazione di un *curriculum vitae* immediatamente scaricabile ed utilizzabile, ma consistono nel periodico aggiornamento dei *template* e delle informazioni disponibili sulla base dei dati maggiormente richiesti dagli *headhunter*, in modo che "i modelli di CV offerti tramite il Sito corrispondono effettivamente ai più accurati modelli di curriculum attualmente disponibili". Inoltre, il sito offre consigli sulle informazioni da inserire nei CV, la possibilità di visualizzare offerte di lavoro, modelli di lettere di presentazione, un servizio clienti 24 ore su 24 pronto a rispondere alle domande dei clienti.

Per accedere a tali servizi è necessario registrarsi gratuitamente, attivare un proprio profilo e sottoscrivere un abbonamento, eventualmente dopo un periodo di prova.

Ad avviso del professionista, il sito contiene tutte le informazioni che consentono al consumatore di scegliere con consapevolezza tra le formule di abbonamento proposte.

19. In merito alle modalità di cancellazione dal servizio, nelle memorie si afferma che il sito offrirebbe tutte le indicazioni e gli strumenti, attraverso rinvii alle FAQ e ai Termini e Condizioni, per operare in ogni momento tale cancellazione. Sarebbe peraltro chiarito in più punti del sito che la disdetta del servizio implica l'interruzione dei pagamenti successivi, ma non dà diritto a rimborsi trattandosi di fornitura di servizi di contenuto digitale.

III.3 Gli impegni del professionista

20. Gli impegni presentati da Lead Career S.L., che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, hanno ad oggetto le misure di seguito descritte.

1) Inserimento nella homepage dei prezzi di offerta del servizio

La prima misura consiste nel modificare la *homepage* del sito *internet* inserendo, “in una posizione ben visibile già all’apertura del sito *Internet*”, la seguente indicazione: “Per creare e scaricare il tuo CV in formato PDF, dovrai scegliere uno dei piani di abbonamento offerti sul nostro sito. Con il piano “Basic” verrà addebitata una tariffa iniziale per un periodo di prova di 14 giorni e successivamente una tariffa di abbonamento ogni 4 settimane (29,95 €). Il nostro abbonamento “Illimitato” ti permetterà di risparmiare pagando una quota *una tantum* (95,40 €). Per maggiori informazioni puoi consultare i nostri Termini e Condizioni [link]”. In corrispondenza del link sarà inserito il collegamento ipertestuale alla sezione Termini & Condizioni dedicata ai prezzi applicabili alle diverse offerte.

2) Modifiche al processo di selezione dell’abbonamento

Il professionista intende proporre solo due piani di abbonamento: un piano denominato *Basic 14 giorni*, soggetto al pagamento di una somma iniziale di € 0,95 per un periodo di prova di 14 giorni e poi ad un canone di rinnovo ogni quattro settimane di € 29,95; un secondo piano denominato *Illimitato*, soggetto al pagamento annuale *una tantum* di una somma pari a € 95,40.

Nella pagina dedicata alla scelta del piano di abbonamento, il professionista fornirà specifiche indicazioni su ciascun abbonamento proposto. Per quanto riguarda l’abbonamento Basic, la società, attraverso dei “bullet point”, informerà che “Dopo 14 giorni l’abbonamento verrà automaticamente rinnovato a 29,95€”; che la fatturazione avverrà “ogni 4 settimane” e che sarà possibile annullare gratuitamente l’abbonamento in qualsiasi momento (“Annulla gratuitamente in qualsiasi momento”). In merito all’abbonamento “Illimitato”, il professionista indicherà in primo piano il prezzo totale annuale da versare in unica soluzione.

3) Modifica del testo delle domande frequenti (FAQ) relative alle condizioni dei diversi piani di abbonamento, alle modalità di cancellazione dell’account e alla politica di rimborso.

Nella sezione intitolata “Account piani e abbonamenti” alla domanda “Quali piani di abbonamento sono disponibili?”, sarà fornita la seguente risposta: “OnlineCV offre i seguenti piani: (i) Basic: pagamento di una quota iniziale di € 0,95. Se il piano non viene annullato entro il 14° giorno dalla data di ricezione della mail di conferma del pagamento, verrà addebitato un canone di € 29,95 ogni 4 settimane; (ii) Illimitato: pagamento *una tantum* di € 95,40, ovvero di € 7,95 al mese”.

Nella medesima sezione, in corrispondenza della domanda “Come posso annullare il mio abbonamento” sarà inserita la seguente risposta: “Puoi annullare il tuo piano di abbonamento accedendo al tuo account utente su questo sito Web e facendo clic sul pulsante di annullamento dell’iscrizione nell’area “Abbonamento” del tuo profilo. In alternativa, puoi utilizzare il nostro modulo di contatto oppure inviaci una mail a “info@onlinecv.it””.

Nella stessa sezione e in corrispondenza della domanda “Come faccio a cancellare il mio account” è precisato che “Se [...] desideri eliminare il tuo account utente, puoi utilizzare il nostro modulo di

contatto o inviare una email a info@onlinecv.it, indicando la tua email di registrazione e/o ID utente (questo numero lo trovi nell'email di conferma del pagamento). Tieni presente che eventuali richieste di rimborso saranno prese in considerazione da OnlineCV solo se espressamente manifestate dall'utente al momento della richiesta di cancellazione dell'account. Informazioni più dettagliate sulla politica di rimborso della società sono disponibili consultando i Termini e Condizioni al seguente link.

Anche la risposta alla domanda *“Non riesco ad accedere al mio account, cosa devo fare ?”* è stata modificata per includere la possibilità di usare il “modulo di contatto” per raggiungere il professionista.

4) Rimodulazione complessiva dei Termini & Condizioni

Il testo dei Termini e Condizioni, contenuti nella omonima sezione del sito, è stato rimodulato in modo da riflettere gli Impegni proposti e le modifiche operate sul sito *internet* e da assicurare che la descrizione dei piani di abbonamento e delle tempistiche di fatturazione siano coerenti con il resto del sito.

In particolare, nella nuova versione dei Termini e Condizioni è specificato che *“al fine di beneficiare dei Servizi, il Cliente dovrà scegliere e pagare quanto dovuto per uno dei piani di abbonamento offerti”* ed è stata inserita una nuova sezione nella quale viene data evidenza della circostanza che il rimborso per l'abbonamento Basic è concesso solo in caso di espressa richiesta da parte dell'utente, mentre quello per l'abbonamento *Illimitato* è automatico.

5) Riformulazione della mail inviata agli utenti subito dopo l'effettuazione del pagamento per il servizio Basic

Verrà riformulato il testo della mail inviata a seguito del pagamento che attiva il periodo di prova dell'abbonamento Basic. Sarà riportata in apertura la seguente dicitura: *“Hai 14 giorni per annullare in qualsiasi momento il piano di abbonamento selezionato. Trascorsi i 14 giorni, se non hai effettuato la disdetta, il tuo abbonamento si rinnoverà automaticamente al costo di Euro 29,95. Tale importo ti verrà addebitato ogni 4 settimane”*.

“Ti ricordiamo che con il download del CV, avendo acquistato un contenuto digitale mediante supporto non materiale, hai rinunciato ad esercitare il diritto di recesso, secondo quanto previsto dall'art 59 lettera o) del Codice del Consumo”.

6) Implementazione di nuove modalità di comunicazione tra la Società e gli utenti

La Società ha attivato un servizio di *live-chat* tramite il sito *internet*, gestito da una persona di madrelingua italiana, e un servizio clienti italofono contattabile telefonicamente dal lunedì al venerdì dalle ore 10 alle ore 19. Gli utenti che non abbiano momentaneamente accesso a *internet* o comunque preferiscano un contatto diretto potranno così richiedere chiarimenti in maniera rapida e tempestiva. L'impegno è già stato implementato e il servizio è operativo.

7) Impegni in materia di rimborsi

La Società intende modificare la propria politica in materia di rimborsi, prevedendo: (a) nel caso dell'abbonamento Basic, il rimborso generalizzato dell'ultimo canone di abbonamento versato, per ciascun cliente che lo richieda espressamente al momento della terminazione del contratto di

abbonamento; non è previsto il rimborso del pagamento iniziale di 0,95 € per il primo CV; (b) nel caso dell'abbonamento "Illimitato", verrà accordato "in automatico il rimborso delle mensilità non godute secondo un criterio pro rata temporis", a prescindere da una espressa richiesta in tal senso. Indicazioni in tal senso sono state inserite nel nuovo testo dei Termini e Condizioni in cui è stata predisposta una apposita sezione relativa ai rimborsi che prevede: "La politica di rimborso della Società varia a seconda del piano di abbonamento:

- *Abbonamento Basic: il costo del periodo di prova di 14 giorni non è rimborsabile. In caso di specifica richiesta del Cliente, la Società provvederà a rimborsare l'ultimo addebito effettuato prima della richiesta di cessazione dell'abbonamento. Tale richiesta potrà essere effettuata dal Cliente tramite il suo account privato sul Sito o interagendo direttamente con il Servizio Clienti. Gli addebiti dei canoni precedenti all'ultimo versato prima della data di presentazione della richiesta di cancellazione del piano di abbonamento non verranno rimborsati;*

- *Abbonamento Illimitato: trattandosi di un piano di abbonamento annuale, la Società provvederà a restituire automaticamente, anche nel caso in cui il Cliente non lo richieda, l'importo corrispondente ai mesi dell'anno residui in cui il Cliente non usufruirà dei servizi."*

8) *Applicazione della nuova politica di rimborso alle richieste di cancellazione e di rimborso ricevute in passato*

A far data dal mese di ottobre 2021, la società ha adottato la medesima *policy* per la gestione delle richieste di cancellazione e di rimborso ricevute in passato (ivi incluse quelle riportate nella segnalazione di Altroconsumo). In particolare, la società ha rimborsato l'ultima quota del canone di abbonamento a tutti coloro che lo avevano espressamente richiesto.

Con specifico riferimento ai reclami dei consumatori contenuti nella segnalazione di Altroconsumo, la Società ha provveduto a contattare i singoli utenti via *mail* per fornire loro una risposta precisa alle problematiche lamentate e tutti hanno ricevuto almeno la restituzione dell'ultima quota del canone di abbonamento pagata.

9) *Cancellazione della sezione del sito (in fondo alla homepage) relativa alle opinioni sul servizio offerto, in cui è rappresentato il sistema di valutazione a "stelle"*

Il Professionista ha provveduto ad eliminare la suddetta sezione del sito.

10) *Uniformazione di tutte le indicazioni presenti nel Sito relativamente al rinnovo ogni quattro settimane dell'abbonamento Basic.*

Lead Career si impegna a rivedere il sito in modo da assicurare che la durata dell'abbonamento Basic sia sempre indicata come quadrisettimanale e non mensile.

21. Gli impegni saranno tutti implementati al massimo entro 60 giorni dalla ricezione del provvedimento di accettazione degli stessi da parte dell'Autorità.

IV. PARERE DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 24 maggio 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

23. Con parere pervenuto in data 23 giugno 2022, la suddetta Autorità, dopo aver considerato che le informazioni presenti sul sito del professionista potrebbero aver indotto i consumatori ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, ha ritenuto che l'utilizzo del mezzo *internet* abbia agevolato e amplificato significativamente la realizzazione delle condotte contestate.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

24. Il presente procedimento riguarda l'offerta di servizi telematici per la creazione di un *curriculum vitae*. Nella fruizione dei servizi telematici risulta di primaria importanza evitare che le modalità di presentazione dell'offerta confondano l'utenza sulle effettive caratteristiche e sulle condizioni economiche dei servizi prestati.

25. In quest'ottica, l'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista, migliorando in modo significativo l'informativa concernente i termini e le condizioni applicabili al servizio, la politica di rimborso, i canali di contatto e rimuovendo alcune informazioni ambigue circa la valutazione da parte degli utenti, siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio di istruttoria.

26. Infatti, l'insieme delle informazioni introdotte con gli Impegni 1, 2, 3, 5 e 10, fornite nei passaggi cruciali del processo di scelta, consentirà al consumatore di acquisire immediatamente consapevolezza dell'esatto perimetro dell'offerta, che comporta l'adesione a un abbonamento, eventualmente preceduto da un periodo di prova entro il quale è possibile scegliere di non aderire, il pagamento di un canone quadrisettimanale o annuale e la possibilità di cancellare l'abbonamento o l'account.

27. In questo senso rileva l'impegno 1, grazie al quale verrà inserita nella *homepage* del sito, in una posizione ben visibile fin dall'apertura della pagina, un testo che chiarisce inequivocabilmente agli utenti, fin dal primo contatto, che per compilare il *curriculum* occorre sottoscrivere uno degli abbonamenti offerti dal professionista (Basic o Illimitato); contestualmente, il testo fornisce una sintetica descrizione delle relative condizioni di adesione che evidenzia l'esistenza di un periodo di prova a prezzo scontato per il piano Basic.

Il collegamento ipertestuale che conclude tale testo conduce alla sezione dedicata dei Termini e Condizioni, dove sono forniti ulteriori dettagli sulle modalità di attivazione dell'abbonamento, ivi incluso il periodo di prova del piano Basic, i relativi costi e la frequenza dell'addebito.

28. Le caratteristiche degli abbonamenti offerti, ora ridotti a due, verranno illustrate nelle pagine dedicate alla selezione dei piani di abbonamento. In tal modo, con l'Impegno 2 gli utenti saranno chiaramente informati che scegliendo il piano Basic potranno fruire di un periodo di prova di 14 giorni, durante il quale scaricare il *curriculum* a 0,95 euro e che, decorso tale periodo, in assenza di disdetta, si attiverà un abbonamento a 29,95 euro da pagare ogni quattro settimane. Scegliendo invece il piano Illimitato, che non prevede alcun periodo di prova, il consumatore pagherà una somma di 95,40 euro per un abbonamento annuale.

Dopo la scelta dell'abbonamento, quando si procede al pagamento, è stata inserita l'informazione sulla possibilità di annullare l'abbonamento in qualsiasi momento.

29. Coerentemente con gli Impegni sopra descritti, è stato modificato il testo delle risposte alle domande frequenti (FAQ) (Impegno 3), che forniranno una guida operativa alla scelta dei piani di

abbonamento, alle modalità per procedere all'annullamento dell'abbonamento e alla cancellazione dell'account.

L'Impegno 10 eviterà ogni confusione circa la frequenza degli addebiti per il piano Basic.

30. Va altresì sottolineata la modifica (Impegno 5) del testo della *mail* che il professionista invia dopo il primo pagamento del piano Basic, grazie alla quale verrà esplicitato al consumatore che, scaricando il *curriculum* e effettuando il relativo pagamento, ha dato inizio al periodo di prova di 14 giorni, trascorso il quale, in assenza di disdetta, l'abbonamento si rinnoverà al costo di 29,95 euro ogni 4 settimane.

Tale comunicazione, direttamente indirizzata all'utente, risulta efficace al fine di consentire al consumatore di assumere consapevolezza di ciò a cui ha aderito, in quanto riassume i tratti salienti del servizio offerto, i diritti esercitabili e lo allerta sulla necessità di attivarsi ove non intenda proseguire nell'abbonamento.

31. Quanto alle difficoltà di contatto lamentate dai segnalanti, il professionista è intervenuto con l'impegno 6 predisponendo nuovi e diretti canali di contatto - un servizio di *live-chat* sul sito *internet* e un *call center* italofono - ai quali i consumatori possono rivolgersi nella fase post-vendita.

32. La nuova *policy* in materia di rimborsi (Impegno 7), descritta nella apposita sezione dei Termini e Condizioni, riconosce l'interesse dei consumatori a vedersi restituire quota parte del pagamento per il servizio non fruito e tiene conto della diversa natura dei due abbonamenti offerti.

Il diritto al rimborso è concretamente esercitabile, posto che la politica di rimborso è resa in maniera trasparente nell'apposita sezione dei Termini e Condizioni, intitolata "*Diritto al Rimborso*", e che la richiesta può essere fatta anche contestualmente alla cancellazione dell'account, utilizzando la medesima procedura.

33. Sul punto, inoltre, va apprezzato il fatto che il professionista ha spontaneamente iniziato ad applicare la nuova politica di rimborso ai consumatori segnalanti. Con specifico riferimento ai clienti che hanno lamentato di non essere riusciti a cancellarsi dal sito, il professionista, già a partire dal mese di ottobre 2021 ha provveduto a gestire e chiudere i vari *account*, rimborsando coloro che ne avevano fatto richiesta.

34. Infine, la contestazione riguardante i vanti sulla qualità del servizio, riportati nella parte finale della *home page* ed espressi attraverso un punteggio in termini di "stelle", è stata definitivamente risolta attraverso l'eliminazione dalla *homepage* dell'intera sezione.

35. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Lead Career S.L., nei termini sopra esposti siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Lead Career S.L.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Lead Career S.L., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a) del Regolamento, gli impegni proposti dal menzionato professionista, così come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a) del Regolamento;

c) che la società Lead Career S.L., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove: a) il professionista non dia attuazione agli impegni; b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione; c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12190 - FREE NOW-CLEAN AIR FEE*Provvedimento n. 30233*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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

VISTO il *“Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie”* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTO il proprio provvedimento del 20 aprile 2022, 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. Mytaxi Italia S.r.l. (in seguito, anche Mytaxi) in qualità di Professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. Mytaxi, attiva nella gestione di *software* principalmente nel campo del *“mobile internet”*¹, è controllata al 100% dalla società tedesca Intelligent Apps GmbH, che a sua volta costituisce una *joint venture* dei gruppi Daimler e BMW. Secondo la documentazione camerale, nell'anno finanziario 2021 la società presentava ricavi per circa 3 milioni di euro e perdite per circa 300 mila euro.

2. Le associazioni USB - Unione Sindacale di Base (in seguito, anche USB) e Altroconsumo.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal Professionista, consistenti nell'introduzione di una cosiddetta *“Clean air fee”* (“quota aria pulita”) per il pagamento di una corsa taxi mediante l'applicazione *“FREE NOW”* indicandone con scarsa chiarezza il costo, la natura e le finalità, nonché le condizioni del suo addebito.

4. In particolare, secondo quanto segnalato dalle associazioni USB e Altroconsumo, rispettivamente, il 2 novembre e il 24 dicembre 2021, il Professionista avrebbe posto in essere, tramite la piattaforma *internet “FREE NOW”* e tramite la omonima applicazione, una pratica commerciale scorretta consistente nell'imporre ai clienti di servizi di trasporto il pagamento di una maggiorazione rispetto all'importo indicato dal tassametro senza darne adeguata informativa ai consumatori: secondo quanto segnalato da USB, nel sito *internet* del Professionista sarebbe stato

¹ Così viene descritta l'attività prevalente esercitata dall'impresa nelle informazioni camerali.

indicato che a partire dall'8 novembre 2021 sarebbe stato addebitato un contributo di € 0,80 denominato "*Clean air fee*" per ogni pagamento di una corsa su taxi effettuato tramite l'applicazione *FREE NOW*; secondo quanto segnalato da Altroconsumo, la c.d. "*Clean air fee*" non sarebbe stata indicata in modo trasparente all'interno del prezzo finale addebitato a chi usufruiva del servizio taxi nelle città di Milano, Torino, Roma e Napoli.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 3 gennaio 2022 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS12190 nei confronti del Professionista per presunta violazione degli artt. 21, 22, commi 1 e 2, 62 e 65 del Codice del Consumo.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata una violazione degli artt. 62 e 65 del Codice del Consumo in quanto l'addebito di costi ulteriori in caso di pagamento attraverso l'applicazione, utilizzando quindi la carta di credito/debito registrata sulla piattaforma, da un lato, appariva imporre ai consumatori spese supplementari in relazione all'uso di specifici strumenti di pagamento sotto forma di un supplemento al prezzo indicato in fase di prenotazione, dall'altro, sembrava imporre ai consumatori un servizio supplementare a pagamento che non hanno richiesto.

Veniva, inoltre, ipotizzata una pratica ingannevole, ai sensi dell'art. 21 e 22, comma 1 e 2 del Codice del Consumo, in quanto la poca chiarezza e la difficoltà di reperimento delle indicazioni relative alla c.d. *Clean air fee* apparivano tali da ostacolare l'acquisizione di informazioni rilevanti di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole di natura commerciale.

6. In data 3 febbraio 2022 Mytaxi ha fornito risposta alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio e ha presentato memorie difensive.

7. In data 16 febbraio 2022 il Professionista ha presentato, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

8. In data 4 marzo il Professionista è stato sentito in audizione ed ha poi precisato ed integrato in data 11 marzo 2022 la propria proposta di impegni.

9. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 29 marzo 2022 e la decisione è stata comunicata al Professionista in data 31 marzo 2022, rilevando che, ove accertate, le condotte contestate avrebbero potuto integrare fattispecie di pratiche commerciali "*manifestamente scorrette e gravi*" e per le quali, dunque, l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo non può trovare applicazione. .

10. In data 16 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

11. Sono poi pervenute la memoria conclusiva di Mytaxi, datata 3 giugno e protocollata 6 giugno 2022 e la memoria conclusiva di Altroconsumo, datata e protocollata 14 giugno 2022.

12. In data 6 giugno 2022 è stata inviata la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, integrata in data 14 giugno 2022 e il parere richiesto è pervenuto in data 1° luglio 2022.

2) Le evidenze acquisite

a) Il servizio fornito tramite l'App "Free Now"

13. Secondo quanto dichiarato da Mytaxi, il proprio servizio "consiste nel permettere ai tassisti, che offrono un servizio di trasporto, e agli utenti interessati a fruirne, di utilizzare l'App che li metta in contatto ai fini del trasporto, consentendo di localizzare su una mappa disponibile sui rispettivi dispositivi mobili la posizione dell'utente e del tassista e di tracciare i percorsi, con la possibilità per gli utenti di prenotare il servizio di trasporto a mezzo taxi ed eventualmente pagare la corsa tramite l'App".

14. Il Professionista ha precisato che, conclusa la corsa, "il tassista dovrà inserire l'importo finale della corsa taxi all'interno dell'App per poter far sì che la corsa termini per entrambi" ed ha chiarito che ai tassisti viene trattenuta una commissione pari al 10% dei ricavi del servizio di trasporto fornito².

b) Il costo addebitato agli utenti del servizio taxi

15. Secondo le informazioni fornite dal Professionista, Mytaxi avrebbe iniziato l'8 novembre 2021 ad addebitare un costo all'utente nel caso in cui lo stesso paghi la corsa attraverso l'applicazione *FREE NOW*, costo che dopo due settimane è stato fissato all'importo attuale di 0,80 centesimi a corsa.

Il Professionista ha precisato di non aver, prima di tale data, attuato tale pratica, la quale sarebbe ancora in fase di sperimentazione.

16. Nel corso del procedimento il Professionista ha definito la *Clean air fee* come la remunerazione che il passeggero paga per l'utilizzo del servizio principale (i.e. quello d'intermediazione), fornito da Mytaxi in forza di specifico rapporto contrattuale. In particolare, ha chiarito che non costituirebbe il pagamento di un servizio supplementare non richiesto addebitato all'utente, né tantomeno potrebbe qualificarsi come una spesa che viene imposta ai consumatori in relazione all'utilizzo di determinati strumenti di pagamento.

17. Riguardo alle modalità di addebito, Mytaxi ha chiarito che "nel caso in cui il passeggero abbia scelto di pagare con *Pay-by-App*, l'inserimento gli viene addebitato automaticamente sul mezzo di pagamento collegato all'App il costo totale del servizio – inclusivo del costo di intermediazione – senza che al passeggero sia richiesta nessuna ulteriore azione se non quella di abbandonare il veicolo".

Il Professionista ha precisato al riguardo che l'utente può decidere il metodo di pagamento prima della richiesta del taxi, scegliendo fra il pagamento attraverso la stessa applicazione ("*Pay-by-App*"), oppure il pagamento direttamente al tassista in contanti o con carta di credito e che "resta inteso che il passeggero può cambiare il metodo di pagamento in totale autonomia prima del termine della corsa taxi".

18. Secondo quanto chiarito dal Professionista, dunque, l'utente del servizio di trasporto taxi ha la possibilità di scegliere se pagare tramite la stessa applicazione con l'opzione *Pay-by-App*, nel qual caso gli viene addebitato un ulteriore costo di € 0,80, ovvero se pagare direttamente al tassista, nel

² Mytaxi ha precisato, inoltre, che ai tassisti non sono richiesti costi di iscrizione al servizio, né canoni mensili o annuali.

qual caso tale ulteriore costo di € 0,80 non gli viene addebitato, selezionando l'opzione "Contanti", anche se al tassista "nella prassi tale pagamento può essere fatto anche con carta di credito".

19. In una simulazione allegata dall'associazione Altroconsumo alla propria segnalazione, operata prenotando un servizio di taxi tramite l'applicazione *FREE NOW*, si evince che il consumatore riceveva – cfr. la prima immagine di seguito – l'indicazione di un prezzo massimo di € 23,50 ("tariffa massima garantita") e solo selezionando una piccola freccia accanto alla indicazione "tariffa massima garantita" poteva apprendere – cfr. la seconda immagine di seguito – che, oltre alla somma indicata avrebbe dovuto pagare ulteriori € 0,80 per la c.d. "Clean air fee".



←

Taxi Go
2 posti



Seleziona questa opzione se hai bisogno di spostarti da A a B senza soste o cambi di destinazione; inserisci la tua destinazione e pagherai al massimo la tariffa proposta.
Nel caso in cui il tassametro di arrivo indichi un prezzo inferiore, pagherai la tariffa minore tra le due.
Ricorda, l'opzione Taxi Go non prevede attesa, sia puntuale :)

Come da regolamento comunale, in caso di supplementi (bagagli aggiuntivi o dal 5° passeggero in poi) il tassista potrebbe chiederti un extra da pagare attraverso l'opzione "corsa al volo" via App, o in contanti o carta di credito.

Il costo totale include la Clean Air Fee, un contributo che viene applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite app, con l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del nostro servizio.

Tempo di attesa stimato 2 Min
Orario di arrivo previsto 11:43
Tariffa stimata € 23,50
Clean Air Fee € 0,80

Questo è un prezzo in base al luogo di partenza e alla destinazione.

20. Corrispondono a tale schema gli esempi forniti dal Professionista riguardo alle informazioni fornite agli utenti del servizio taxi, per uno dei quali si riproducono di seguito dapprima la schermata mostrata subito al consumatore e più sotto la schermata di dettaglio alla quale si può accedere selezionando appositamente la freccia mostrata accanto alla opzione tariffaria nella prima schermata.





21. Il Professionista ha precisato a tale riguardo che l'utente poteva prendere visione del costo della *Clean Air Fee* prima di richiedere il taxi, premendo sull'opzione di viaggio prescelta, potendo così leggerne la descrizione nel dettaglio come sopra illustrato.

c) *La natura della "Clean Air Fee"*

22. Nelle schermate di dettaglio di cui sopra si legge che *"Il costo totale include la Clean Air Fee, un contributo che viene applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite app, con l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del nostro servizio"*.

23. In merito alla natura della *Clean air fee*, il Professionista ha precisato che sarebbe *"il costo del servizio di intermediazione fornito da MyTaxi attraverso l'App, pari a € 0,80 per corsa, che viene addebitato al passeggero che usufruisce attraverso l'App del servizio di intermediazione di MyTaxi nelle sue varie funzionalità per utilizzare il servizio di trasporto pubblico, non di linea, di persone a mezzo taxi fornito dai tassisti. Tale voce di costo è utilizzata da MyTaxi anche per supportare progetti relativi alla sostenibilità (da cui il nome di "Clean Air Fee" relativa al progetto "Make a Move" (...))"*.

24. In merito al progetto “*Make a Move*” il Professionista ha chiarito di averlo creato a livello europeo prevedendo investimenti e iniziative per la compensazione delle emissioni di CO₂ e per l’elettrificazione della flotta³.

25. Mytaxi ha precisato che, essendo la *Clean Air Fee* un progetto nuovo e innovativo, le ulteriori attività legate alla sostenibilità sono ancora in fase di creazione: il *team* di MyTaxi starebbe infatti lavorando a nuovi progetti e iniziative, soprattutto a livello locale, che devono tenere conto anche dei proventi a disposizione, al momento non ancora preventivabili.

Il Professionista ha allegato una presentazione nella quale vengono enumerati i progetti su cui MyTaxi starebbe lavorando e pianificando gli investimenti: elettrificazione della flotta, colonnine elettriche di ricarica, lavaggio del veicolo *ecofriendly*, compensazione delle emissioni in eccedenza rispetto al *budget* annuale, ricevuta sostenibile e *green*, iniziative *green* dedicate al passeggero.

Mytaxi ha precisato che tutte queste attività saranno finanziate con una parte dei proventi della *Clean Air Fee*, dal momento che uno degli obiettivi del costo di intermediazione è proprio quello di sostenere le attività ambientali.

26. Mytaxi ha inoltre dichiarato che, in data 25 ottobre 2021, è stata inviata ai consumatori via *e-mail* e tramite notifica *push* una comunicazione riguardante l’introduzione della *Clean Air Fee*, di cui ha fornito il contenuto, riprodotto di seguito.

Come si evince da tale comunicazione, l’oggetto viene indicato come “*Aggiornamento dei Termini e Condizioni Generali*” e come uno dei principali cambiamenti apportati viene indicato come: “*È stata aggiunta la sezione A.II Costo di servizio per la sostenibilità (“Clean Air Fee”): al fine di accelerare il nostro piano di sostenibilità ed elettrificazione della flotta, dal giorno 8 novembre 2021, ogni corsa taxi prevederà un costo di servizio aggiuntivo pari a un massimo di 0.80€ a corsa*”.

³ In particolare MyTaxi ha manifestato l’intenzione di presentare ai tassisti di Milano, Napoli, Roma e Torino entro fine febbraio 2022 la campagna di durata decennale “*Passa all’elettrico con FREE NOW*”, per concedere a ciascun tassista un proprio incentivo fino a 3.000 € per l’acquisto di un veicolo elettrico (per un totale di circa €140.000 nel solo anno 2022), offrendo supporto nell’individuazione delle migliori auto elettriche e degli incentivi statali 2022 e l’installazione di una Wall Box per ricaricare in tutta comodità l’auto elettrica a condizioni vantaggiose grazie alla *partnership* con una nota società energetica.



Aggiornamento dei Termini e Condizioni Generali

Ciao {{\${first_name}}},

al fine di garantirti la massima chiarezza e trasparenza, ti informiamo che abbiamo **aggiornato i nostri Termini e Condizioni Generali (GTC)**, con lo scopo di migliorare il servizio offerto.

[Leggi i nuovi T&C](#)

Di seguito i principali cambiamenti apportati ai T&C.

È stata aggiornata la sezione **A.11 Costo di servizio per la sostenibilità ("Clean Air Fee")**: al fine di accelerare il nostro piano di sostenibilità ed elettrificazione della flotta, **dal giorno 8 novembre 2021**, ogni corsa taxi prevederà un costo di servizio aggiuntivo pari a un massimo di 0,80€ a corsa.

[Scopri di più](#)

Grazie per l'attenzione,
Il tuo team FREE NOW

27. Simili informazioni sono state fornite anche sul sito del Professionista, anche se, come contestato nella comunicazione dell'avvio dell'istruttoria, non immediatamente reperibili nella loro interezza se non visitando diverse pagine dello stesso.

Infatti, nelle rilevazioni effettuate di ufficio sul sito del Professionista prima della comunicazione di avvio dell'istruttoria, accedendo alla *homepage* italiana⁴ www.free-now.com/it/, non era possibile scorgere alcuna informazione in riferimento all'addebito della cosiddetta *Clean air fee*.

Solo cliccando sul *link* "Aiuto" posto in alto a destra, che consentiva di accedere ad una nuova pagina, per poi selezionare in essa la sezione "Passeggero", ed ancora in tale sezione la categoria

⁴ Nel sito internet individuato dal nome di dominio www.free-now.com sono presenti diversi sotto-domini, ciascuno per una rete nazionale di servizi, nelle cui pagine viene proposto di scaricare una apposita app attraverso la quale usufruire dei servizi della piattaforma. In particolare, in Italia il sito della piattaforma FREE NOW è raggiungibile al nome di dominio www.free-now.com/it/, al cui interno viene indicata come responsabile del trattamento dei dati la società italiana Mytaxi Italia S.r.l., controllata al 100% dalla società tedesca Intelligent Apps GmbH.

“Pagamenti e ricevute”, si poteva selezionare la voce “Cos’è ‘Clean Air’ fee?” nella quale era possibile finalmente scorgere un primo riferimento alla *Clean air fee*: “*La Clean Air Fee è un supplemento, pari a 0,80€, che viene applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite l'app FREE NOW. La Clean Air Fee fa parte del nostro progetto MAKE A MOVE e ha l'obiettivo ... Leggi l'articolo completo*”.

Tuttavia, al fine di acquisire maggiori informazioni in merito alla *Clean air fee*, bisognava cliccare sul link “*Leggi l'articolo completo*”, che conduceva ad una nuova pagina, nella quale si leggeva che “*La Clean Air Fee è un supplemento, pari a 0,80€, che viene applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite l'app FREE NOW. La Clean Air Fee fa parte del nostro progetto MAKE A MOVE e ha l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del nostro servizio. Per maggiori informazioni in merito, ti suggeriamo di visitare la nostra pagina dedicata premendo qui.*”.

Selezionando, infine, il link “*qui*”, esso conduceva ad una nuova pagina, nella quale venivano fornite le seguenti informazioni: “*Clean Air Fee: il nostro contributo a rendere più sostenibili le corse taxi - Di cosa si tratta? - La Clean Air Fee è un costo del servizio di intermediazione fornito da FREE NOW, per un valore di 0,80€, che verrà applicato alle corse taxi effettuate interamente tramite l'app di FREE NOW. La Clean Air Fee fa parte del nostro progetto MAKE A MOVE e ha l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del servizio. - Non conosci il progetto MAKE A MOVE? Scopri di più cliccando sul pulsante qui sotto.*”.

Più giù nella pagina, nella sezione “*Domande frequenti*” venivano fornite in distinti punti, separatamente attivabili a tendina, le seguenti informazioni riguardanti la *Clean air fee*.

“*A quali corse si applica la Clean Air Fee? - La Clean Air Fee verrà applicata a tutte le corse taxi pagate tramite l'app FREE NOW per le quali l'Utente fruisce dell'intero servizio di intermediazione offerto da FREE NOW nelle sue varie funzionalità ossia, per le corse taxi pagate tramite l'app di FREE NOW, e andate a buon fine. Vengono invece escluse tutte le corse cancellate e quelle pagate in contanti o tramite account aziendale.*”

- “*In quali città sarà attiva la Clean Air Fee? - La Clean Air Fee sarà attiva a Milano, Torino, Roma e Napoli.*”

- “*Qual è l'obiettivo della Clean Air Fee? - I fondi raccolti tramite la Clean Air Fee verranno stanziati per supportare le attività di sostenibilità già intraprese, nonché a rafforzare la transizione del settore taxi verso l'elettrico.*”

- “*Chi trarrà beneficio dalla Clean Air Fee? - Tutti. La finalità della Clean Air Fee è infatti quella di supportare le nostre attività di compensazione delle emissioni di Co2 generate dalle corse in taxi. Innanzitutto investendo in incentivi rivolti ai tassisti, al fine che possano passare - se non ancora fatto - a un veicolo elettrico. Questo porta di conseguenza al miglioramento della qualità dell'aria che respiriamo e diminuisce il rumore presente nelle città.*”

28. Tale situazione appariva immutata nelle rilevazioni effettuate nuovamente in data 14 aprile 2022 sul sito del Professionista.

Infatti, accedendo alla *homepage italiana*⁵ www.free-now.com/it/ non era nuovamente possibile scorgere alcuna informazione in riferimento all'addebito della cosiddetta *Clean air fee*, che veniva

⁵ Nel sito internet individuato dal nome di dominio www.free-now.com sono presenti diversi sotto-domini, ciascuno per una rete nazionale di servizi, nelle cui pagine viene proposto di scaricare una apposita app attraverso la quale usufruire dei servizi

ancora descritta negli stessi termini nelle pagine dedicate a “*Pagamenti e ricevute*” e in tutte quelle di seguito descritte più sopra.

3) *Le argomentazioni difensive del Professionista*

29. Nella memoria conclusiva, il Professionista ha richiamato la propria memoria del 3 febbraio 2022 (di seguito anche “*Memoria*”) ed ha eccepito le contestazioni relative a *i*) l’omissione di una corretta indicazione del prezzo di offerta del servizio e *ii*) l’ingannevolezza della denominazione “*Clean Air fee*” e della relativa descrizione, ancorata alla sostenibilità.

30. Mytaxi sostiene di aver messo gli utenti in condizione di prendere atto della novità di prossima introduzione da parte di MyTaxi e di poterla opportunamente valutare, eventualmente chiedendo maggiori informazioni, oppure scegliendo di opporsi e di non utilizzare più i servizi dell’App, in quanto i consumatori: *i*) sarebbero stati preventivamente informati dell’introduzione del costo del servizio di intermediazione dei “*Termini e condizioni generali per i passeggeri e per gli utenti dei servizi di mobilità*”⁶; *ii*) avrebbero potuto ricevere maggiori dettagli sul costo del servizio di intermediazione tramite la stessa App, al momento dell’utilizzo effettivo del servizio; *iii*) avrebbero potuto chiedere maggiori informazioni ai tassisti, anch’essi destinatari di una comunicazione analoga.

31. In merito alle informazioni sul prezzo tramite App, Mytaxi dichiara di non comprendere cosa avrebbe dovuto fare di più al fine di fornire informazioni puntuali al consumatore.

Al riguardo il Professionista eccepisce di avere sempre fornito all’utente informazioni chiare sul prezzo totale della corsa (o una stima) già inclusivo del costo del servizio di intermediazione fin dalla prima schermata e, dunque, dal primo contatto con l’utente, al fine di consentire al consumatore di sapere istantaneamente quanto avrebbe pagato, fornendo ulteriori dettagli sulle singole voci che compongono il costo totale nella seconda schermata: così nella simulazione effettuata da Altroconsumo con il prezzo complessivo mostrato come “*tariffa massima garantita*”, nel caso di corse taxi con tariffa a tassametro – per le quali non è possibile prevedere con anticipo il prezzo e l’ammontare riportato nell’App è solo una stima del costo finale sulla base di un algoritmo – e da ultimo, nel caso delle corse a tariffa fissa (dall’importo predeterminato e stabilito dalle singole municipalità).

Secondo Mytaxi così avrebbe evitato che il consumatore dovesse procedere a sommare le singole voci al primo contatto, operazione che certamente sarebbe meno immediata e intuitiva, e la seconda schermata sarebbe stata individuata separatamente solo a causa delle limitazioni di spazio tipiche delle applicazioni mobili destinate a essere visualizzate in superfici estremamente ridotte.

32. In merito alle informazioni contenute nel sito, il Professionista eccepisce che lo stesso sarebbe solo una “*vetrina*” istituzionale a cui l’utente accede soltanto per conoscere la Società e il mondo Free Now e non per usufruire effettivamente del servizio, considerato che sul sito l’utente non ha modo neppure di creare un *account*, per cui il consumatore, nel prendere una decisione consapevole

della piattaforma. In particolare, in Italia il sito della piattaforma FREE NOW è raggiungibile al nome di dominio www.free.com/it/, al cui interno viene indicata come responsabile del trattamento dei dati la società italiana Mytaxi Italia S.r.l., controllata al 100% dalla società tedesca Intelligent Apps GmbH.

⁶ Nella memoria conclusiva Mytaxi sostiene che nella comunicazione del termine della fase istruttoria l’Autorità avrebbe riportato il contenuto dell’email inviata agli utenti (punto 17), senza menzionare anche l’ulteriore strumento informativo costituito dalla notifica *push*, che invece veniva ivi indicato e il cui contenuto nella memoria di Mytaxi del 2 febbraio veniva indicato come uguale a quello della *mail*.

dovrebbe avere e trovare le informazioni necessarie sull'App perché è utilizzando l'App che usufruirà del servizio e pagherà concludendo la propria transazione commerciale.

33. Mytaxi eccepisce poi che vi sarebbero almeno tre elementi di inesattezza nella contestazione in materia di sostenibilità.

In primo luogo, l'utente non sarebbe chiamato a prendere alcuna decisione economica in relazione all'addebito della commissione indipendentemente dalla sua denominazione, sia essa "*Clean Air Fee*" o "*Costo del Servizio di Intermediazione*"; la decisione economica sarebbe presa a monte dal consumatore e riguarderebbe la scelta di utilizzare il servizio di trasporto a mezzo taxi, successivamente la scelta di chiamare un tassista tramite Free Now che fornisce il servizio di intermediazione e, da ultimo, se utilizzare il servizio Free Now con tutte le funzionalità, compresa la semplicità del pagamento tramite App. Inoltre, la denominazione "*Clean Air Fee*" non sarebbe stata di per sé idonea "*ad indurre i consumatori in errore nella propria scelta economica, invogliandoli a farsi carico dell'addebito di una commissione presentata come un contributo ambientale*", come proverebbero i dati dei relativi ricavi – che sarebbero rimasti perlopiù gli stessi nei mesi da gennaio a maggio 2022 – dopo il cambiamento nel mese di aprile 2022 della denominazione del costo del servizio, che non avrebbe in alcun modo inciso sulle asserite scelte economiche degli utenti.

In secondo luogo, la circostanza che la parte di incassi destinata a iniziative in tema di sostenibilità non fosse "*predefinita*" dipenderebbe dalla natura del progetto da sostenere – cui poi si sarebbero affiancate nuove iniziative⁷ –, consistente nel supportare i tassisti con un contributo nel passaggio ai veicoli elettrici, il cui importo dipenderà da: i) quanti tassisti aderiranno all'iniziativa; ii) l'incidenza dell'importo così stanziato sul totale degli incassi. In particolare, in merito all'iniziativa tacciata di essere "*in fase di definizione*", il primo progetto "MAKE A MOVE" sarebbe sempre stato ben definito in attesa solo che il Governo adottasse – come ha fatto nel mese di aprile - i provvedimenti relativi al passaggio all'elettrico, così da fornire maggiori delucidazioni ai soggetti interessati.

In terzo luogo, il Professionista contesta l'affermazione che lo stesso incentivi l'"*utilizzo di un servizio che invece ha sicuramente un impatto ambientale, derivante dall'utilizzo di autoveicoli normalmente alimentati da idrocarburi*", che sarebbe un servizio di trasporto messo a disposizione della collettività dai tassisti e prima ancora dalle amministrazioni locali e che confonderebbe il servizio di intermediazione e il servizio di trasporto fornito dai tassisti, a cui il consumatore farebbe comunque ricorso indipendentemente dall'esistenza dell'App, mentre Mytaxi nel suo piccolo, con le proprie iniziative, cerca proprio di disincentivare l'utilizzo dei veicoli alimentati a idrocarburi favorendo il passaggio dei tassisti a forme di mobilità sostenibile e incentivando il ricorso a nuove soluzioni di mobilità (quali monopattini elettrici, scooter elettrici, *carsharing* e biciclette): il costo del servizio di intermediazione servirebbe anche a questo, indipendentemente dalla sua denominazione.

34. In subordine, nella ipotesi in cui l'Autorità dovesse procedere con l'accertamento di una violazione, Mytaxi chiede di ponderare l'entità della possibile sanzione, alla luce della durata delle condotte molto limitata nel tempo (il costo del servizio di intermediazione è stato introdotto solo l'8 novembre 2021), dello spirito di piena collaborazione mostrato al fine di garantire la massima

⁷ Mytaxi segnala che tali iniziative sono descritte alle pagine internet www.free-now.com/it/earthday/ e www.free-now.com/it/tassisti/passa-allelettrico/.

protezione dei consumatori e delle proprie condizioni economiche, influenzate dal forte impatto della pandemia nel settore del trasporto urbano (incluso il trasporto a mezzo taxi).

4) Modifiche alle condotte già realizzate in corso di istruttoria

35. In data 11 maggio 2022, il Professionista ha comunicato di avere comunque provveduto ad attuare gli impegni presentati all’Autorità al fine di offrire un servizio che rechi il massimo beneficio ai consumatori senza margini di fraintendimento. In particolare Mytaxi ha precisato di avere:

- sostituito in tutti i materiali informativi la denominazione “*Clean Air Fee*” con “*Costo del servizio di intermediazione*” o “*Costo di intermediazione*”;
- eliminato in tutti i materiali informativi qualsiasi correlazione fra il suddetto costo e i progetti e iniziative per la sostenibilità realizzati dalla Società nell’ambito del progetto “*MAKE A MOVE*”;
- sostituito la denominazione “*pagamento in contanti*” con la denominazione “*pagamento diretto al tassista*”, in modo tale che l’utente possa selezionare tale opzione di pagamento e scegliere successivamente, al termine della corsa, se pagare con contanti o con carta di credito (e in entrambi i casi non corrisponderà il costo del servizio di intermediazione);
- modificato le modalità di visualizzazione nell’App delle tariffe relative alle diverse tipologie di corse (la prima schermata mostra il prezzo già inclusivo del costo del servizio di intermediazione, mentre nella seconda pagina – che si ottiene cliccando sulla tipologia di corsa desiderata – sono mostrati la descrizione del servizio di trasporto scelto e il dettaglio dei costi);
- modificato la *homepage* del servizio Taxi nella Sezione Passeggeri inserendo la FAQ “*Che cos’è il costo del servizio di intermediazione?*”;
- modificato altre pagine *internet* dedicate al costo di intermediazione⁸;
- comunicato agli utenti e pubblicato sul sito⁹ il testo modificato dei “*Termini e condizioni generali per i passeggeri e per gli utenti dei servizi di mobilità*”;
- inviato una comunicazione ai tassisti volta a illustrare le caratteristiche del servizio di intermediazione e dei relativi.

36. Il Professionista ha, infine, comunicato di star lanciando nuove iniziative legate alla sostenibilità, nell’ambito del progetto *MAKE A MOVE*, descritte nel proprio sito così come la campagna a favore dei tassisti volta a incentivare l’elettrificazione della flotta in apposite pagine¹⁰, che saranno periodicamente aggiornate con la descrizione delle nuove iniziative targate *FREE NOW*, senza mai mettere in correlazione le stesse con il costo del servizio di intermediazione.

5) Le memorie conclusive di Altroconsumo

37. Altroconsumo argomenta che la sussistenza dell’illecito anti-consumeristico troverebbe ampia conferma negli accertamenti e segnala che, contrariamente a quanto dichiarato dal Professionista in corso di istruttoria, la pratica oggetto di accertamento non sarebbe cessata a maggio 2022, ma persisterebbe, continuando Mytaxi ad applicare, con modalità analogamente decettive, il costo aggiuntivo del servizio in violazione degli obblighi di informazione prescritti dal Codice del Consumo, in quanto nel processo di prenotazione il costo aggiuntivo (di euro 0,80), inizialmente

⁸ Si tratta delle pagine www.freenow.com/it/passeggeri/taxi/, www.free-now.com/it/costointermediazione/ e support.free-now.com/hc/it/articles/4404334121874-Cos-%C3%A8-il-Costo-di-Intermediazione-.

⁹ Alla pagina www.free-now.com/it/passenger-gtc.

¹⁰ Pagine www.free-now.com/it/earthday/ e www.free-now.com/it/tassisti/passa-alleletrico/.

denominato “*Clean Air Fee*”, viene ora incluso direttamente nel prezzo finale del servizio al momento della prima proposta commerciale, con la diversa definizione di “*Costo di intermediazione incl.*”, ma senza alcuna indicazione del suo ammontare in rapporto al prezzo della corsa, ammontare rivelato dall’App soltanto in un’altra schermata, a cui l’utente accede selezionando l’offerta.

In tale schermata – l’unica che descriverebbe il contenuto dell’offerta e del costo aggiuntivo – il Professionista ometterebbe qualsiasi specifica informazione sulla riconducibilità di detto costo aggiuntivo all’utilizzo dell’app *Free Now* come strumento di prenotazione e pagamento e sulla libera e gratuita facoltà dell’utente di sottrarsi all’onere, scegliendo di pagare direttamente al fornitore del servizio di trasporto il corrispettivo.

38. L’informazione relativa al c.d. *opt out*, ovvero alle modalità di esonero dal costo aggiuntivo, resterebbero pertanto all’utente tacite ovvero artificiosamente celate nel momento fondamentale in cui riceve dal professionista l’offerta del servizio e ne visualizza il prezzo finale.

Peraltro, l’inclusione dell’onere aggiuntivo nel prezzo senza relativa quantificazione, nel primo passaggio della prenotazione, priverebbe di fatto il consumatore dell’informazione essenziale per la sua scelta commerciale sul prezzo *effettivo* del servizio di trasporto, inducendolo nell’errore di ritenere che detto costo aggiuntivo sia dovuto a titolo di *corrispettivo* della corsa, e non collegato esclusivamente alla scelta del tutto eventuale di eseguire la transazione del prezzo della corsa con l’app *Free Now*.

39. La perpetuazione dell’illecito, nonostante le segnalazioni pervenute dalle associazioni di categoria e l’apertura del procedimento, giustificerebbe secondo Altroconsumo l’applicazione di sanzioni nel massimo editale.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

40. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet* e mezzi di telecomunicazione, in data 6 giugno 2022 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, richiesta successivamente integrata in data 14 giugno 2022.

41. Con parere pervenuto in data 1° luglio 2022, la suddetta Autorità ha rilevato che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni attuate dal Professionista tramite *internet* e l’App *Free Now* ed ha ritenuto pertanto che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, *internet* e le reti radiomobili siano uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in esame.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

42. Nel caso di specie l’oggetto dell’istruttoria è costituito dall’insieme delle condotte tenute da Mytaxi in occasione della prestazione del servizio di intermediazione per l’acquisto del servizio di trasporto a mezzo taxi in Italia, consistenti in:

- utilizzo della denominazione “*Clean air fee*” (“*quota aria pulita*”) per un costo di cui erano indicate con scarsa chiarezza natura e finalità;

- indicazione con scarsa chiarezza delle condizioni dell’addebito di tale costo.

43. Tali condotte riguardano le modalità con le quali Mytaxi ha fornito ai consumatori informazioni essenziali per prendere decisioni consapevoli di natura commerciale.

44. Infatti, come chiarito dallo stesso Professionista, la decisione economica del consumatore riguarda la scelta di utilizzare il servizio di trasporto a mezzo taxi, successivamente la scelta di chiamare un tassista tramite Free Now che fornisce il servizio di intermediazione e, da ultimo, se utilizzare il servizio Free Now con tutte le funzionalità, compresa la semplicità del pagamento tramite App.

45. In primo luogo, le comunicazioni di Mytaxi sono caratterizzate dalla scarsa chiarezza delle indicazioni riguardanti le ipotesi in cui venga addebitato o meno il costo denominato dapprima “*Clean Air Fee*” e successivamente “*Costo del servizio di intermediazione*”.

Più nel dettaglio, sia prima che dopo le modifiche, nella prima schermata presentata al consumatore viene indicato un importo complessivo: tuttavia, lo stesso risulta inclusivo del detto costo se in origine è stato impostato il pagamento tramite App; viceversa, lo stesso è pari al solo costo del servizio taxi se inizialmente è stato impostato il pagamento direttamente al tassista.

Inoltre, sia prima che dopo le modifiche, il dettaglio dell'importo del medesimo costo viene specificato solo nella seconda schermata, alla quale si accede dalla suddetta prima schermata.

46. Tale impostazione relativa alla procedura di pagamento comporta che un consumatore che non abbia dimestichezza con l'utilizzo dell'App Free Now e il quale non sia ben avveduto del fatto che il costo di € 0,80 può essere evitato solo selezionando il pagamento diretto al tassista, non ha modo di rendersene conto al momento della scelta economica relativa al pagamento tramite App ovvero direttamente al tassista.

In altre parole, un consumatore al quale non sia già chiaro che gli viene addebitato un costo di € 0,80 per godere della semplicità del pagamento tramite App non è messo in condizione di poter ponderare e comparare il costo ed il vantaggio di tale scelta in rapporto al diverso vantaggio costituito dalla non debenza della *fee* di € 0,80 nel caso in cui decida, invece, di pagare in contanti o con qualunque altro mezzo di pagamento accettato dal tassista.

47. Dunque, la mancanza di una espressa informativa al consumatore sulla possibilità di evitare il pagamento di un sovrapprezzo connesso alla scelta di pagare con l'App Free Now, comporta l'omissione di informazioni rilevanti per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e risulta pertanto idonea ad indurre in errore i consumatori nella propria scelta economica al momento della selezione della modalità di pagamento fra l'opzione di pagamento tramite App, cui è associato l'addebito del costo aggiuntivo e quella direttamente al tassista, che non comporta, invece, tale addebito.

48. Nelle decisioni economiche dei consumatori assumono un grande rilievo anche le affermazioni di carattere ambientale utilizzate da Mytaxi, dirette a suggerire una iniziativa favorevole all'ambiente sottostante al servizio di intermediazione offerto, considerato che i cosiddetti *claim* ambientali o verdi (detti anche *green claims* o *environmental claims*) sono diventati un importante strumento pubblicitario in grado di orientare significativamente le scelte di acquisto dei consumatori, sulla base della loro accresciuta sensibilità verso tali tematiche.

49. Nel caso di specie, sono suscettibili di influenzare significativamente la scelta economica del consumatore sia la medesima denominazione utilizzata di “*Clean air fee*” che le affermazioni utilizzate nella App secondo cui “*Il costo totale include la Clean Air Fee, un contributo che viene applicato a ogni corsa taxi effettuata tramite app, con l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del nostro servizio*” e nel sito internet “*Clean Air Fee: il nostro contributo a rendere più sostenibili le corse taxi - Di cosa si tratta? - La Clean*

Air Fee è un costo del servizio di intermediazione fornito da FREE NOW, per un valore di 0,80€, che verrà applicato alle corse taxi effettuate interamente tramite l'app di FREE NOW. La Clean Air Fee fa parte del nostro progetto MAKE A MOVE e ha l'obiettivo di supportare le attività di compensazione delle emissioni generate dall'utilizzo del servizio".

50. Dalle evidenze istruttorie risulta, tuttavia, che nessuna delle comunicazioni del Professionista chiariva in alcun modo che, in realtà, solo una parte dei proventi del costo aggiuntivo denominato "Clean air fee" sarebbe stata, in futuro ed in modo assolutamente incerto ed indeterminato, destinata alle vantate attività per il miglioramento dell'ambiente.

In base a quanto chiarito da Mytaxi, infatti, solo una minima parte di tali proventi sarebbe stata destinata a una serie di attività legate alla sostenibilità¹¹, le quali, come emerso nel corso dell'istruttoria, sarebbero peraltro tutte ancora in fase di creazione.

51. Al riguardo si rileva che ogni *claim* ambientale, diretto a suggerire o, comunque, a lasciar intendere o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto o servizio offerto, deve riportare tali vantaggi ambientali in modo puntuale e non ambiguo e deve essere comunicato in modo corretto, conformemente agli orientamenti emersi in sede comunitaria¹², secondo i quali incombe un onere informativo minimo imprescindibile riguardo al significato di vantati diretti a suggerire o, comunque, a lasciar intendere o anche solo a evocare il minore o ridotto impatto ambientale del prodotto o servizio offerto.

52. Si osservi peraltro che gli Orientamenti per l'attuazione/applicazione della Direttiva 2005/29/ce relativa alle pratiche commerciali sleali e la giurisprudenza amministrativa chiariscono che i professionisti devono presentare "...le loro dichiarazioni ecologiche in modo chiaro, specifico, accurato e inequivocabile, al fine di assicurare che i consumatori non siano indotti in errore". Tale principio è stato da ultimo ribadito dalla Commissione europea che in tema di *green claims* ha specificamente ricordato che le asserzioni ambientali "...devono essere veritiere, non devono contenere informazioni false e devono essere presentate in modo chiaro, specifico, inequivocabile e accurato", anche con specifico riferimento alle espressioni sulla compensazione della CO2.

53. Nel caso di specie, il Professionista oltre a rendere assai difficile per il consumatore reperire tali informazioni nel sito aziendale, come emerso dall'istruttoria, ha del tutto omesso una puntuale indicazione dei progetti attuati ai fini della spendita del vanto sulla compensazione. Inoltre tale vanto ambientale risulta fuorviante nella misura in cui Free Now ha indicato iniziative del tutto generiche - ancora in fase di attuazione - e, in ogni caso, principalmente destinate a finanziare un fondo per gli incentivi ai tassisti per il futuro acquisto di auto elettriche piuttosto che a compensare le emissioni di CO2, generata dalla corsa in taxi.

¹¹ Elettrificazione della flotta, colonnine elettriche di ricarica, lavaggio del veicolo *ecofriendly*, compensazione delle emissioni in eccedenza rispetto al budget annuale, ricevuta sostenibile e green, iniziative green dedicate al passeggero.

¹² Cfr. il documento "Compliance Criteria on Environmental Claims" disponibile all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/environmental-claims/index_en.htm, le citate "Linee Guida sull'applicazione della Direttiva sulle Pratiche Commerciali scorrette", del 25 maggio 2016 disponibili all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfairpractices/index_en.htm, il "Consumer market study on environmental claims for non-food products" della Commissione europea, Justice and Consumers, July 2014, disponibile all'indirizzo internet ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/environmental_claims/index_en.htm, nonché le appendici e i report collegati.

54. Il Professionista ha infatti chiarito di intendere l'addebito operato ai propri clienti come la remunerazione del proprio servizio di intermediazione, del tutto indipendente dalle iniziative ambientali utilizzate come *claim* nei propri messaggi.

55. Dunque, la denominazione e le comunicazioni del Professionista in merito alla destinazione ad attività per il miglioramento dell'ambiente del costo identificato con il suggestivo nome di "*Clean air fee*" risultavano completamente false ed ingannevoli omettendo informazioni rilevanti per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e risultavano pertanto idonee ad indurre in errore i consumatori nelle proprie scelte economiche sia al momento della selezione fra diversi servizi di intermediazione sia – una volta preferito il servizio Free Now – al momento della selezione della modalità di pagamento fra l'opzione tramite App cui è associato l'addebito del costo aggiuntivo e quella direttamente al tassista, che non comporta tale addebito.

56. Tali affermazioni sono, infatti, suscettibili di influenzare la scelta del consumatore al momento della selezione di uno fra gli ormai tanti diversi fornitori di analoghi servizi di intermediazione, risultando idonee ad indurlo ad una preferenza per il servizio Free Now in base alle sue erronee dichiarazioni circa la destinazione dell'intero valore del costo addebitato ai consumatori ad attività per il miglioramento dell'ambiente.

Le stesse affermazioni, che lasciano intendere la destinazione del costo aggiuntivo denominato "*Clean air fee*" ad attività per il miglioramento dell'ambiente sono, inoltre, suscettibili di influenzare la scelta economica del consumatore che avesse acquisito dimestichezza con l'App Free Now e si fosse avveduto del fatto che il costo di € 0,80 può essere evitato selezionando il pagamento diretto al tassista.

Le sopra richiamate affermazioni di favore per l'ambiente risultavano, infatti, idonee a indurre in errore il consumatore, invogliandolo ad utilizzare il servizio Free Now con tutte le funzionalità, compreso il pagamento tramite App, al quale è associato l'addebito di tale costo, che il consumatore è indotto a ritenere erroneamente come interamente destinato ad attività a favore dell'ambiente.

57. Infine un ulteriore elemento decettivo nelle indicazioni della App al momento della selezione della modalità di pagamento era costituito dalla indicazione con la descrizione "*Contanti*" dell'opzione relativa alla corresponsione dello stesso direttamente al tassista, mentre, invece, secondo quanto chiarito dal Professionista, al tassista "*nella prassi tale pagamento può essere fatto anche con carta di credito*".

In tale modo si lasciava intendere al consumatore che l'unico modo di pagare direttamente al tassista e così evitare l'addebito del costo aggiuntivo fosse quello di utilizzare denaro contante, di cui eventualmente lo stesso poteva trovarsi sprovvisto al momento della corsa, potendo così influenzare la scelta economica del consumatore che avesse dimestichezza con l'App Free Now e si fosse avveduto del fatto che il costo di € 0,80 può essere evitato selezionando il pagamento diretto al tassista.

58. Dunque le comunicazioni del Professionista in merito ai mezzi di pagamento utilizzabili per il pagamento direttamente al tassista omettevano informazioni rilevanti per prendere una decisione consapevole di natura commerciale e risultavano pertanto idonee ad indurre in errore i consumatori nella propria scelta economica al momento della selezione della modalità di pagamento fra l'opzione tramite App, cui è associato l'addebito del costo aggiuntivo, e quella direttamente al tassista, che non comporta tale addebito.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

60. 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.

61. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica e della rilevanza del Professionista, che rappresenta uno dei principali operatori nel suo settore in diversi Paesi europei.

62. Nel valutare la gravità della violazione si tiene altresì conto: i) della tipologia dell'infrazione, caratterizzata da un significativo grado di offensività, in quanto riguarda l'utilizzo di affermazioni di carattere ambientale per caratterizzare un addebito del tutto slegato da tali finalità e comunicazioni fuorvianti in merito alle condizioni di tale addebito.

63. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti¹³ risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dall'8 novembre 2021 e che sia ancora in corso, avendo il Professionista parzialmente modificato le proprie condotte, con la sostituzione della denominazione del costo addebitato in modo da chiarirne la natura come remunerazione del servizio di intermediazione e la eliminazione nella sua descrizione di qualsiasi riferimento alle proprie iniziative ambientali, nonché con la sostituzione della descrizione "*contanti*" con "*pagamento diretto al tassista*".

64. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Mytaxi Italia S.r.l. nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro).

65. Inoltre, in considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Mytaxi Italia S.r.l. nella misura di 400.000 € (quattrocentomila 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. 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal Professionista, mediante l'utilizzo della denominazione "*Clean air fee*" ("*quota aria pulita*") per un costo di cui erano indicate con scarsa chiarezza natura e finalità e mediante l'indicazione con scarsa chiarezza delle condizioni dell'addebito di tale costo;

¹³ Come risulta sia dalle segnalazioni pervenute all'Autorità che dalle dichiarazioni del Professionista.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Mytaxi Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21 e 22, commi 1 e 2, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Mytaxi Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 400.000 € (quattrocentomila 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 irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12194 - CREDIT AGRICOLE-SUPERBONUS EDILIZIO-CESSIONE DEL CREDITO
Provvedimento n. 30234

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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

VISTO il *“Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie”* (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 31 gennaio 2022, con la quale Crédit Agricole Italia S.p.A. ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTA la propria delibera del 12 aprile 2022, con la quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 31 gennaio 2022, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Crédit Agricole Italia S.p.A. (di seguito, CAI o la Banca), con sede legale in Parma, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società è attiva nei settori bancario e creditizio, in particolare nei mercati della raccolta e degli impieghi.
2. Studio Tributario e Societario Deloitte Società tra Professionisti S.r.l. (di seguito, anche Deloitte).

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne una pratica commerciale relativa alle modalità e procedure adottate dal Professionista per consentire a consumatori e microimprese di accedere alla cessione del credito d'imposta del 110%, il c.d. Superbonus edilizio, previsto dal decreto-legge 19 maggio 2020, n. 34 (cd. "Decreto Rilancio", convertito con modificazioni dalla l. 17 luglio 2020, n. 77).
4. In particolare, la pratica commerciale che sarebbe stata adottata da CAI consisterebbe nel condizionare la conclusione dei contratti di cessione del credito d'imposta all'obbligo, per il cliente, di avvalersi, per ottenere il visto di conformità richiesto dalla normativa, di una società di consulenza fiscale convenzionata con la Banca medesima e, in particolar modo, della società di consulenza Deloitte, con aggravio dei costi complessivi del servizio a carico del consumatore/microimpresa.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

5. In seguito alle segnalazioni pervenute dall'Associazione Dottori Commercialisti ADC - Associazione dei dottori commercialisti e degli Esperti contabili (di seguito, anche ADC), congiuntamente all'Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili (di seguito, anche UNGDEC)¹ e sulla base delle risultanze acquisite d'ufficio, in data 25 novembre 2021 è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12194². In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società CAI fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo per l'indebito condizionamento nei confronti di consumatori e microimprese all'accettazione dei servizi della società di consulenza Deloitte, al fine di ottenere la cessione del credito fiscale, e/o degli articoli 20, comma 2 e 26, lettera f), del Codice del Consumo per la fornitura a pagamento del servizio di Deloitte, non richiesto dai consumatori e dalle microimprese.

6. In data 30 novembre 2021 è stata svolta un'attività ispettiva presso la sede secondaria di CAI sita in Parma³.

7. In data 15 dicembre 2021 CAI ha presentato istanza di proroga del termine per la presentazione di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo⁴ e, in data 22 dicembre 2021, è stata comunicata al Professionista la proroga di quattordici giorni di tale termine⁵, accordata dall'Autorità nella sua riunione del 21 dicembre 2021.

8. In data 14 gennaio 2022 il Professionista ha fornito le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento⁶ e in data 17 gennaio 2022 è pervenuta la sua memoria difensiva⁷.

9. In data 31 gennaio 2022, il Professionista ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, finalizzati a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale contestata⁸.

10. In data 3 febbraio 2022, è stato ammesso a partecipare al procedimento Deloitte⁹, che aveva presentato istanza di intervento nel procedimento in data 2 febbraio 2022¹⁰.

¹ Doc.ti 1 e 2.

² Doc. 7

³ Doc. 13.

⁴ Doc. 22.

⁵ Doc. 26.

⁶ Doc.ti 29 e 31.

⁷ Doc. 32.

⁸ Doc. 34.

⁹ Doc. 36.

¹⁰ Doc. 35.

11. In data 2 marzo 2022 si è svolta l'audizione di CAI¹¹, dalla medesima richiesta con istanza del 10 febbraio 2022¹², e in tale sede è stata formulata una richiesta di informazioni, alla quale CAI ha fornito risposta in data 25 marzo 2022¹³.

12. In data 13 aprile 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento adottata in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista¹⁴.

13. In data 26 aprile 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento¹⁵.

14. In data 11 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo¹⁶.

15. In data 8 giugno 2022 è pervenuto il parere di Banca d'Italia¹⁷.

2) *Gli elementi acquisiti*

16. Con riferimento alla condotta contestata in sede di avvio, dalla documentazione ispettiva e dagli elementi forniti da CAI è emerso quanto segue.

17. La Banca ha deciso di avvalersi di un *partner* specializzato, in grado di fornire una piattaforma informatica specialistica per il processo di raccolta, verifica ed eventuale certificazione della documentazione relativa al *bonus* fiscale, al fine di garantire una maggiore certezza sull'operazione di trasferimento del credito al termine dei lavori¹⁸. A tal fine, in data 23 ottobre 2020 la Banca ha perfezionato con Deloitte due convenzioni: il "Contratto Servizi" avente ad oggetto, in particolare, il servizio di "Management Service Fiscale", consistente nell'attività di supporto alla Banca sia nel processo di raccolta e verifica della documentazione relativa al *bonus* fiscale, sia nell'attività di trasferimento dei crediti fiscali acquistati dalla Banca sul cassetto fiscale e/o sulla piattaforma prevista dall'Agenzia delle Entrate, e che comprende anche la messa a disposizione della clientela di CAI di una piattaforma specialistica dedicata alla gestione di tali pratiche; una seconda convenzione, la cd. "Convenzione Commerciale", è stata stipulata per l'erogazione di un servizio di *management* fiscale cd. "E2E", che Deloitte può fornire ai clienti di CAI al fine di supportare questi ultimi nel percorso di certificazione dei crediti fiscali oggetto di cessione verso la Banca. Le caratteristiche e requisiti del servizio E2E, che è regolato da specifico contratto bilaterale che Deloitte stipula con il cliente di CAI, sono riportati nella predetta Convenzione Commerciale, alla quale è allegato lo *standard* di contratto tra Deloitte e il cliente¹⁹.

18. La piattaforma fornita da Deloitte a CAI presenta 2 livelli di servizio alternativi: (i) "Servizio Basic", svolto essenzialmente in favore della Banca e il cui costo è a carico della Banca, per la

¹¹ Doc. 44.

¹² Doc. 38.

¹³ Doc. 45.

¹⁴ Doc.ti 46 e 47.

¹⁵ Doc.ti 51 e 52.

¹⁶ Doc. 55.

¹⁷ Doc. 57.

¹⁸ Doc. 15.120.

¹⁹ Doc. 29, Allegato 1.1.

raccolta e la verifica formale dei documenti richiesti ai clienti e caricati dal cliente attraverso accesso diretto alla suddetta piattaforma, nonché per l'assistenza inerente a problematiche tecniche legate all'utilizzo della piattaforma medesima; (ii) "Servizio Full", rivolto al cliente e il cui costo è a carico del cliente che decide di avvalersene, e che può essere acquistato a parte dal cliente direttamente dal fornitore della piattaforma (i.e. Deloitte), che comprende, in aggiunta alle attività previste nel Servizio Basic, la consulenza specialistica fiscale e tecnica, nonché il rilascio dell'eventuale visto di conformità fiscale attraverso verifiche sostanziali sulla documentazione prodotta dalla clientela²⁰.

19. In relazione al carattere opzionale del Servizio Full, nella Circolare interna di CAI n. 21/107 del 23 aprile 2021 è riportato quanto segue: *"È in facoltà del Cliente, per ottenere il necessario visto di conformità fiscale previsto per le pratiche Superbonus 110%, decidere se avvalersi di professionisti autorizzati (commercialisti, CAF etc.) oppure usufruire del medesimo servizio che viene fornito anche dal partner specializzato di cui si avvale la Banca, ma rimane un servizio facoltativo cui la Banca è estranea e, se adottato dal Cliente, implicherà dei costi interamente a carico dello stesso"*²¹. Anche nel Manuale Operativo destinato ai dipendenti di CAI, è espressamente riportato che: *"Si tratta infatti di un servizio di cui il Cliente può avere necessità, ma che non può essere fornito direttamente dalla Banca, la quale deve rimanere estranea alle valutazioni di consulenza/congruità fiscale, se non per la parte di verifica documentale necessaria ed opportuna"*²².

20. I corrispettivi dovuti dalla Banca a Deloitte per il Servizio Basic sopra descritto sono espressi nella misura dello $[0,1-1\%]^*$ (IVA esclusa) sul valore del credito ceduto. Alla data del 31 ottobre 2021, CAI ha corrisposto a Deloitte compensi di ammontare pari ad Euro [50.000-500.000] per la gestione delle pratiche di cessione del credito oggetto di istruttoria (operazioni nei confronti di consumatori, condomini, microimprese)²³.

21. Il corrispettivo dovuto dalla clientela a Deloitte per il Servizio Full è pari a 1,9% (oltre IVA e contributo previdenziale obbligatorio) sul valore del credito fiscale oggetto di cessione²⁴.

22. Il prezzo pagato dalla Banca ai clienti per l'acquisto dei crediti di imposta è definito in termini di percentuale da applicare al valore nominale del credito. Le condizioni economiche di seguito riportate indicano i valori minimi dei prezzi di acquisto del credito d'imposta: (i) prezzo di acquisto del credito d'imposta con compensazione in 5 quote annuali: 90,91% del valore nominale del credito; (ii) prezzo di acquisto del credito d'imposta con compensazione in 10 quote annuali: 78,00% del valore nominale del credito²⁵.

23. Con riferimento all'informativa fornita ai clienti, CAI ha previsto che la Banca consegni al cliente il documento denominato "Informativa Servizio Deloitte", che illustra le diverse fasi del processo di cessione del credito, i documenti funzionali all'istruttoria e le istruzioni per l'utilizzo

²⁰ Doc.15.66 e Doc. 29, Allegato 1.1 e Allegato 1.2.

²¹ Doc.15.120.

²² Doc. 15.14, Allegato "Manuale operativo e di processo", pag. 14.

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

²³ Doc. 31, pagg. 3-4.

²⁴ Doc. 29, pag. 3.

²⁵ Doc. 5 e Doc.15.66, Allegato "202101_Credit Agricole_Servizio Full vs Basic.pdf", pag. 5.

della piattaforma, nonché il documento “Voucher per autenticazione sulla piattaforma”, che va caricato, a cura del cliente, in piattaforma una volta eseguito il primo accesso, al fine di autenticare il cliente come cliente della Banca presso Deloitte. Sulla piattaforma è presente, inoltre, una descrizione del contenuto dei servizi offerti in caso di adesione del cliente al Servizio Full o al Servizio Basic. Più nello specifico, risulta che il cliente, dopo aver effettuato il primo accesso alla piattaforma ed essersi registrato, entrando nella propria area personale, può creare una nuova pratica e a questo punto la piattaforma mostra un *pop up* che permette al cliente di scegliere, per la pratica, tra Servizio Full o Basic, descrivendo il contenuto dei due servizi e rappresentando altresì il costo del Servizio Full.

24. Il carattere opzionale del Servizio Full è indicato anche nel contratto di cessione del credito d'imposta sottoscritto tra CAI e il cliente²⁶.

25. Sulla base degli elementi informativi acquisiti, alla data del 31 ottobre 2021 CAI ha evaso [1.000-5.000] pratiche di cessione del credito nei confronti di consumatori, condomini e microimprese, di cui [500-2500] con il profilo Basic di utilizzo della piattaforma Deloitte e [100-1500] con il profilo Full, per un valore complessivo di crediti oggetto delle richieste di cessione pari a € [10.000.000-100.000.000]²⁷.

3) Gli impegni del Professionista

26. Gli impegni presentati da CAI in data 31 gennaio 2022, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento – che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono l'adozione delle seguenti misure:

1) CAI si impegna ad integrare le informazioni presenti nel proprio sito *web*, nel foglio informativo sul prodotto cessione del credito fiscale e nel *voucher* contenente le credenziali per l'accesso alla piattaforma informatica di Deloitte, al fine di evidenziare ai propri clienti tutte le indicazioni necessarie per una corretta rappresentazione dei servizi offerti da Deloitte e dei relativi costi, in maniera tale da garantire la massima trasparenza possibile in merito alla gratuità del Servizio Basic, alla natura opzionale ed a pagamento del Servizio Full ed all'esatto contenuto di entrambi. In particolare, verrà evidenziata la gratuità dell'utilizzo della piattaforma di Deloitte e la libertà del cliente “di affidare ogni attività di validazione ed asseverazione della documentazione relativa all'intervento oggetto di agevolazione (inclusa l'attività di apposizione del visto di conformità, se necessario), a soggetti di proprio gradimento, da individuarsi sulla base delle disposizioni di legge (art. 119, comma 11, Decreto Rilancio)”, sottolineando, altresì, che tale scelta “non ha alcuna incidenza sul buon esito della cessione del credito d'imposta alla Banca, che in tal senso non effettua distinzioni”. Nel caso in cui il cliente non avesse un professionista a supporto, verrà specificata la possibilità di affidarsi direttamente a Deloitte per l'eventuale rilascio del visto di conformità fiscale, specificandone i costi e che “Il Cliente è libero di accettare o meno l'offerta di Deloitte, con piena e completa discrezionalità”.

CAI si impegna ad implementare il predetto impegno entro 20 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

²⁶ Cfr. art. 5 di tale contratto, sia per il modello relativo ai privati che per quello relativo ai condomini e alle imprese (Doc. 15.84, Allegati 15 e 20).

²⁷ Doc. 29, Allegato 6.

2) CAI si impegna a modificare sia i modelli di contratto di cessione tra il cedente e la Banca dedicati ad imprese oppure a persone fisiche e condomini, sia il modello dell'Accordo quadro per la cessione *pro soluto* dei crediti d'imposta, previsto esclusivamente per cedenti che rivestano la qualifica di imprese. Tali modifiche sono finalizzate ad accrescere quanto più possibile la chiarezza in relazione all'utilizzo gratuito della piattaforma Deloitte e alla facoltatività per il cliente di rivolgersi a Deloitte per il visto di conformità in alternativa alla possibilità, lasciata alla libera scelta del cliente stesso, di avvalersi di un suo professionista di fiducia.

CAI si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 20 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

3) CAI propone di modificare la pagina *intranet* ed il manuale destinato a tutte le funzioni della Banca coinvolte nell'erogazione dei servizi in questione nelle parti che riguardano il ruolo della piattaforma di Deloitte, in cui viene descritta anche la distinzione tra i Servizi Basic e Full con i relativi costi, chiarendo ulteriormente la libertà del cliente di scegliere un professionista di propria fiducia per l'attività di rilascio del visto e la non incidenza di tale scelta sul buon esito della cessione. CAI propone di modificare altresì la Circolare informativa interna destinata all'intera platea del personale dipendente, così da rafforzare la conoscenza da parte dei propri dipendenti delle caratteristiche dei due servizi offerti da Deloitte e da sottolineare l'importanza di una loro trasparente presentazione ai clienti fin dal primo contatto.

CAI si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 20 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

4) CAI si impegna ad introdurre una specifica sessione formativa per i propri dipendenti coinvolti nella cessione del credito d'imposta, dedicata alle fasi di contatto con la clientela e finalizzata a sensibilizzare i propri dipendenti in merito alla libertà per la clientela di utilizzo dei differenti servizi offerti da Deloitte ma anche di accesso ai servizi consulenziali o di asseverazione forniti da altri soggetti abilitati ai sensi di legge.

La sessione, approntata per il giorno 30/03/2022, deve essere usufruita dal personale individuato a partire dal giorno 01/04/2022.

5) CAI si impegna a riportare nel *voucher* di accesso alla piattaforma e nella pagina del proprio sito *web* (supporti informativi che entrano nella disponibilità della clientela nel momento in cui l'incarico per l'assistenza fiscale non è ancora stato assegnato) le categorie professionali abilitate *ex lege* al rilascio del visto di conformità e il *link* al sito dell'Agenzia delle Entrate in cui sono individuati e collocati territorialmente tali professionisti.

CAI si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 20 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

6) CAI si impegna a richiedere a Deloitte, attraverso apposita comunicazione scritta, che sia modificata la piattaforma nella parte descrittiva del Servizio Full, chiarendo in particolare la libertà del cliente di avvalersi di un professionista di propria fiducia e la non influenza di tale scelta sul buon esito della cessione del credito.

CAI si impegna ad implementare il predetto impegno in termini di invio della comunicazione a Deloitte entro il termine di 15 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

IV. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA

27. Poiché la pratica oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere da un operatore attivo nel settore bancario, in data 11 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo.

28. Con parere pervenuto in data 8 giugno 2022, Banca d'Italia ha comunicato che gli impegni presentati da CAI *“non presentano profili di incoerenza rispetto a quanto previsto dalle vigenti Disposizioni in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti”*, non formulando pertanto osservazioni rispetto alle valutazioni di competenza dell'Autorità.

V. VALUTAZIONI DEGLI IMPEGNI

29. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del procedimento del 25 novembre 2021. In particolare, l'Autorità rileva come le misure prospettate siano connotate da caratteristiche tali da conferire loro concretezza ed efficacia per la tutela dei consumatori e delle microimprese.

30. Le misure descritte, infatti, risultano idonee a rafforzare, sia in fase precontrattuale che in fase contrattuale, la chiarezza e la completezza delle informazioni rese dalla Banca alla propria clientela sui diversi servizi offerti da Deloitte nell'ambito della gestione delle pratiche di cessione del credito d'imposta, evidenziando la libertà di scelta del cliente sul professionista a cui richiedere il visto di conformità previsto dalla normativa e la non incidenza di tale scelta sul buon esito della cessione del credito fiscale.

31. Efficaci risultano anche gli impegni finalizzati alla formazione del personale della Banca coinvolto nella gestione delle pratiche di cessione del credito d'imposta con riferimento al contenuto dei diversi servizi resi da Deloitte ai clienti della Banca e alla facoltà degli stessi di avvalersi o meno di Deloitte per il rilascio del visto di conformità.

32. È possibile ritenere dunque che le misure siano idonee a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio in quanto il consumatore e le microimprese disporranno, sin dal primo contatto, di informazioni chiare e complete per poter effettuare una scelta consapevole tra l'avvalersi per il rilascio del visto di conformità di Deloitte o di un soggetto terzo abilitato *ex lege*. In tal modo verrà garantito che il servizio di Deloitte per il rilascio del visto di conformità venga fornito quando effettivamente richiesto dal cliente di CAI.

33. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati dal Professionista soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da Crèdit Agricole Italia S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti di Crèdit Agricole Italia S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Crèdit Agricole Italia S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti dalla stessa Società in data 31 gennaio 2022, come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Crèdit Agricole Italia S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;

b) la situazione di fatto si modifichi rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

**PS12195 - BANCA PICCOLO CREDITO VALTELLINESE -SUPERBONUS EDILIZIO-
CESSIONE DEL CREDITO**

Provvedimento n. 30235

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 31 gennaio 2022, con la quale Banca Piccolo Credito Valtellinese S.p.A. ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTA la propria delibera del 12 aprile 2022, con la quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 31 gennaio 2022, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Banca Piccolo Credito Valtellinese S.p.A., (di seguito, anche Creval o la Banca), con sede legale in Sondrio, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, attiva nei settori bancario e creditizio, in particolare nei mercati della raccolta e degli impieghi, in data 24 aprile 2022, all'esito di offerta pubblica di acquisto, è stata fusa per incorporazione in Crèdit Agricole Italia S.p.A. (di seguito, anche CAI).

2. Studio Tributario e Societario Deloitte Società tra Professionisti S.r.l. (di seguito anche Deloitte).

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne una pratica commerciale relativa alle modalità e procedure adottate dal Professionista per consentire a consumatori e microimprese di accedere alla cessione del credito d'imposta del 110%, il c.d. Superbonus edilizio, previsto dal decreto-legge 19 maggio 2020, n. 34 (cd. "Decreto Rilancio", convertito con modificazioni dalla l. 17 luglio 2020, n. 77).

4. In particolare, la pratica commerciale che sarebbe stata adottata da Creval consisterebbe nel condizionare la conclusione dei contratti di cessione del credito d'imposta all'obbligo, per il cliente, di avvalersi, per ottenere il visto di conformità richiesto dalla normativa, di una società di consulenza

fiscale convenzionata con la Banca medesima e, in particolar modo, della società di consulenza Deloitte, con aggravio dei costi complessivi del servizio a carico del consumatore/microimpresa.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

5. In seguito alle segnalazioni pervenute da alcuni consumatori e dall'Associazione Dottori Commercialisti ADC - Associazione dei dottori commercialisti e degli Esperti contabili (di seguito anche ADC), congiuntamente all'Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili (di seguito, anche UNGDEC)¹, nonché sulla base delle risultanze acquisite d'ufficio, in data 25 novembre 2021 è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12195². In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Creval fosse suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, comma 2, 24 e 25 del Codice del Consumo per l'indebito condizionamento nei confronti di consumatori e microimprese all'accettazione dei servizi della società di consulenza Deloitte, al fine di ottenere la cessione del credito fiscale e/o degli articoli 20, comma 2 e 26, lettera f), del Codice del Consumo per la fornitura a pagamento del servizio di Deloitte non richiesto dai consumatori e dalle microimprese.

6. In data 30 novembre 2021 è stata svolta un'attività ispettiva presso la sede legale di Creval sita in Sondrio³.

7. In data 15 dicembre 2021 Creval ha presentato istanza di proroga del termine per la presentazione di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo⁴ e in data 22 dicembre 2021 è stata comunicata al Professionista la proroga di quattordici giorni di tale termine⁵, accordata dall'Autorità nella sua riunione del 21 dicembre 2021.

8. In data 17 gennaio 2022 il Professionista ha fornito le informazioni e la documentazione richieste nella comunicazione di avvio del procedimento⁶ e ha depositato la sua memoria difensiva⁷.

9. In data 31 gennaio 2022, il Professionista ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento, finalizzati a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale contestata⁸.

10. In data 3 febbraio 2022 è stata ammessa a partecipare al procedimento Deloitte⁹, che aveva presentato istanza di intervento nel procedimento in data 2 febbraio 2022¹⁰.

¹ Doc.ti 1 - 4.

² Doc. 8.

³ Doc. 14.

⁴ Doc. 25.

⁵ Doc. 30.

⁶ Doc. 34.

⁷ Doc. 36.

⁸ Doc. 38.

⁹ Doc. 40.

¹⁰ Doc. 39.

11. In data 2 marzo 2022 si è svolta l'audizione di Creval¹¹, dalla medesima richiesta con istanza del 10 febbraio 2022¹², e in tale sede è stata formulata una richiesta di informazioni, alla quale Creval ha fornito risposta in data 25 marzo 2022¹³.

12. In data 13 aprile 2022 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento adottata in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista¹⁴.

13. In data 26 aprile 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento¹⁵.

14. In data 11 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo¹⁶.

15. In data 8 giugno 2022 è pervenuto il parere di Banca d'Italia¹⁷.

2) Gli elementi acquisiti

16. Con riferimento alla condotta contestata in sede di avvio, dalla documentazione ispettiva e dagli elementi forniti da Creval è emerso quanto segue.

17. Alla fine del mese di novembre 2020, Creval ha selezionato l'offerta di Deloitte tra quelle presentate da una serie di potenziali *partner* per la fornitura della piattaforma di gestione delle pratiche relative alla cessione del credito d'imposta relativo al Superbonus fiscale. Il servizio offerto da Deloitte prevedeva inizialmente tre profili di utilizzo della piattaforma da parte del cliente: 1) "Ready" – in cui Deloitte verifica la congruità tecnica del progetto, rilascia l'eventuale visto di conformità e sposta il credito nel cassetto fiscale della Banca; 2) "Specific" – in cui, in aggiunta al profilo Ready, vi è l'assistenza tecnica nell'utilizzo della piattaforma; 3) "Full suite" – in cui, in aggiunta al profilo Specific, vi è la consulenza fiscale al cliente in tutte le fasi. Il costo per il visto di conformità fiscale era applicato direttamente al cliente da parte di Deloitte, anche nel caso in cui il cliente fosse stato già in possesso di un visto rilasciato da un proprio consulente¹⁸.

18. Ad aprile del 2021, Creval ha deciso di accettare anche visti di conformità rilasciati da altri soggetti, introducendo dal 19 maggio 2021 un quarto profilo di operatività in piattaforma, denominato "Basic", che prevede comunque, da parte di Deloitte, una verifica della completezza e congruità della documentazione caricata dal cliente sulla piattaforma (cd. *Second Opinion*), nonché il supporto operativo nell'accettazione del credito fiscale sul cassetto fiscale della Banca. Sono invece escluse in tale profilo, a carico di Deloitte, le attività di trasferimento del credito e di rilascio del visto di conformità, affidate dal cliente ad un professionista esterno di sua scelta. Il costo del profilo Basic è a carico della Banca, ma il prezzo di acquisto del credito è inferiore rispetto agli altri

¹¹ Doc. 48.

¹² Doc. 42.

¹³ Doc. 49.

¹⁴ Doc.ti 50 e 51.

¹⁵ Doc.ti 55 e 56.

¹⁶ Doc. 59.

¹⁷ Doc. 61.

¹⁸ Doc.16.2, Allegato "Scheda POG modifica - Superbonus famiglia febbraio 2021 def". Doc. 16.3, Allegato "GCV_C_2750_Allegato 1".

profili in cui il visto di conformità è rilasciato da Deloitte, essendo pari a 100€ ogni 110€ di credito fiscale anziché 101€¹⁹. Precisamente, il corrispettivo della cessione del credito è pari a: (i) 91,81% del valore nominale del credito fiscale, determinato in relazione ad ogni fase di Stato Avanzamento Lavori (SAL) se previsto e/o a fine lavori, se il credito di imposta è riconducibile al Superbonus 110% “ed il Visto di conformità è rilasciato al Cedente da parte di un soggetto a ciò abilitato selezionato dal Cessionario”; (ii) 90,91% del valore nominale del credito fiscale, determinato in relazione ad ogni SAL, se previsti, e/o a fine lavori, se il credito di imposta è riconducibile al Superbonus 110% “ed il Visto di conformità è rilasciato al Cedente da parte di un soggetto a ciò abilitato non rientrante tra quelli selezionati dal Cessionario”²⁰. Anche l'importo minimo dei crediti fiscali acquistabili risulta diverso a seconda del profilo di utilizzo della piattaforma Deloitte, essendo pari a 2.500 euro per profili Ready/Full Suite e a 10.000 euro per profilo Basic²¹.

19. Riguardo ai costi a carico dei clienti per i servizi resi da Deloitte essi risultano essere pari allo 0,8% del credito ceduto (IVA e contributo obbligatorio cassa previdenziale del 4% esclusi) per il profilo Ready, 1,5% per il profilo Specific e 2,3% per il profilo Full Suite²²; dal 1° marzo 2021 sono stati introdotti, inoltre, dei minimi tariffari per ciascuno degli anzidetti profili pari, rispettivamente, a €100, €200 e €300²³.

20. Per il profilo Basic, introdotto dal 19 maggio 2021, il costo, questa volta a carico della Banca, è pari a [fino al 5%]* (Iva e cassa previdenziale escluse) sul valore del credito di imposta accettato sul cassetto fiscale della Banca, con un minimo di euro [100-1.000]²⁴. Il contratto sottoscritto tra Creval e Deloitte prevede inoltre un corrispettivo in favore della società di consulenza per il “Servizio di Supporto Commerciale”, che consiste nel fornire, in caso di segnalazioni tramite piattaforma, un servizio di *help desk* per chiarimenti di natura fiscale relativamente alla documentazione da caricare sulla piattaforma ed in relazione ai requisiti normativi per beneficiare degli incentivi fiscali.

21. A partire dal 1° dicembre 2021, Creval, anche per allinearsi alla società controllante CAI, ha semplificato l'offerta per i propri clienti, riducendo a due i profili di utilizzo della piattaforma: “Full Suite” – in cui a carico di Deloitte sono le attività di verifica documentale, consulenza fiscale, rilascio del visto di conformità e trasferimento del credito fiscale alla Banca e il costo sopportato dal cliente è di 2,3% del credito ceduto al netto di IVA (minimo 300 euro); “Basic” - in cui è a carico di Deloitte la verifica della completezza documentale e il relativo costo è sopportato dalla Banca.

22. Con riferimento alle annualità 2020 e 2021 risulta che Creval ha evaso n. [100-500] pratiche di cessione del credito nei confronti di privati, condomini e microimprese, per un importo totale di crediti ceduti pari a [5.000.000–20.000.000] euro, in un tempo medio di evasione di [100-500]

¹⁹ Doc.16.1 e Doc. 33, Allegato 1.2.

²⁰ Doc. 33, Allegato 2.1 (art. 3).

²¹ Doc. 33, Allegato 4, Sub-Allegato 4.

²² Doc. 36, pag. 11.

²³ Doc. 16.2, Allegato “20210218_verbale riunione_estratto superbonus.pdf”; Doc. 33, Allegato 1.1 (art. 4).

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

²⁴ Doc. 33, All. 1.2 (art. 4).

giorni²⁵. Per la gestione delle pratiche di cessione del credito oggetto di istruttoria Creval ha dichiarato che sono stati corrisposti a Deloitte compensi di ammontare pari ad euro [1.000-10.000]²⁶.

23. Dalla documentazione in atti risulta che i gestori della rete Creval, nella fase iniziale della consulenza offerta ai propri clienti, sono tenuti ad illustrare ai clienti i servizi di consulenza fiscale offerti da Deloitte così come descritti nel documento denominato "Informativa Servizi Deloitte"²⁷. Il documento riporta tutte le condizioni di costo dei servizi forniti da Deloitte, nelle varie configurazioni a disposizione del cliente.

3) *Gli impegni del Professionista*

24. Gli impegni presentati da Creval in data 31 gennaio 2022, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento – che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono l'adozione di diverse misure.

25. Con riferimento al ruolo della piattaforma di Deloitte ed al fine di chiarire la libertà del cliente di scegliere un professionista di propria fiducia per l'attività di rilascio del visto e la non incidenza di tale scelta sul buon esito della cessione del credito, gli impegni prevedono l'integrazione delle informazioni presenti nel sito *web* del Professionista, nel foglio informativo sul prodotto cessione del credito fiscale e nel *voucher* per l'accesso alla piattaforma informatica di Deloitte, la modifica dei modelli di contratto di cessione dei crediti d'imposta, integrazioni e modifiche della pagina *intranet*, della circolare informativa e del manuale operativo interni, nonché una specifica sessione formativa per i dipendenti della Banca (impegni nn. 1- 5).

26. Inoltre, sarà versata a consumatori, condomini e microimprese la differenza tra il prezzo di acquisto del credito fiscale riconosciuto ai clienti che non avessero fruito dei servizi Deloitte (90,91% del valore nominale del credito) e quanto riconosciuto ai clienti che si fossero invece avvalsi dei servizi Deloitte (91,81% del valore nominale del credito) per tutto il periodo in cui vi è stata differenza tra i due valori (impegno n. 6). Tale versamento sarà effettuato automaticamente e direttamente, senza subordinarlo ad una richiesta espressa del cliente²⁸.

La Banca si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 60 giorni dalla pubblicazione del provvedimento di accettazione degli impegni.

27. Creval si impegna, altresì, a mantenere allineato il prezzo di acquisto dei crediti indipendentemente dal profilo scelto dal consumatore e a rimuovere l'importo minimo di credito acquistabile con profilo Basic (impegno n. 7).

28. In relazione alle misure sopra descritte occorre considerare che, a seguito dell'operazione di fusione per incorporazione di Creval in CAI, normative, processi, procedure, piattaforme informatiche, sito *internet* di Creval sono diventati quelli in uso presso CAI; filiali e funzioni di direzione centrale sono state integrate all'interno della esistente rete commerciale e funzioni di CAI; come pure politiche commerciali e gestione della clientela sono diventate quelle di CAI²⁹. Pertanto,

²⁵ Doc. 34, pag. 5.

²⁶ Doc. 34, pag. 4.

²⁷ Doc. 34 e Doc. 33, Allegato 4.3.

²⁸ Doc. 49.

²⁹ Doc. 38, pag. 4.

ciascuna delle misure sopra descritte è assorbita dalle soluzioni e scelte adottate con riferimento a ciascuno strumento da esse interessato (sito *web*, fogli informativi, scelte commerciali, ecc.) adottato da CAI, così come integrato dalle misure oggetto degli impegni presentati dalla stessa società incorporante nell'ambito del procedimento PS12194, il cui provvedimento finale è stato adottato dall'Autorità nella sua adunanza del 5 luglio 2022; mentre l'impegno n. 6 relativo alla misura compensativa in favore di consumatori e microimprese clienti di Creval sarà attuato dalla società incorporante CAI³⁰.

IV. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA

29. Poiché la pratica oggetto del presente provvedimento è stata posta in essere da un operatore attivo nel settore bancario, in data 11 maggio 2022 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo.

30. Con parere pervenuto in data 8 giugno 2022, Banca d'Italia ha comunicato che gli impegni presentati da CAI "*non presentano profili di incoerenza rispetto a quanto previsto dalle vigenti Disposizioni in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti*", non formulando pertanto osservazioni rispetto alle valutazioni di competenza dell'Autorità.

V. VALUTAZIONI DEGLI IMPEGNI

31. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del procedimento del 25 novembre 2021.

32. In particolare, l'Autorità rileva come le misure nn. 1, 2, 3, 4, 5 e 7 risultano assorbite dalle soluzioni e scelte adottate con riferimento a ciascuno strumento da esse interessato (sito *web*, fogli informativi, scelte commerciali, ecc.) adottato da CAI, così come integrato dalle misure oggetto degli impegni presentati dalla stessa società incorporante nell'ambito del procedimento PS12194, il cui provvedimento finale è stato adottato dall'Autorità nella sua adunanza del 5 luglio 2022, e al quale si rimanda.

33. Per quanto riguarda l'impegno n. 6 - relativo all'automatica corresponsione alla clientela di Creval a cui è stato applicato dalla Banca un prezzo di acquisto del credito fiscale più basso, a causa del rilascio del visto di conformità da parte di un soggetto non convenzionato con la Banca medesima, della differenza rispetto al prezzo di acquisto più alto riconosciuto ai clienti che invece si sono avvalsi di Deloitte per il rilascio di tale visto - esso è idoneo a fornire a tale clientela una compensazione per aver ceduto un credito di imposta a un prezzo minore, eliminando in tal modo gli effetti pregiudizievoli che erano stati connessi alla scelta del cliente di rivolgersi ad un professionista diverso da Deloitte.

34. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati dal Professionista soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo.

³⁰ Doc. 48.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati da Banca Piccolo Credito Valtellinese S.p.A., ora incorporata da Crèdit Agricole Italia S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società incorporante Crèdit Agricole Italia S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società incorporante Crèdit Agricole Italia S.p.A., ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti dalla società incorporata Banca Piccolo Credito Valtellinese S.p.A. in data 31 gennaio 2022, come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società incorporante Crèdit Agricole Italia S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12184 - YUKA*Provvedimento n. 30237*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 27 dicembre 2021 e successivamente integrata in data 20 aprile 2022, con la quale la società Yuca sas ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 29 marzo 2022, 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 14 giugno 2022, 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, legate all'adempimento delle incombenze procedurali;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Yuca SAS, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Yuca ha sviluppato e gestisce l'applicazione ("*app*") *Yuka*, disponibile per i sistemi operativi iOS e Android tramite gli *app store* di Apple e Google, che fornisce un servizio di valutazione di prodotti alimentari e cosmetici.
2. Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana ("*ConfAgricoltura*"), in qualità di associazione professionale segnalante.
3. L'associazione di consumatori Codici, in qualità di interveniente nel procedimento.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne la valutazione attribuita dall'app *Yuka* alle caratteristiche nutrizionali e salutistiche dei prodotti presenti nel proprio *database*, la comunicazione dei fondamenti scientifici e dell'affidabilità di tale valutazione, le modalità di selezione e presentazione delle alternative di consumo proposte per i prodotti con giudizi negativi, i diritti garantiti da Yuca ai consumatori in caso di controversie.

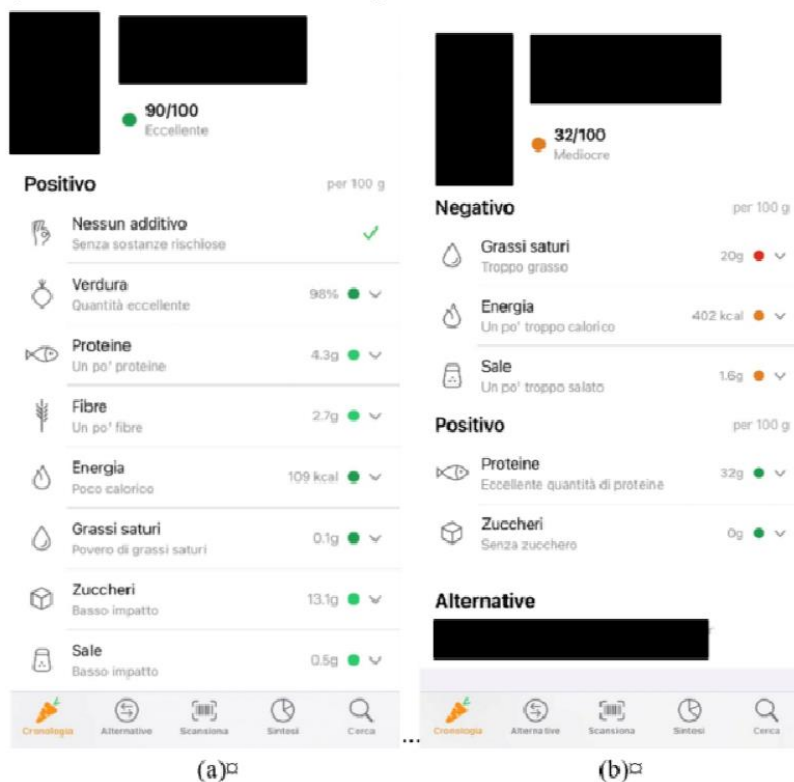
L'app Yuka

5. L'app *Yuka* permette, scansionando il codice a barre presente sulla confezione di un prodotto alimentare o cosmetico, di accedere alla relativa scheda di valutazione del prodotto elaborata sulla base delle informazioni che il produttore fornisce in etichetta.

6. La scheda di valutazione dei prodotti alimentari riporta in testa un punteggio e un giudizio, accompagnato da un colore: "Eccellente" (verde scuro), "Buono" (verde chiaro), "Mediocre" (arancio), "Scarso" (rosso) (cfr. fig. 1a-b).

Sono inoltre riportati la presenza di additivi e la quantità (o la percentuale) di energia/calorie, zuccheri, sale, grassi saturi, proteine, fibre, frutta e verdura, accompagnate anch'esse da un bollino che segue la scala cromatica già descritta.

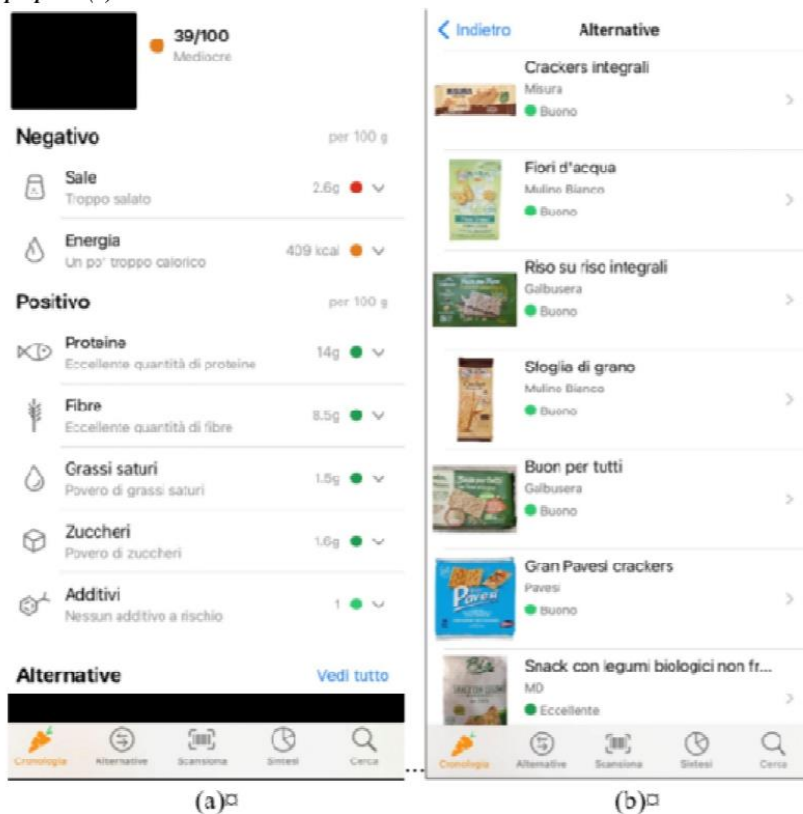
Fig. 1: schede di valutazione relative a due prodotti scannerizzati



7. Per i prodotti con giudizio "Mediocre" o "Scarso" l'app individua automaticamente delle "alternative" di livello "Buono" o "Eccellente" (ove disponibili nel database).

Tali alternative sono riportate nella scheda prodotto dopo gli elementi “positivi” e “negativi” del punteggio (cfr. fig. 1b) e sono visualizzabili scorrendole orizzontalmente oppure visualizzandole in una nuova pagina cliccando sul link “vedi tutto” (cfr. fig. 2a-b).

Fig. 2: L'indicazione delle alternative nella scheda di valutazione (a) e la lista delle alternative proposte (b)



Le informazioni fornite sulla valutazione dei prodotti alimentari

8. La missione di Yuka, secondo quanto riportato nella sezione Aiuto/Informazioni, è quella di “migliorare la salute dei consumatori aiutandoli a decifrare le etichette dei prodotti alimentari e cosmetici, permettendo di fare la scelta migliore per la loro salute”.

Il Contratto di licenza per l'utente finale, nella versione in vigore al momento dell'avvio del procedimento, precisava inoltre che Yuka “è una prima analisi che consente al consumatore di essere meglio informato riguardo ai prodotti alimentari e cosmetici che utilizza quotidianamente ma non

garantisce una salute migliore a chi la utilizza. Lo stato di salute, infatti, è determinato da numerosi fattori legati allo stile di vita e all'ambiente".

9. Il punteggio attribuito ai prodotti alimentari, secondo quanto riportato al momento dell'avvio del procedimento nel *Contratto di licenza per l'utente finale*, era basato sui "seguenti elementi: [i] l'equilibrio nutrizionale (60%); [ii] la presenza di additivi alimentari (30%); [iii] l'aspetto bio del prodotto (10%). Per l'equilibrio nutrizionale, il metodo di valutazione si basa su Nutri-Score¹, un sistema informativo per la qualità nutrizionale dei prodotti alimentari sviluppato dall'agenzia nazionale di sanità pubblica francese (www.santepubliquefrance.fr)".

Nel medesimo *Contratto* si affermava inoltre che il "Punteggio attribuito dall'Applicazione rappresenta un'opinione basata sulle informazioni riportate sul prodotto. I termini «eccellente», «buono», «mediocre», «cattivo» [attualmente, «scarso»] esprimono unicamente il Punteggio del prodotto secondo il metodo di valutazione sviluppato dall'Editore, come descritto dall'Applicazione. I termini «Da evitare», «rischio moderato», «rischio ridotto», «rischio assente» esprimono unicamente l'opinione dell'Editore sull'ingrediente associato in base alle fonti scientifiche analizzate. Questi aggettivi non si riferiscono al prodotto in sé o alle sue qualità intrinseche".

10. Sotto la scheda prodotto è presente un link alla sezione "Metodo di valutazione", dove sono fornite ulteriori informazioni.

Con riferimento ai "valori nutrizionali", si affermava che il "metodo di calcolo si basa su Nutri-Score [link²], una scala per la salute e la nutrizione", che "esamina i seguenti elementi: calorie, zuccheri, sale, grassi saturi, proteine, fibre, frutta e verdure". Nella versione Android dell'app, ma non in quella iOS, si affermava inoltre che il metodo era stato modificato da Yuka per evitare gli effetti soglia e si ribadiva che tale criterio rappresenta il 60% della valutazione.

Quanto agli additivi, dopo avere definito cosa sono si affermava che "[a]lcune di queste sostanze rappresentano un rischio per la salute. I risultati di diversi studi sugli additivi determinano il livello di rischio [...] Lo standard si basa sullo stato della scienza ad oggi. Sono prese in considerazione le seguenti organizzazioni: EFSA, ANSES (agenzia Nazionale per la sicurezza alimentare, ambientale e occupazionale), IARC (Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro), Studi indipendenti". L'app definisce 4 livelli di rischio: *da evitare* (colore rosso), *rischio moderato* (colore arancione), *rischio limitato* (colore giallo), *nessun rischio* (colore verde). Nella versione Android era inoltre specificato che questo criterio rappresenta il 30% della valutazione e che in presenza di un additivo "rosso" il punteggio massimo è fissato a 49/100.

¹ Il Nutri-Score è un metodo di valutazione della qualità nutrizionale di un prodotto sviluppato in Francia dallo Haut Conseil de la Santé Publique, sulla base delle raccomandazioni nutrizionali dell'Agenzia francese per la sicurezza alimentare (ANSES). Tale qualità viene rappresentata attraverso due scale correlate: una cromatica divisa in cinque gradazioni dal verde al rosso e una alfabetica con lettere che vanno dalla A (qualità più alta) alla E. I prodotti alimentari vengono suddivisi in cinque categorie sulla base di un punteggio (score), calcolato mediante un complesso algoritmo che sottrae dal valore totale degli elementi "sfavorevoli" (energia/calorie, acidi grassi saturi, zuccheri, sodio) quello degli elementi "favorevoli" (percentuale di frutta, verdura, leguminose e oleaginose, olio di oliva, noce e colza; fibre, proteine). Gli elementi considerati sono quelli che devono essere obbligatoriamente indicati in etichetta, in modo da non aumentare l'onere informativo delle aziende. Alimenti con punteggi molto bassi sono assegnati alla categoria A (verde), mentre gli alimenti con i punteggi più alti sono assegnati alla categoria E (rosso). Aggiustamenti per il calcolo dei punteggi sono stati introdotti per alcuni cibi, quali i formaggi (per tener conto dell'apporto di calcio) e le bevande (solo l'acqua può essere "A"). Il punteggio è standardizzato rispetto ad una quantità di prodotto pari a 100 gr o 100 ml.

² Il link conduce alla sezione del sito www.santepubliquefrance.fr dedicata al Nutri-Score.

Per quanto riguarda la natura biologica del prodotto, il relativo punteggio era attribuito sulla base della presenza del marchio francese AB o dall'etichetta biologica europea.

Alla fine della sezione, in caratteri più piccoli e chiari compariva l'avvertenza che *“la valutazione stabilita dall'applicazione costituisce un'opinione di Yuka sulla base di diversi criteri specificati. Gli aggettivi “Eccellente”, “Buono”, “Mediocre” e “Scarso” si riferiscono a questo punteggio, non direttamente al prodotto”*.

11. In sede di avvio si è ritenuto che le informazioni e i chiarimenti forniti agli utilizzatori sulle modalità di interpretazione dei risultati e sulla attribuzione dei punteggi fossero insufficienti a circoscrivere il carattere assoluto dei giudizi della *app*, che appare produrre una dicotomia tra cibi/prodotti “buoni” (valutazioni “eccellente” e “buono”) e “cattivi” (valutazione “mediocre” e “scarso”) e, di conseguenza, induce nel consumatore, una fuorviante percezione dell’*“equilibrio nutrizionale”* di un dato prodotto, in quanto prescinde dalle esigenze complessive di un individuo (dieta e stile di vita), nonché dalla quantità e dalla frequenza di assunzione all'interno di un regime alimentare variegato ed equilibrato.

In questo senso, l'*app Yuka* avrebbe potuto alterare la capacità di scelta dei consumatori, in violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, inducendoli a ritenere, contrariamente al vero, che prodotti ai quali sono attribuiti bassi punteggi e giudizi mediocre/scarso siano privi di un rilevante apporto nutritivo e quindi da evitare da un punto di vista salutistico, attribuendo invece proprietà salutistiche, a prescindere dal contributo ad una dieta sana ed equilibrata, ai prodotti con alti punteggi e giudizi positivi.

12. Inoltre, il professionista non chiariva adeguatamente la metodologia utilizzata per costruire i punteggi attribuiti dall'*app Yuka* e le eventuali differenze con quelli del Nutri-Score. I rimandi ai siti di istituzioni francesi e internazionali, con riguardo sia al Nutri-Score che agli additivi, lasciavano intendere che la metodologia di *Yuka* troverebbe riscontro nella documentazione e negli studi prodotti da tali istituzioni, in possibile violazione degli artt. 22 e 23, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

Le informazioni fornite circa le alternative

13. Dalla sezione dedicata alle alternative, attraverso il link “ulteriori informazioni” si giungeva ad una pagina in cui si sottolinea che la scelta è fatta in maniera “totalmente neutra e oggettiva” da parte di un “algoritmo di selezione delle alternative più sane”, che prende in considerazione la categoria del prodotto iniziale, la valutazione del prodotto (*“allo scopo di consigliare solo prodotti con valutazioni alte, ovvero “Buono” o “Eccellente”*”), la disponibilità del prodotto (*“allo scopo di consigliare prodotti facilmente reperibili”*).

14. Il professionista non chiariva tuttavia il criterio in base al quale sono ordinate le alternative selezionate, nonostante tale ordinamento sia suscettibile di orientare significativamente le scelte dei consumatori, in possibile violazione degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo.

Le informazioni circa il Foro competente

15. La documentazione contrattuale proposta dal professionista conteneva indicazioni contrastanti circa il Foro competente in caso di controversie, indicando quello di Parigi nel *Contratto di licenza per l'utente finale* e affermando genericamente nelle *Condizioni Generali di contratto* che fanno eccezione a questa regola i cittadini residenti nell'Unione Europea.

L'omessa esplicitazione che, per i cittadini dell'Unione Europea, il Foro competente è quello di residenza del consumatore poteva costituire una violazione dei diritti dei consumatori di cui all'art. 66-bis del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

III.1 L'iter del procedimento

16. Sulla base della richiesta di intervento di ConfAgricoltura³ e delle informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo⁴, in data 5 novembre 2021 è stato avviato nei confronti di Yuca sas il procedimento istruttorio PS12184, per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), 22, 23, comma 1, lettera d), e 66-bis del Codice del Consumo.

17. In data 15 dicembre 2021, l'associazione di consumatori Codici ha chiesto, ai sensi dell'art. 10 del Regolamento, di partecipare al procedimento istruttorio nei confronti di Yuca⁵; detta istanza è stata accolta in data 30 dicembre 2021⁶.

18. Yuca ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 16 dicembre 2021.

19. ConfAgricoltura ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 30 dicembre 2021, 11 marzo e 23 maggio 2022.

20. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e a una successiva richiesta e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date del 27 dicembre 2021 e 14 febbraio 2022⁷.

21. ConfAgricoltura ha presentato memorie in data 17 novembre 2021, 4 aprile e 31 maggio 2022⁸.

22. Il professionista è stato sentito dagli Uffici⁹ in data 23 dicembre 2021, 4 aprile e 11 aprile 2022.

23. In data 27 dicembre 2021, il professionista ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati in data 20 aprile 2021¹⁰. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 20 aprile 2021.

24. In data 7 febbraio 2022 è stato sentito in audizione il Presidente del Comitato Nazionale della Sicurezza alimentare presso il Ministero della Salute¹¹. Inoltre, in data 21 febbraio 2022 sono stati sentiti in audizione i rappresentanti di Centromarca¹².

³ Cfr. segnalazione del 27/7/2021.

⁴ Cfr. doc. 2 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. docc. 14 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. 22 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. docc. 18 e 29 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. docc. 6, 39 e 49 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. docc. 20, 41 e 42 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. docc. 19 e 43 del fascicolo istruttorio.

¹¹ Cfr. doc. 30 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. doc. 33 del fascicolo istruttorio.

25. In data 18 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento¹³.

26. L'associazione Codici non ha partecipato al procedimento.

III.2 Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

III.2.1 Gli elementi acquisiti

27. Yuca e l'app *Yuka* sono finanziati con i proventi degli abbonamenti *premium* e la vendita di libri e gadget. L'app è priva di pubblicità.

Yuka, nata in Francia e diffusa in Italia a partire dall'ottobre 2020 attraverso gli store Google e Apple, è stata scaricata da oltre 1,5 milioni di utenti italiani, che rappresentano meno del 10% degli utenti totali¹⁴.

28. Circa la metodologia di attribuzione dei punteggi, il professionista ha rilevato che cliccando sulla ⓘ presente nella pagina "Cronologia" della *app* e seguendo poi il percorso Aiuto/altra domanda si accede alla sezione Assistenza del sito internet *Yuka.io*, la quale, nella sotto sezione "Valutazione/analisi alimentare", riporta sotto forma di domande numerosi approfondimenti sulla metodologia usata, quali "Cos'è l'equilibrio dei grassi ?", "Il metodo tiene conto della quantità consumata ?", "Perché il burro non ottiene buone valutazioni ?", "Perché il formaggio ha spesso valutazioni basse ?", "Come viene tradotto il Nutri-Score per ottenere il punteggio su *Yuka* ?". Nelle precisazioni fornite in tali risposte si affermerebbe chiaramente che l'app non ha lo scopo di dividere i prodotti in "buoni" e "cattivi" sconsigliando questi ultimi, ma piuttosto quello di aiutare i consumatori a fare scelte consapevoli basate sulla composizione dei prodotti, moderando il consumo dei prodotti con bassi punteggi¹⁵. Inoltre, i consumatori verrebbero avvertiti anche di alcune limitazioni (la mancata considerazione dei micronutrienti presenti nei formaggi) e peculiarità (riguardo ad esempio la valutazione dei grassi) del metodo *Nutri-Score*.

Infine, nella scheda prodotto dell'app, cliccando sul giudizio qualitativo assegnato a ciascuna componente viene visualizzata la scala quantitativa su cui è basata tale valutazione (cfr. fig. 3).

Fig. 3: la scala quantitativa di ciascun elemento con il posizionamento del prodotto

¹³ Cfr. docc. n. 44 e 45 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ *Yuka* ha circa 24,7 milioni di utenti, oltre due terzi dei quali è in Francia.

¹⁵ Ad esempio, riguardo alla quantità consumata, il consumatore viene informato che *Yuka* non ne tiene conto in quanto "[l]obiettivo di *Yuka* è di analizzare la qualità intrinseca dei prodotti, indipendentemente dalla quantità consumata. [...] La valutazione di *Yuka* ha lo scopo di permettere la regolazione della quantità consumata. L'idea non è quella di vietare i prodotti giudicati mediocri e cattivi [...], ma di moderare il loro consumo essendo consapevoli della loro composizione". Nel caso dei formaggi, si afferma "Per loro natura, i formaggi sono ricchi di grassi saturi e sale. [Il sistema *Nutri-Score*] penalizza alti livelli di grassi saturi e sale, e non tiene conto dei micronutrienti (come il calcio, ad esempio). Questo spiega perché la maggior parte dei formaggi non ha una buona valutazione nell'app. L'idea non è di evitare completamente questi prodotti, ma di prendere coscienza della loro composizione, per adattare la quantità consumata".



29. Nelle proprie memorie il professionista ha sottolineato che l'app *Yuka*, pur essendo basata sul *Nutri-Score*, utilizza una propria metodologia di attribuzione dei punteggi che sarebbe in grado di produrre risultati significativamente differenti da quelli del *Nutri-Score*.

Tali differenze deriverebbero da due “correttivi” introdotti in *Yuka*: (i) l’integrazione del punteggio *Nutri-Score* con altri criteri (presenza di additivi, metodi di coltivazione biologica) che valgono almeno il 40% del punteggio complessivo¹⁶ attribuito da *Yuka*; (ii) la trasformazione dei punteggi *Nutri-Score* in una scala di valori 0-100 per evitare effetti soglia e meglio distinguere le caratteristiche dei prodotti.

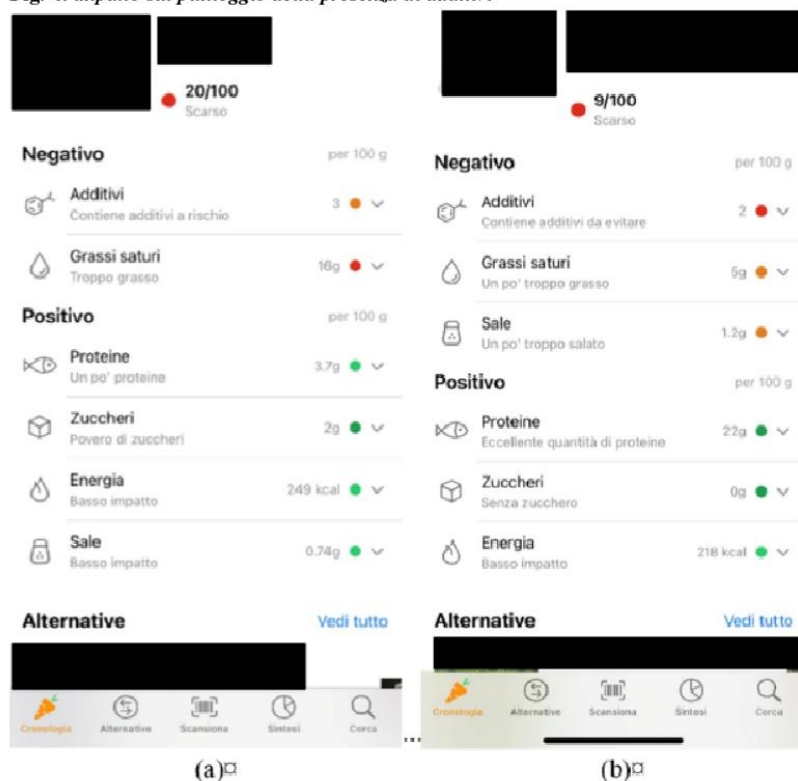
Il professionista ha mostrato che, grazie a tali correttivi, prodotti quali la Coca-Cola Zero, pizze farcite surgelate e sandwich ai quali il *Nutri-Score* attribuirebbe una valutazione “B” e quindi una qualità nutrizionale molto buona, nel giudizio di *Yuka* risultano “mediocri” con punteggi inferiori a 50 (corrispondente a D nel *Nutri-Score*), ossia come prodotti squilibrati dal punto di vista nutrizionale. Al contrario, prodotti biologici e di alimenti a basso contenuto di grassi e sale¹⁷, valutati “B” o “C” dal *Nutri-Score*, sarebbero giudicati “eccellenti” da *Yuka*.

30. La presenza di additivi ha un significativo impatto sul punteggio globale, anche in presenza di molti elementi positivi (cfr. fig. 4).

¹⁶ In presenza di additivi a rischio elevato, il punteggio è assoggettato ad un *cap* di 49. Di conseguenza, il peso del criterio “additivi” risulterà superiore al 30%.

¹⁷ Il professionista fa riferimento a marmellate biologiche senza zuccheri aggiunti e al tonno al naturale.

Fig. 4: impatto sul punteggio della presenza di additivi



31. Quando un prodotto contiene additivi, è possibile accedere alla loro lista, che ne qualifica i livelli di rischio; cliccando sugli additivi “a rischio elevato” (disco rosso), a rischio “moderato” (disco arancione) e a rischio “limitato” (disco giallo) si apre una pagina dalla quale si può accedere sia a tutte le informazioni sull’additivo (“Ulteriori informazioni”) sia alle fonti “Fonti scientifiche”. Tali informazioni comprendono anche l’indicazione circa la non pericolosità se utilizzati nel rispetto dei limiti indicati dalle autorità competenti, ove previsti.

Per il nitrito di sodio, conservante utilizzato per i salumi ritenuto “a rischio elevato” da Yuka, a seguito di una pronuncia del Tribunale di commercio di Parigi¹⁸ è stato inserito “*su richiesta della Federazione francese dei prodotti di salumeria*” un testo in cui si riportano le raccomandazioni

¹⁸ Il Tribunale di commercio di Parigi, con sentenza del 25 maggio 2021, n. 2021001119, ha ritenuto che la pratica consistente nel sostenere, nella scheda prodotto dei salumi fornita dall’app Yuka, una petizione a favore dell’abolizione dell’uso dei nitriti nella carne fosse denigratoria nei confronti dei produttori di salumi e ha condannato Yuca sas a una ammenda e a inserire il suddetto testo. Secondo il professionista, il Tribunale avrebbe rigettato le argomentazioni del ricorrente volte a far modificare le modalità di valutazione dei prodotti dell’app Yuka.

ANSES secondo cui tale nitrito “è il più efficace inibitore della crescita di *C. Botulinum*” e la posizione dell’EFSA, secondo cui i livelli massimi di nitriti e nitrati aggiunti alla carne non rappresentano un pericolo per la salute umana.

32. Per ciò che concerne le Alternative proposte per i prodotti valutati “scarso” o “mediocre”, il professionista ha precisato che tali Alternative sarebbero proposte esclusivamente attingendo dal database dell’app stessa.

Per quanto riguarda l’ordine in cui le Alternative sono presentate, il professionista ha chiarito che *“l’alternativa proposta per prima è quella che arriva automaticamente in prima posizione applicando il criterio di prossimità della categoria; il criterio della disponibilità del prodotto sul mercato; il criterio della valutazione del prodotto per ordine decrescente di valutazione”*. La “disponibilità del prodotto” in un certo paese è valutata in termini di “numero di scannerizzazioni effettuate” dagli utenti residenti in tale paese; solo i prodotti che siano stati oggetto, in quel paese, di un minimo di 20 scannerizzazioni nei trenta giorni precedenti l’interrogazione dell’app verranno presi in considerazione come “Alternative”.

33. ConfAgricoltura, anche rifacendosi ai pareri circostanziati resi da alcuni paesi nell’ambito delle procedure di notifica del *Nutri-Score* alla Commissione Europea da parte di Francia e Belgio ai sensi dell’art. 35, comma 2, del Regolamento (UE) n. 1169/2011, ha argomentato nelle proprie memorie che il sistema *Nutri-Score* sarebbe ingannevole in quanto non veicola informazioni adeguate ai consumatori circa il metodo di funzionamento dello schema semaforico, i suoi effetti benefici sulla salute non sono adeguatamente supportati dalla letteratura scientifica e fornisce un giudizio assoluto sulla salubrità dei prodotti senza contestualizzarli nell’ambito di una dieta complessiva sana ed equilibrata.

Il segnalante ha sottolineato come anche l’EFSA, nel recente parere circa la profilazione dei nutrienti per lo sviluppo di un’etichettatura nutrizionale obbligatoria armonizzata¹⁹, abbia rilevato l’importanza del profilo nutrizionale della dieta complessiva, affermando che *“poiché le diete sono composte da più alimenti, l’equilibrio dietetico generale può essere raggiunto integrando alimenti con profili nutrizionali diversi, in modo che non sia necessario che i singoli alimenti corrispondano al profilo nutritivo di una dieta nutrizionalmente adeguata”*. Il Parere EFSA confermerebbe l’opportunità di fornire ai consumatori informazioni in merito alle quantità di “energia”, ai grassi saturi, al sale e zucchero in quanto tali nutrienti, se consumati in eccesso, possono avere ricadute negative anche in termini di malattie metaboliche.

34. I punteggi e i giudizi dell’app *Yuka*, essendo basati per il 60% sul *Nutri-Score*, ne condividerebbero, secondo Confagricoltura, l’ingannevolezza.

Inoltre, né il sistema di valutazione complessivo adottato dall’app, né i punteggi attribuiti agli additivi e al metodo di produzione biologico, sarebbero supportati da evidenza scientifica e sarebbero dunque arbitrari.

L’ingannevolezza della valutazione dei singoli alimenti si riverbererebbe inevitabilmente anche sull’individuazione di prodotti alternativi più salutari. In particolare, *“tali informazioni sarebbero idonee ad influenzare fortemente le scelte del consumatore, in quanto la valutazione di un prodotto*

¹⁹ EFSA, “*Scientific advice related to nutrient profiling for the development of harmonised mandatory front-of-pack nutrition labelling and the setting of nutrient profiles for restricting nutrition and health claims on foods*”, adottato il 24/3/2022 e pubblicato sull’EFSA Journal, 20(4) del 2022. L’opinione è stata resa in risposta ad una specifica richiesta della Commissione Europea formulata nel 2021.

come “cattivo” o “mediocre” (rimarcata dalla presenza di un bollino rosso) viene giocoforza percepita come un divieto all’acquisto da parte consumatore, che verosimilmente non effettuerà alcuna ulteriore indagine sulla composizione nutrizionale dell’alimento, ma si rivolgerà ai prodotti alternativi segnalati da Yuka e asseritamente più salutari, contrassegnati da giudizi positivi”.

35. Al fine di raccogliere elementi utili per la valutazione della fattispecie oggetto dell’istruttoria, sono stati sentiti in audizione, in data 7 febbraio 2022, il Presidente del Comitato Nazionale della Sicurezza Alimentare presso il Ministero della Salute; nonché, in data 21 febbraio 2022, Centromarca, in qualità di associazione rappresentante dei marchi del settore dei beni di largo consumo e della GDO.

36. Secondo il Presidente del Comitato Nazionale della Sicurezza Alimentare, «*benché nato con l’obiettivo di indirizzare i consumatori verso una alimentazione sana, il metodo Nutri-Score presenta molti limiti poiché non tiene conto delle condizioni soggettive di ciascun individuo. [...] Il sistema di bollinatura semaforico appare basato su elementi statistici che portano a qualificare i cibi in modo assolutistico come positivi o negativi*», mentre nessun alimento può essere qualificato come sano o dannoso di per sé, prescindendo da una valutazione complessiva della persona che lo assume (patrimonio genetico, stato di salute, stile di vita, età e attività lavorativa).

Il punteggio Nutri-Score sarebbe inoltre il risultato di un algoritmo matematico che trascura alcuni “parametri rilevanti dal punto di vista nutrizionale (micronutrienti, macronutrienti, assenza di grassi idrogenati...) e [che] comporta l’assegnazione di un punteggio squilibrato nella misura in cui, ai fini della costruzione del risultato finale, riconosce una incidenza maggiore agli elementi sfavorevoli (40 punti) e una di gran lunga minore agli ingredienti favorevoli (15 punti)”²⁰.

Infine, la metodologia utilizzata dal Nutri-Score non tiene conto dell’evoluzione delle conoscenze scientifiche e mediche e del conseguente mutato approccio finalizzato ad incrementare le attività di prevenzione²¹.

37. Premesso che l’apposizione del bollino *Nutri-Score* sui prodotti venduti nella GDO italiana è, allo stato, trascurabile, Centromarca ha sottolineato che i punteggi dei sistemi di bollinatura fronte pacco quali il *Nutri-Score* sono inadeguati, da soli, a sintetizzare adeguatamente la salubrità dell’alimento per l’individuo che lo assume. I sistemi di bollinatura fronte pacco dovrebbero essere perciò accompagnati da una adeguata campagna di educazione alimentare che metta in luce anche il ruolo delle quantità consumate e degli stili di vita.

38. È stata inoltre acquisita al fascicolo²² documentazione proveniente dal Ministero dello Sviluppo Economico (“MISE”) riguardante le interlocuzioni tra la Commissione e gli Stati membri

²⁰ Come emerge chiaramente dalla documentazione illustrativa del metodo *Nutri-Score* presente sul sito di Santé Publique France (cfr. doc. 34 del fascicolo), ciascuna componente sfavorevole (energia/calorie, acidi grassi saturi, zuccheri, sodio) può ricevere un punteggio da zero a 10, per un totale complessivo massimo di 40, mentre le tre favorevoli (percentuale di frutta, verdura, leguminose e oleaginose, olio di oliva, noce e colza; fibre, proteine) variano tra 0 e 5, per un totale complessivo massimo di 15. Inoltre, se il punteggio totale delle componenti sfavorevoli è pari o superiore a 11, le proteine sono prese in considerazione soltanto se il punteggio relativo alla percentuale di frutta ecc. è pari a 5. Il punteggio risulta dunque più sensibile alla variazione degli elementi sfavorevoli che di quella degli elementi favorevoli, anche a causa della presenza di alcuni effetti-soglia nell’inclusione di questi ultimi.

²¹ Sul punto, il Presidente del Comitato Nazionale della Sicurezza Alimentare rileva che sono particolarmente rilevanti, nel settore della nutrizione, l’aggiornamento e lo sviluppo di prassi e protocolli medici: a titolo esemplificativo, rispetto agli anni ’60 sono cambiati i valori di riferimento ai fini della diagnosi di alcune patologie come il diabete o la ipercolesterolemia.

²² Cfr. doc. 36.

in occasione delle “notifiche” dell’adozione dell’etichetta *Nutri-Score* effettuate da alcuni Paesi (a partire dalla Francia nel 2017) ai sensi dell’art. 35, comma 2, del Regolamento (UE) n. 1169/2011²³. Nel corso di tali interlocuzioni il MISE ha sostenuto che “*L'utilizzo dei colori, se può essere di immediato effetto per indirizzare verso alimenti salutistici la parte della popolazione socialmente svantaggiata, non aiuta però a capire il contributo di nutrienti che un alimento apporta ad una dieta ma suggerisce semplicemente una distinzione tra prodotti alimentari “buoni” e “cattivi”. Questa distinzione è in palese contrasto con il principio secondo cui ogni cibo ha un suo posto nella dieta degli esseri umani (piramide alimentare). Il consumatore pertanto potrebbe essere spinto ad acquistare prevalentemente prodotti con la “luce verde” senza quindi valutare l'equilibrio della propria dieta. Di fatto, l'importanza dell'azione sinergica dei nutrienti assunti con la dieta non può essere ridotta ad un colore, una lettera o altri simboli eccessivamente semplicistici. Sistemi di questo tipo, infatti, parlano al consumatore in modo non chiaro*”. Le modalità di attribuzione dei punteggi e delle lettere determinerebbero, ad avviso del MISE, un appiattimento delle differenze tra i vari alimenti, con la conseguenza che prodotti appartenenti a classificazioni cromatiche contigue potrebbero presentare proprietà nutrizionali molto diverse²⁴.

La rappresentazione sintetica risulterebbe, altresì, semplicistica poiché, essendo basata sul riferimento a 100 gr/100 ml di prodotto, non tiene conto della circostanza che l'alimentazione è fatta di porzioni e frequenze di consumo: alcuni alimenti sono consumati in quantità estremamente basse (come l'olio di oliva), altri in porzioni medie (come il formaggio o la carne), altri ancora in porzioni maggiori (acqua, frutta e verdura). L'impostazione del sistema, pertanto, non indirizzerebbe verso l'assunzione di porzioni adeguate, né aiuterebbe il confronto fra alimenti diversi.

Infine, la classificazione degli alimenti in positivi e negativi dal punto di vista nutrizionale sarebbe arbitraria perché nell'attribuire i punteggi si soppeserebbe la quantità di proteine senza considerare il diverso impatto sulla salute delle diverse fonti di proteine (animali o vegetali), i grassi saturi non verrebbero distinti in monoinsaturi e polinsaturi, frutta e verdura sarebbero assimilati alle proteine. Tale arbitrarietà non incentiverebbe il consumatore a valutare la dieta più adeguata a soddisfare il proprio fabbisogno quotidiano di nutrienti.

III.2.2 Gli impegni proposti da Yuca

39. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 27 dicembre 2021, fornendone una versione integrata e consolidata in data 20 aprile 2022.

40. La proposta, come integrata, è articolata come segue.

IMPEGNO N. 1: Al fine di eliminare ogni dubbio circa il fatto che l'applicazione *Yuca* e il suo metodo di valutazione non siano stati accettati e/o approvati da un organismo pubblico o privato, il professionista propone di:

²³ La norma non introduce espressamente un obbligo di notifica, ma prevede che gli Stati membri forniscano alla Commissione “*informazioni dettagliate su tali forme di espressione e presentazione supplementari*”.

²⁴ A titolo esemplificativo, il MISE cita il confronto tra un *croissant* al cioccolato e uno yogurt alla vaniglia: il primo sarebbe classificato con una lettera D pur avendo, per 100 grammi, il triplo delle calorie, 8 volte i grassi saturi e 6 volte il contenuto di sale del secondo, che è invece classificato C.

(i) implementare le informazioni contenute nelle sezioni dedicate alla valutazione dei prodotti alimentari dell'app e del sito²⁵ inserendo la seguente ulteriore precisazione: «La metodologia di valutazione alimentare dei prodotti applicata da Yuka è indipendente. Si ispira a studi scientifici e, quanto alle caratteristiche nutrizionali, al metodo Nutri-Score, ma non è stata preventivamente approvata dalle autorità sanitarie, né si risolve in una mera applicazione del metodo Nutri-Score»; (ii) riformulare l'espressione «Ecco perché il nostro metodo di valutazione, basato sulle raccomandazioni del governo, è calcolato sulla base di 100g o 100 ml di prodotto» contenuta in una delle pagine del sito dedicate agli approfondimenti metodologici²⁶ come segue: «Ecco perché il nostro metodo di valutazione è calcolato sulla base di 100g o 100 ml di prodotto»; (iii) tradurre le informazioni in merito al Nutri-Score, attualmente presenti nella app in inglese e francese, anche in italiano, e rendere accessibili le fonti scientifiche più rilevanti concernenti questo meccanismo.

41. Gli Impegni 2, 3, 4 e 5 mirano a fornire ai consumatori informazioni più dettagliate sulle modalità di interpretazione dei risultati e di attribuzione dei punteggi assegnati ai prodotti valutati. Essi sono così articolati:

IMPEGNO N. 2: Il professionista propone di integrare le informazioni fornite con:

(i) l'elenco delle Relazioni e degli studi scientifici sulla cui base fonda le proprie valutazioni, corredato del link di collegamento al sito internet su cui sono pubblicati (ove esistente). Queste informazioni integrative saranno rese accessibili sulle pagine web relative alla valutazione dei prodotti alimentari²⁷ e alle fonti delle valutazioni sugli additivi²⁸;

(ii) la descrizione delle modalità di assegnazione dei punteggi agli additivi in base al rischio stimato da Yuka come di seguito dettagliato:

- additivi privi di rischi (disco verde): non hanno alcun impatto sul punteggio;
- additivi a rischio limitato (disco giallo): -6 punti/additivo;
- additivi a rischio moderato (disco arancione): -15 punti/additivo;
- additivi a rischio (disco rosso): -30 punti (con un punteggio massimo di 49/100).

IMPEGNO N. 3: Integrare la descrizione del metodo di valutazione contenuta nell'app Yuka con un link, disponibile per ogni prodotto scansionato, cliccando il quale l'utente viene indirizzato a una pagina dedicata che fornisce il punteggio disaggregato ottenuto dai singoli prodotti: equilibrio nutrizionale, additivi, etichetta biologica. Questa pagina includerà automaticamente i dati del prodotto scansionato e consentirà all'utente di misurare con precisione l'impatto di ogni componente del punteggio sulla valutazione finale del prodotto.

IMPEGNO N. 4:

(i) con riferimento ai prodotti biologici, sostituire il riferimento ad AB (agriculture biologique) ed UE con il riferimento al logo dell'Unione europea;

(ii) includere i link agli studi di enti regolatori internazionali e nazionali e agli articoli scientifici più importanti in merito ai benefici per i consumatori derivanti dalla consumazione di prodotti biologici.

²⁵ Pagina del sito <https://help.Yuka.io/it/article/ijzgfvi1jq-come-vengonovalutati-i-prodotti-alimentari-e-sezione-Valutazione-alimentare> sull'app.

²⁶ <https://help.Yuka.io/it/article/95yx3jtr3-1-apptiene-in-conto-la-quantit-consumata>.

²⁷ <https://help.Yuka.io/it/article/ijzgfvi1jq>.

²⁸ <https://help.Yuka.io/it/article/yth80j3vle-su-quali-fonti-sibasa-Yuka-per-l-analisi-degli-additivi>

IMPEGNO N. 5:

(i) modificare la clausola “Metodo di valutazione”²⁹ contenuta nel Contratto di licenza che occorre accettare per scaricare l’app con la seguente clausola: “L’applicazione Yuka fornisce una prima analisi che consente al consumatore di essere meglio informato riguardo ai prodotti alimentari e cosmetici che utilizza quotidianamente ma non garantisce una salute migliore a chi la utilizza. Lo stato di salute, infatti, è determinato da numerosi fattori legati allo stile di vita e all’ambiente (regime alimentare orientato a una dieta sana ed equilibrata, esercizio fisico, igiene, assenza di problemi legati a tossicodipendenza e a dipendenze, a stress o a inquinamento), al quantitativo di prodotto consumato e alla frequenza con la quale esso viene consumato. Il Punteggio attribuito dall’Applicazione rappresenta, quindi, una mera opinione dell’Editore basata sulle informazioni riportate sul prodotto. I termini «eccellente» (punteggio ≥ 75), «buono» (da 50 a 75), «mediocre» (da 25 a 50), «scarso» (< 25) esprimono unicamente il Punteggio del prodotto secondo il metodo di valutazione sviluppato dall’Editore, che pur ispirandosi al metodo Nutri-Score e a studi scientifici, non è stato preventivamente approvato dalle autorità sanitarie. I termini «A rischio», «rischio moderato», «rischio ridotto», «nessun rischio» esprimono unicamente l’opinione dell’Editore sull’ingrediente associato in base alle fonti scientifiche analizzate e non hanno quindi un carattere assoluto sulle sue proprietà. Questi aggettivi non si riferiscono al prodotto in sé, né alle sue qualità intrinseche. La valutazione del prodotto espressa con il Punteggio non esprime un giudizio assoluto sulle sue proprietà salutistiche e non può quindi prescindere dai fattori legati al quantitativo di prodotto consumato, alla frequenza con la quale esso viene consumato, allo stile di vita e all’ambiente sopra descritti. Con la valutazione dei prodotti l’Editore non intende vietare, né promuovere i prodotti, ma si propone di rendere gli utenti maggiormente consapevoli della loro composizione”;

(ii) inserire nella sezione dell’app dedicata al metodo di valutazione dei prodotti il seguente avviso: “Il metodo di valutazione è calcolato sulla base di 100g o 100 ml di prodotto. Il Punteggio del prodotto valutato e i termini «eccellente» (≥ 75), «buono» (da 50 a 75), «mediocre» (da 25 a 50), «scarso» (< 25) esprim[ono] unicamente il risultato del metodo sviluppato da Yuka. I termini «A rischio», «rischio moderato», «rischio ridotto», «nessun rischio» esprimono unicamente l’opinione di Yuka sull’additivo associato. Questi aggettivi non si riferiscono al prodotto in sé, né alle sue qualità intrinseche. La valutazione non esprime un giudizio assoluto sulle proprietà salutistiche del prodotto. Il punteggio deve quindi essere considerato alla luce dello stile di vita seguito dal consumatore, delle sue caratteristiche fisiche e dei suoi specifici bisogni alimentari, nonché del quantitativo e della frequenza di consumo. Yuka non intende vietare, né promuovere i prodotti, ma rendere gli utenti maggiormente consapevoli della loro composizione”.

²⁹ Che attualmente recita: «L’applicazione Yuka è una prima analisi che consente al consumatore di essere meglio informato riguardo ai prodotti alimentari e cosmetici che utilizza quotidianamente ma non garantisce una salute migliore a chi la utilizza. Lo stato di salute, infatti, è determinato da numerosi fattori legati allo stile di vita e all’ambiente, come l’esercizio fisico, l’igiene, problemi di tossicodipendenza e dipendenze, stress o inquinamento. Il Punteggio attribuito dall’Applicazione rappresenta un’opinione basata sulle informazioni riportate sul prodotto. I termini «eccellente», «buono», «mediocre», «cattivo» esprimono unicamente il Punteggio del prodotto secondo il metodo di valutazione sviluppato dall’Editore, come descritto dall’Applicazione. I termini «Da evitare», «rischio moderato», «rischio ridotto», «rischio assente» esprimono unicamente l’opinione dell’Editore sull’ingrediente associato in base alle fonti scientifiche analizzate. Questi aggettivi non si riferiscono al prodotto in sé o alle sue qualità intrinseche».

42. L'**IMPEGNO N. 6** si riferisce alle modalità di selezione e ordinamento delle alternative da mostrare all'utilizzatore della *app* e propone di:

(i) sostituire il testo³⁰ della pagina *Yuka/Assistenza/Indipendenza/Come vengono selezionati i prodotti consigliati?*, presente sul sito web e raggiungibile anche dall'*app* cliccando su "ulteriori informazioni" sotto la lista delle alternative proposte, con il seguente: *"Quando un prodotto ottiene il voto "Mediocre" o "Scarso" su Yuka, l'app propone dei prodotti simili ma valutati in base al metodo Yuka con un giudizio superiore ("Buono" o "Eccellente"). I prodotti consigliati vengono selezionati in maniera totalmente neutra e oggettiva: nessun marchio ricompensa o influenza Yuka per comparire tra i prodotti consigliati. L'algoritmo di selezione delle alternative più sane prende in considerazione, in ordine di priorità: 1) La categoria del prodotto (biscotti alla fragola, yogurt al latte di capra, shampoo, saponette ecc.), allo scopo di consigliare un prodotto il più simile possibile a quello iniziale; 2) La disponibilità del prodotto sul mercato, allo scopo di consigliare prodotti facilmente reperibili; 3) La valutazione del prodotto, allo scopo di consigliare solo prodotti che, applicando il metodo di valutazione di Yuka, hanno ottenuto un giudizio "Buono" o "Eccellente". I prodotti sono raccomandati applicando unicamente il metodo di valutazione Yuka. La selezione dei prodotti è imparziale e la raccomandazione di Yuka è volta, non a vietare i prodotti con un punteggio mediocre (disco arancione) o scarso (disco rosso), ma ad acquisire consapevolezza dell'esistenza di prodotti alternativi che, sulla base del solo metodo di valutazione di Yuka, hanno ottenuto un punteggio superiore".*

(ii) sostituire sul sito internet l'attuale testo della risposta alla domanda *"Perché alcuni prodotti non vengono consigliati?"*³¹ con il seguente: *"I prodotti raccomandati vengono visualizzati soltanto quando un prodotto ha un punteggio mediocre (disco arancione) o scarso (disco rosso). Se un prodotto è buono o eccellente, l'app non consiglia altri prodotti. Se non vengono consigliate alternative per un prodotto con punteggio mediocre o scarso è perché l'app non ha rilevato prodotti della medesima categoria con valutazioni superiori, ovvero "Buono" o "Eccellente", secondo il metodo di valutazione di Yuka. I prodotti sono raccomandati applicando unicamente il metodo di valutazione di Yuka. La selezione dei prodotti è imparziale e la raccomandazione di Yuka è volta, non a vietare i prodotti con un punteggio mediocre o scarso, ma ad acquisire consapevolezza dell'esistenza di prodotti alternativi che, sulla base del solo metodo di valutazione di Yuka, hanno ottenuto un punteggio superiore".*

43. **IMPEGNO N. 7:** il professionista propone di sostituire le clausole del Contratto di licenza per l'utente finale e delle Condizioni generali di contratto relative al Foro competente con la seguente: *"Foro competente per gli utenti dell'Unione europea. Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1215/2012*

³⁰ *"Quando un prodotto ottiene il voto "Mediocre" o "Scarso" su Yuka, l'app propone dei prodotti simili ma migliori per la salute. I prodotti consigliati vengono selezionati in maniera totalmente neutra e oggettiva: nessun marchio ricompensa o influenza Yuka per comparire tra i prodotti consigliati. L'algoritmo di selezione delle alternative più sane prende in considerazione: 1) La categoria del prodotto (biscotti alla fragola, yogurt al latte di capra, shampoo, saponette ecc.), allo scopo di consigliare un prodotto il più simile possibile a quello iniziale; 2) La valutazione del prodotto, allo scopo di consigliare solo prodotti con valutazioni alte, ovvero "Buono" o "Eccellente"; 3) La disponibilità del prodotto, allo scopo di consigliare prodotti facilmente reperibili più o meno ovunque".*

³¹ Il testo attuale della pagina *Yuka/Assistenza/Caratteristiche/Perché alcuni prodotti non vengono consigliati?* presente sul sito recita: *"I prodotti raccomandati vengono visualizzati soltanto quando un prodotto ha un punteggio mediocre (disco arancione) o scarso (disco rosso). Se un prodotto è buono o eccellente, l'app non consiglia altri prodotti. Se non vengono consigliate alternative per un prodotto mediocre o cattivo è perché, purtroppo, non abbiamo potuto trovare una buona alternativa".*

del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2012, concernente la competenza giurisdizionale, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale, la competenza esclusiva a conoscere ogni controversia derivante da o in collegamento con il Contratto spetta all'autorità giudiziaria dello Stato in cui l'utente è residente o è domiciliato".

44. L'**IMPEGNO N. 8** prevede:

(i) la pubblicazione sulla pagina web <https://help.Yuka.io/it/article/fw1tjp24o4-qual-il-nutri-score>, dedicata alla descrizione del metodo Nutri-Score ("Cos'è il Nutri-Score") e accessibile anche dalle Sezioni "Metodo di Valutazione"³² e "Altre domande" dell'app, delle informazioni essenziali sul metodo Nutri-Score, evidenziando gli elementi che sono presi in considerazione e quelli che non lo sono, il diverso peso attribuito agli elementi "positivi" e a quelli "negativi", le specificità con cui sono trattati determinati prodotti (formaggi, ecc.).

In particolare, il nuovo testo della pagina sarà il seguente: «Il Nutri-Score è un metodo di valutazione sviluppato da gruppi di ricerca volto a misurare l'equilibrio nutrizionale di un prodotto alimentare. Per classificare ciascun prodotto, il Nutri-Score tiene conto, per 100 grammi di prodotto, della quantità:

- dei nutrienti e alimenti da favorire: fibre, proteine, frutta e verdura
- dei nutrienti da limitare: calorie, acidi grassi saturi, zuccheri, sale.

Per i lipidi, è presa in considerazione la percentuale di grassi saturi sul totale dei lipidi. Ai nutrienti da limitare e a quelli da favorire è attribuito un peso differente. I metodi precisi per calcolare il Nutri-Score, nonché il differente peso attribuito a detti elementi sono spiegati in dettaglio qui [rinvio alla pagina web in cui sarà pubblicato il documento in lingua italiana contenente la traduzione delle domande e risposte presente, in inglese, alla pagina <https://www.santepubliquefrance.fr/media/f/iles/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/qr-scientifique-technique-en>³³].

Dopo il calcolo, il punteggio ottenuto da un prodotto permette di assegnargli una lettera e un colore:

- dal prodotto più favorevole dal punto di vista nutrizionale (classificato con la lettera A)
- al prodotto meno favorevole dal punto di vista nutrizionale (classificato con la lettera E)

Il Nutri-score non prende in considerazione tutti i micronutrienti ma:

- è concesso un bonus a frutta e verdura per integrare in particolare gli apporti di vitamine
- l'olio di oliva, di colza e di noce integrano questo bonus per favorire i loro apporti di omega 3 e 9
- il calcolo è adattato per il latte e il formaggio per favorire i loro apporti di calcio.

Le principali fonti scientifiche che valutano il Nutri-Score sono disponibili qui [rinvio alla pagina web <https://help.Yuka.io/it/article/4mt8nhb5fz>, contenente un elenco di articoli sul Nutri-Score, con link al testo]. Il Nutri-score è stato adattato nel punteggio Yuka seguendo la tabella di corrispondenza disponibile qui [rinvio alla pagina web <https://help.Yuka.io/it/article/owuc9rbhqs> dove sono indicate le modifiche apportate] »

³² Cliccando sulla parola "Nutri-Score" nella frase "Il metodo di calcolo si basa su Nutri-Score, una scala per la salute e la nutrizione".

³³ Il testo è allegato come doc. 3 alla proposta di impegni consolidata del 20 aprile 2022.

(ii) la modifica e l'integrazione delle informazioni attualmente contenute alla pagina "Perché il formaggio ha spesso valutazioni basse?"³⁴, nel modo seguente: «Per loro natura, i formaggi sono ricchi di grassi saturi e sale. La valutazione dei prodotti alimentari si basa per il 60% sui valori nutrizionali del prodotto. Il metodo di calcolo si basa su quello del sistema Nutri-Score dettagliato qui [link alla pagina descritta al punto (i)]. Sebbene il metodo sia adattato al fine di considerare l'apporto di calcio associato alla consumazione del formaggio, esso penalizza gli alti livelli di grassi saturi e sale. Ciò spiega perché la maggior parte dei formaggi non ha una buona valutazione nell'app. L'idea non è quella di evitare, a monte, questi prodotti, ma di prendere coscienza della loro composizione, così che il consumatore possa consapevolmente decidere circa la quantità del prodotto da consumare.

▲ La modalità di produzione (artigianale o industriale) non viene considerata nel metodo di valutazione, così come i vari label (IGP, DOP, ecc.)».

(iii) la sostituzione, in tutte le pagine e sezioni della app e del sito web, delle espressioni "elementi negativi" ed "elementi positivi" con le espressioni "elementi da limitare" ed "elementi da favorire".

45. In particolare, il professionista ha affermato che il link alla pagina di Santé Publique France è stato sostituito da un link diretto alla traduzione italiana del documento rinvenibile alla sezione di "domande e risposte" sul Nutri-Score accessibile da quel sito "al fine di renderlo più agevolmente consultabile dagli utenti italiani e, quindi, nella prospettiva di mettere a disposizione di questi ultimi un "registro divulgativo" completo di tutte le informazioni disponibili sul metodo Nutri-Score, onde evitare l'insorgere di eventuali rischi correlati a una eccessiva semplificazione, atteso che il calcolo applicando il metodo Nutri-Score è una operazione complessa che applica un algoritmo che attribuisce un punteggio sulla base di alcuni criteri caratterizzati da un certo peso nella valutazione del prodotto".

46. Tutti gli impegni proposti saranno attuati dal professionista entro il termine di 10 giorni dall'adozione dell'eventuale provvedimento di accettazione degli impegni da parte dell'Autorità.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

47. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione quali una app e un sito Internet, in data 1° giugno 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

48. Con parere pervenuto in data 1° luglio 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, Internet e le reti radiomobili siano uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che il mezzo di comunicazione utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori, i quali sulla base delle informazioni lette nel Sito del Professionista e sull'app potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni diffuse dal professionista.

³⁴ Cfr. pagina <https://help.Yuka.io/it/article/xve82ym3kc>, raggiungibile dal percorso.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

49. In ambito europeo, ha assunto sempre maggior rilievo il dibattito teso a valutare l'introduzione di strumenti che aiutino i consumatori a compiere scelte alimentari sane e corrette, al fine di prevenire l'insorgenza dell'obesità e di altre malattie legate alla dieta alimentare (p.es. malattie cardiovascolari, diabete mellito, osteoporosi, carie dentali, cancro).

La diffusione di abitudini alimentari non corrette tra i consumatori europei è stata da ultimo sottolineata dall'EFSA nel parere reso sulla profilazione dei nutrienti per lo sviluppo di un'etichettatura nutrizionale obbligatoria armonizzata³⁵. In tale parere si rileva l'eccessiva assunzione di grassi saturi, sodio e zuccheri aggiunti, l'inadeguatezza dei quantitativi di potassio e fibre alimentari consumati, nonché una non sempre sufficiente assunzione di ferro, calcio, vitamina D, folato e iodio.

50. In questo contesto, la Commissione Europea, nel quadro della strategia *Farm-to-Fork* che prevede, tra l'altro, la transizione verso diete più salutari e sostenibili, ha annunciato che, entro la fine del 2022, presenterà una proposta legislativa per armonizzare, a titolo obbligatorio, gli schemi di etichettatura fronte-pacco nell'Unione Europea e per una profilazione dei nutrienti volta a limitare la promozione di cibi con un elevato contenuto di grasso, zuccheri e sale³⁶.

51. L'app *Yuka* ha il dichiarato intento di "migliorare la salute dei consumatori aiutandoli a decifrare le etichette dei prodotti alimentari [...] permettendo di fare la scelta migliore per la loro salute". A tal fine, l'app fornisce una serie di informazioni circa le principali caratteristiche nutrizionali del prodotto scannerizzato (quantità contenuta di energia, zuccheri grassi saturi, proteine, fibre, ecc.), la presenza di additivi, il metodo di produzione e attribuisce un punteggio e un giudizio sintetico al prodotto. Tale punteggio, seppur basato per il 60% su un algoritmo derivato dal sistema Nutri-Score, può portare a valutazioni che differiscono anche significativamente da quelle del Nutri-Score, come emerge dagli elementi acquisiti nel corso del procedimento.

52. Il presente intervento istruttorio è stato avviato per valutare l'idoneità di *Yuka* a orientare in maniera corretta le scelte di acquisto dei consumatori in materia di nutrizione, con particolare riferimento (i) al possibile carattere assoluto dei giudizi espressi, suscettibile di generare una fuorviante percezione dell'"equilibrio nutrizionale" attribuito al prodotto; (ii) alle limitazioni della metodologia di attribuzione dei punteggi; (iii) ai criteri di selezione delle proposte alternative; (iv) all'approvazione da parte di autorità governative e sanitarie della metodologia utilizzata dall'app; (v) alle indicazioni fornite sull'individuazione del Foro Competente.

53. L'Autorità ritiene che gli impegni assunti da *Yuca* siano idonei a rimuovere i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale e di violazione dei diritti dei consumatori contestati nella comunicazione di avvio del 5 novembre 2021.

Gli Impegni appaiono infatti in grado di assicurare un uso corretto e non fuorviante dei giudizi della app; di chiarire il meccanismo in base al quale sono presentate e ordinate le alternative; di definire correttamente il Foro Competente.

³⁵ EFSA, "Scientific advice.", cit. (cfr. nota 19).

³⁶ Cfr. Commissione Europea – Farm to Fork Strategy (https://ec.europa.eu/food/system/files/2020-05/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf) e *European Commission request to the European Food Safety Authority for a scientific opinion on: development of harmonised mandatory front-of-pack nutrition labelling and the setting of nutrient profiles for restricting nutrition and health claims on foods*, 14 dicembre 2020, SANTE/E1/AVS/ko (2020)8242215 (disponibile alla pagina https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/EFSA-Q-2021-00026_M-2021-0007.pdf).

54. Con l'Impegno 5 infatti il professionista esplicita, sia al momento del primo contatto con l'app (la sezione Metodo di valutazione del Contratto di licenza che deve essere obbligatoriamente visionato e accettato per poter usare l'app), sia nella sezione "Metodo di valutazione" accessibile da ogni scheda prodotto, che i punteggi e i giudizi sono "*unicamente il risultato del metodo sviluppato da Yuka*" e soprattutto che "*La valutazione non esprime un giudizio assoluto sulle proprietà salutistiche del prodotto. Il punteggio deve quindi essere considerato alla luce dello stile di vita seguito dal consumatore, delle sue caratteristiche fisiche e dei suoi specifici bisogni alimentari, nonché del quantitativo e della frequenza di consumo. Yuka non intende vietare, né promuovere i prodotti, ma rendere gli utenti maggiormente consapevoli della loro composizione*".

In tal modo l'Impegno, nel circoscrivere la portata delle valutazioni compiute, rende consapevoli i consumatori che i giudizi forniti dall'app devono essere sempre relativizzati rispetto alle caratteristiche e allo stile di vita del singolo individuo e non vanno quindi intesi come giudizi assoluti sulla salubrità di un prodotto.

55. Sulla scorta di tale impostazione, l'Impegno 8.iii prevede di sostituire le espressioni "elementi "positivi" e "elementi negativi" (che evocano un giudizio di carattere assoluto sull'opportunità del consumo di determinati cibi) con, rispettivamente, "elementi da limitare" ed "elementi da favorire", espressioni che rimandano ad un giudizio di carattere relativo e ad una valutazione da effettuare rispetto ai fabbisogni individuali.

56. Gli Impegni 2, 3, 4 e il resto dell'Impegno 8 chiariscono la metodologia che è alla base dei punteggi, dei giudizi dell'app e i relativi limiti. Essi permetteranno di apprezzare l'incidenza dei parametri utilizzati (equilibrio nutrizionale, additivi, metodo biologico) sulla valutazione finale del prodotto, di comprendere i criteri di attribuzione delle penalità collegate alla presenza di additivi e alla loro rischiosità, di valutare le motivazioni del peso attribuito alla produzione biologica. L'insieme informativo a disposizione del consumatore circa la metodologia adottata sarà completato da una pagina divulgativa sulla metodologia del *Nutri-Score*, dalle modifiche a pagine specifiche di aiuto presenti sul sito e dai *link* alle relazioni e agli studi scientifici su cui Yuka fonda le proprie valutazioni.

57. In particolare, gli Impegni 8.i e 8.ii contribuiranno a rendere i consumatori italiani consapevoli dei meccanismi di funzionamento del *Nutri-Score*, delle sue limitazioni e peculiarità, nonché delle modifiche introdotte da Yuka al meccanismo di calcolo dei punteggi *Nutri-Score*. Infatti, la pagina dedicata al *Nutri-Score*, già presente nell'Aiuto dell'app, verrà trasformata in una sezione facilmente accessibile³⁷ volta a evidenziare sinteticamente e con registro divulgativo alcune informazioni essenziali sulla metodologia del *Nutri-Score*: i nutrienti che sono presi in considerazione e quelli che non lo sono (p.es. i micronutrienti), l'esistenza di pesi diversi per i nutrienti ritenuti da favorire e per quelli da limitare, gli accorgimenti assunti per tener indirettamente conto dei nutrienti non considerati. Informazioni più dettagliate sulla metodologia di calcolo dei punteggi *Nutri-Score* saranno reperibili attraverso un link alla traduzione italiana del documento di carattere divulgativo *Questions-Reponses sur le Nutri-Score – Scientifique & Technique*, disponibile sul sito di Santé Publique France.

³⁷ La pagina in questione è raggiungibile facilmente sia dalla sezione "Metodo di Valutazione" dell'app (cliccando sulla parola "Nutri-Score" nella frase "*Il metodo di calcolo si basa su Nutri-Score, una scala per la salute e la nutrizione*"), sia dal sito.

58. L'Impegno 1 fugge ogni equivoco in ordine a presunte approvazioni da parte di organismi governativi e sanitari della metodologia *Yuka*.

59. Per quanto riguarda le alternative presentate per i prodotti giudicati "mediocri" e "scarsi", l'Impegno 6 chiarisce che esse non sono sponsorizzate, ma sono richiamate dal database di *Yuka* secondo criteri di prossimità merceologica e mostrate a scopo puramente informativo. L'Impegno renderà inoltre più trasparenti i criteri con cui sono ordinate le alternative, attraverso una descrizione che appare più aderente all'effettivo funzionamento dell'app. In particolare verrà chiarito che l'algoritmo di *ranking* attribuisce un peso significativo all'effettiva disponibilità dei prodotti, intesa come numerosità delle scannerizzazioni degli utenti, rendendo così il consumatore consapevole che può esservi una "penalizzazione" dei prodotti con punteggi più elevati ma poco scannerizzati.

60. L'impegno 7, infine, elimina ogni dubbio circa il fatto che per i consumatori cittadini UE il "Foro Competente" è quello di propria residenza.

61. Alla luce delle susposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati - che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Yuca sas, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Yuca sas;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Yuca sas, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti in data 27 dicembre 2021, successivamente integrati in data 20 aprile 2022, e presentati in versione consolidata nella medesima data, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento, che ne costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Yuca sas, entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) i professionisti non diano attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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 sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

<i>Autorità garante della concorrenza e del mercato</i>	Bollettino Settimanale Anno XXXII- N. 28 - 2022
<i>Coordinamento redazionale</i>	Giulia Antenucci
<i>Redazione</i>	Valerio Ruocco, Simonetta Schettini, Manuela Villani Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256
	Web: https://www.agcm.it
<i>Realizzazione grafica</i>	Area Strategic Design
