



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVI - n. 46

Pubblicato sul sito www.agcm.it
27 dicembre 2016

SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
CI2071 - HII/ENERGRID-ENERGIA E TERRITORIO-SERVIZI ITALIANA GAS	
<i>Provvedimento n. 26264</i>	5
INDAGINI CONOSCITIVE	11
IC41 - INDAGINE CONOSCITIVA SUL SETTORE AUDIOVISIVO	
<i>Provvedimento n. 26258</i>	11
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	12
AS1330 - BOZZA DI DECRETO INTERMINISTERIALE PER L'ISTITUZIONE E LE SEDI DELLE	
COMMISSIONI UNICHE NAZIONALI PER LE FILIERE MAGGIORMENTE RAPPRESENTATIVE DEL	
SISTEMA AGRICOLO-ALIMENTARE	12
AS1331 - ROMA CAPITALE - REGOLAMENTO PER IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO DI	
LINEA GRAN TURISMO	15
AS1332 - CONSIP - BANDO DI GARA RETI LOCALI PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI	17
AS1333 - CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA IN ACQUISTO DI TECNOLOGIE SERVER	
E SERVIZI CONNESSI ED OPZIONALI PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI - EDIZIONE 1	18
AS1334 -ANAC- LINEE GUIDA PER IL RICORSO A PROCEDURE NEGOZiate SENZA	
PUBBLICAZIONE DI BANDO DI GARA NEL CASO DI FORNITURE E SERVIZI RITENUTI	
INFUNGIBILI	19
AS1335- AFFIDAMENTO DELLE CONCESSIONI DI POSTEGGIO PER IL COMMERCIO SU AREE	
PUBBLICHE	22
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	27
PS10214 - GOLDCAR-COPERTURA ASSICURATIVA E ALTRI PROFILI	
<i>Provvedimento n. 26260</i>	27
IP257 - SHOP RG (SMARTPHONESTOCK.IT) - MANCATA CONSEGNA	
<i>Provvedimento n. 26275</i>	46
PS10231 - AEREO CLUB DEL GOLFO/AUTORIZZAZIONE ENAC	
<i>Provvedimento n. 26276</i>	49
PS10257 - FLIRTAMLIT-RINNOVO AUTOMATICO	
<i>Provvedimento n. 26277</i>	55
PS10296 - UNICREDIT-MUTUO VARIABILE SOGLIA MINIMA	
<i>Provvedimento n. 26283</i>	72
CLAUSOLE VESSATORIE	82
CV144 - ALLIANZ-CLAUSOLA CONCILIAZIONE PARITETICA	
<i>Provvedimento n. 26255</i>	82
VARIE	100
NOMINA DEL RESPONSABILE DELLA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E DELLA	
TRASPARENZA	
<i>Provvedimento n. 26281</i>	100
ABROGAZIONE DELLE DELIBERE AGCM N. 24518 E N. 24767 IN MATERIA DI TRASPARENZA	
<i>Provvedimento n. 26282</i>	102

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12071 - HII/ENERGRID-ENERGIA E TERRITORIO-SERVIZI ITALIANA GAS

Provvedimento n. 26264

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n.287;

VISTA la comunicazione della società HII S.à.r.l., pervenuta in data 14 novembre 2016;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. HII S.à.r.l. (di seguito, HII) è una società di investimento di diritto lussemburghese non ancora operativa, costituita al fine di acquisire e gestire partecipazioni in società attive in Italia. Il capitale sociale di HII è detenuto da persone fisiche.

HII non ha realizzato nel 2015 alcun fatturato né in Italia né nell'Unione Europea.

2. Energrid S.p.A. (di seguito, Energrid) è una società che opera nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale ed in particolare svolge attività di compravendita all'ingrosso di energia elettrica, vendita di energia elettrica e gas naturale al dettaglio ed infine offre servizi di consulenza e progettazione di interventi di efficienza energetica. Energrid è controllata da Compagnia Italiana Energia S.p.A. (di seguito, CIE), società controllata indirettamente da Aurelia S.r.l. che, a sua volta, appartiene al Gruppo Gavio, le cui attività *core* si concentrano prevalentemente nel settore delle concessioni autostradali e delle costruzioni.

Il fatturato, realizzato interamente in Italia, di Energrid nel 2015 è stato pari a 527,6 milioni di euro.

3. Energia e Territorio S.p.A. (di seguito, ET) è attiva nel settore dell'approvvigionamento e vendita all'ingrosso di energia elettrica e gas naturale. Il capitale sociale di ET è detenuto interamente da CIE.

Il fatturato, realizzato interamente in Italia, di ET nel 2015 è stato di 44,9 milioni di euro.

4. Servizi Italiana Gas Srl (di seguito, SIG) è una società che svolge attività di compravendita all'ingrosso di gas naturale. SIG è posseduta al 100% da CIE.

Il fatturato, realizzato interamente in Italia, di SIG è stato nel 2015 pari a 11,2 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione consiste nell'acquisizione in via indiretta del 100% del capitale sociale di Energrid, ET e SIG da parte di HII, tramite EnerGrid Holdings Inc., una propria controllata di diritto statunitense all'uopo costituita.

Secondo le parti, l'operazione è concepita unitariamente e indivisibilmente in quanto le società cedute sono sotto il controllo di CIE, che è l'unico interlocutore negoziale, e il prezzo di compravendita concordato tra le parti è unico e riferito ad un'unica operazione.

Pertanto esiste un unico contratto di acquisizione, che prevede un unico venditore, un prezzo unico e che richiede il perfezionamento simultaneo delle tre acquisizioni.

6. Il Contratto di Acquisizione prevede un patto di non concorrenza e di non sollecitazione a carico della Società venditrice e delle società controllate dal Gruppo Aurelia S.r.l (ad esclusione delle società del Gruppo quotate in borsa e delle rispettive controllate) consistente nel: i) non intraprendere alcuna attività di vendita rivolta a clienti finali di energia e gas in concorrenza con Energrid e SIG; ii) non incentivare le vendite o licenze di qualsiasi servizio o attività concorrenti nonché non interferire o tentare di interrompere i rapporti contrattuali tra Energrid e SIG ed i loro clienti, fornitori, agenti, consulenti, funzionari o dipendenti; iii) non acquisire partecipazioni in società in concorrenza con l'attività di vendita a clienti finali di energia elettrica e gas di Energrid e SIG; iv) non utilizzare il nome, marchio, segno o altri segni distintivi che potrebbero dar luogo a confusione in relazione alle attività svolte da Energrid e SIG.

I suddetti patti hanno efficacia circoscritta alla vendita a clienti finali di energia elettrica e gas limitatamente alle aree del territorio nazionale in cui sono attive le società acquisite ed hanno una durata massima di due anni.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. Preliminarmente, occorre osservare che le acquisizioni comunicate, in quanto caratterizzate da un nesso di interdipendenza funzionale, costituiscono un'unica operazione.

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 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 495 milioni di euro e il fatturato realizzato dalle imprese oggetto di acquisizione è stato superiore a 50 milioni di euro.

8. Il patto di non concorrenza e di non sollecitazione tra le parti riveste natura accessoria all'operazione in esame, in quanto direttamente legato e necessario alla realizzazione della medesima, prevedendo una durata di due anni a partire dal perfezionamento della presente operazione ed avendo una portata materiale circoscritta ai prodotti che costituiscono l'oggetto dell'attività economica ceduta in un ambito d'applicazione geografico limitato all'area in cui il venditore offriva i medesimi prima della cessione ¹.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE

9. L'operazione in esame interessa la vendita all'ingrosso e al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale.

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

4.1. I mercati rilevanti

Mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica

10. Per quanto riguarda il settore dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, dal lato merceologico esso include, in Italia, sia le transazioni a termine che a pronti (Mercato del Giorno Prima e Mercato Infragiornaliero) concluse attraverso le piattaforme organizzate dal Gestore dei Mercati Energetici S.p.A. ("GME")², sia i contratti bilaterali (OTC).

11. Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovraregionali, sulla base di una suddivisione in macro-zone dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica.

I mercati della vendita al dettaglio di energia elettrica

12. Nella vendita di energia elettrica al dettaglio nel mercato libero occorre distinguere la vendita ai grandi clienti industriali e commerciali connessi alle reti in alta e media tensione da quella alle piccole imprese connesse alla rete in bassa tensione. Occorre inoltre distinguere la vendita alle imprese – in particolare le piccole imprese in bassa tensione - da quella alle famiglie (o "clienti domestici"). Nel caso in esame, i mercati rilevanti dal punto di vista merceologico per la valutazione dell'operazione sono:

- a) il mercato della vendita di energia elettrica a clienti non domestici connessi in media ed alta tensione;
- b) il mercato della vendita di energia elettrica a clienti non domestici connessi in bassa tensione;
- c) il mercato della vendita di energia elettrica a clienti domestici connessi in bassa tensione.

13. Dal punto di vista geografico, il mercato della vendita di energia elettrica al dettaglio ai clienti non domestici allacciati in alta e media tensione ha estensione nazionale. I mercati della vendita al dettaglio ai clienti non domestici e domestici connessi in bassa tensione hanno invece dimensione locale.

Mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di gas naturale

14. L'attività di approvvigionamento di gas all'ingrosso per la copertura del fabbisogno nazionale è svolta da operatori che acquistano il gas e/o Gnl da fornitori esteri o produttori nazionali che possono sia destinarlo alla rivendita all'ingrosso o al dettaglio ai clienti finali, sia destinarlo all'autoconsumo (in particolare per la generazione di energia elettrica).

15. La dimensione geografica del mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di gas, nonostante larga parte delle risorse necessarie al soddisfacimento del fabbisogno nazionale provenga dall'estero, è limitata al territorio nazionale. Infatti, i contratti di importazione di lungo periodo *take or pay* sottoscritti dagli *shipper* nazionali con i fornitori stranieri, sono quasi interamente "dedicati" al sistema italiano. Inoltre, tutte le infrastrutture utilizzate per l'importazione del gas naturale in Italia sono saturate dal gas necessario per la copertura del fabbisogno.

I mercati della vendita al dettaglio di gas

16. La vendita al dettaglio di gas naturale consiste nella fornitura e nella consegna di gas ai clienti finali allacciati alle reti di distribuzione o alla rete di trasporto del gas. La vendita di gas naturale è disciplinata dal Decreto Legislativo n. 164/00, che ne definisce i criteri di esercizio dal lato dell'offerta e della domanda. Le imprese che svolgono l'attività di vendita di gas devono essere autorizzate dal Ministero dello Sviluppo Economico. Ai sensi dell'articolo 22, comma 1, del

² Dalla Relazione annuale dell'AEEGSI, emerge che nel 2014, gli scambi nei mercati organizzati dal GME hanno rappresentato circa il 66% dell'energia scambiata nel mercato all'ingrosso.

Decreto Legislativo n. 164/00, tutti i clienti finali sono idonei, cioè possono scegliere liberamente il proprio fornitore. In ragione delle differenziazioni e specifiche caratteristiche espresse dalla domanda e dall'offerta, è possibile individuare distinti mercati del prodotto in relazione all'attività di vendita nei confronti:

- a) delle imprese di generazione di energia elettrica con consumi, di norma, ampiamente superiori ai 200.000 mc/anno;
- b) dei clienti finali di medio grandi dimensioni con consumi superiori a 200.000 mc di gas/anno;
- c) dei clienti finali di piccola dimensione con consumi inferiori a 200.000 mc di gas/anno.

17. Dal punto di vista geografico, i mercati della vendita di gas alle imprese di generazione e ai clienti finali di medio-grandi dimensioni si ritiene abbiano dimensione nazionale, in ragione della scala di attività delle imprese attive nella vendita di gas ai clienti ad elevato consumo e delle dinamiche competitive osservate dal lato dell'offerta.

Per quanto riguarda il mercato della vendita di gas ai clienti finali di piccola dimensione, dal lato dell'offerta, sono ancora presenti in misura significativa imprese di vendita di gas attive solo a livello locale ed integrate verticalmente con le imprese di distribuzione del gas, cui si affiancano alcune imprese di vendita, di grandi dimensioni, che svolgono l'attività sull'intero territorio nazionale (tra cui ENI, Enel ed Edison). La dimensione geografica di tale mercato potrebbe, pertanto, avere dimensione inferiore a quella nazionale. Ai fini della presente operazione, l'esatta definizione della dimensione geografica di tale mercato può essere in ogni caso lasciata aperta, in quanto non incide sulla valutazione concorrenziale della stessa.

Mercato dei servizi di consulenza e progettazione in materia di efficienza energetica.

18. Una delle società che verranno acquisite, Energrid, opera marginalmente anche nel settore dei servizi di consulenza e progettazione in materia di efficienza energetica, che danno diritto al rilascio a titoli di efficienza energetica ("TEE", noti anche come Certificati Bianchi) da parte del GSE.

19. I TEE sono rilasciati dal GSE in favore delle società di distribuzione di energia elettrica e del gas naturale e delle loro controllate, nonché delle *Energy Service Companies* ("ESCO") -società accreditate dall'AEEGSI- in ragione della realizzazione di interventi di risparmio energetico, nell'ambito delle politiche comunitarie in materia di efficienza energetica. I TEE, negoziabili sia utilizzando la piattaforma di mercato predisposta dal GME sia attraverso contratti bilaterali, certificano il conseguimento, da parte di grandi distributori di gas o di energia elettrica (che costituiscono i c.d. "soggetti obbligati"), o da parte di altri soggetti quali le ESCo (che costituiscono i c.d. "soggetti volontari"), di risparmi energetici ottenuti mediante l'utilizzo di tecnologie o sistemi più efficienti. I servizi offerti dalla ESCo sono rivolti ad utenti domestici, imprese ed enti pubblici e riguardano una serie di attività, tra cui la progettazione tecnica, il finanziamento degli interventi energetici, l'implementazione dei progetti, il monitoraggio e controllo, in termini di risparmio energetico, dei risultati ottenuti, dai quali dipende anche la loro remunerazione.

20. Sebbene in via generale le ESCo operino su un mercato che, anche in ragione del quadro normativo armonizzato a livello comunitario, potrebbe essere di dimensione sovranazionale³, il mercato dei TEE è organizzato su base nazionale, non esistendo accordi di reciprocità tra Italia e altri paesi europei in relazione a tale meccanismo di sostegno dell'efficienza energetica.

³ In tal senso si è espressa anche l'Autorità nel caso C11726 - EDISON/CSE, provv. n. 23842 dell'8 agosto 2012, in Boll. n. 32/12.

4.2 Effetti dell'operazione

21. In tutti i mercati sopra indicati l'operazione non è idonea a realizzare sovrapposizioni orizzontali tra le Parti, nella misura in cui la società acquirente non è allo stato ancora attiva.

22. In ogni caso, a valle dell'operazione, HII andrà a detenere quote di mercato inferiori al punto percentuale a livello nazionale nei mercati dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica, della vendita di energia elettrica a clienti domestici, della vendita di gas a clienti di grandi dimensioni e alle imprese termoelettriche, della vendita di gas a clienti di medio-grandi dimensioni, della vendita di gas a clienti di piccole dimensioni, e quote comunque inferiori al 5% su base nazionale nei restanti mercati.

23. Pertanto, l'operazione non modifica in maniera sostanziale l'assetto concorrenziale dei mercati sopra indicati.

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;

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

INDAGINI CONOSCITIVE

IC41 - INDAGINE CONOSCITIVA SUL SETTORE AUDIOVISIVO

Provvedimento n. 26258

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 novembre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO, in particolare, l'articolo 12, comma 2, della legge citata, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi od altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217 e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

VISTO il proprio provvedimento del 10 febbraio 2010, con il quale l'Autorità ha deciso di procedere, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge n. 287/90, a un'indagine conoscitiva volta a verificare gli effetti sulle dinamiche concorrenziali e, conseguentemente, sui consumatori, del processo di evoluzione del settore audiovisivo;

VISTO l'allegato al presente provvedimento, contenente il testo conclusivo dell'indagine conoscitiva sul settore audiovisivo;

DELIBERA

di procedere alla chiusura dell'indagine conoscitiva.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1330 - BOZZA DI DECRETO INTERMINISTERIALE PER L'ISTITUZIONE E LE SEDI DELLE COMMISSIONI UNICHE NAZIONALI PER LE FILIERE MAGGIORMENTE RAPPRESENTATIVE DEL SISTEMA AGRICOLO-ALIMENTARE

Roma, 28 ottobre 2016

Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

Ministero dello Sviluppo Economico

Con riferimento alla richiesta di parere formulata ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/1990 dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali - Dipartimento delle Politiche Competitive, relativamente alla bozza di decreto interministeriale da adottarsi ai sensi dell'articolo 6-bis, comma 1, del decreto legge 5 maggio 2015, n. 51 ("art. 6-bis"), per l'istituzione e le sedi delle commissioni uniche nazionali per le filiere maggiormente rappresentative del sistema agricolo-alimentare ("Bozza"), si comunica che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 19 ottobre 2016, ha ritenuto quanto segue.

In generale, l'Autorità rileva come ormai da alcuni anni – ma con maggiore evidenza a valle dell'adozione dell'art. 6-bis – sia in corso un processo di ridefinizione dei rapporti economico-commerciali nelle principali filiere zootecnico-agroalimentari del Paese che non pare in linea con le principali esperienze di mercato riscontrabili a livello internazionale.

Al proposito, infatti, va ricordato come l'Italia mostri un significativo ritardo nello sviluppo di borse-merci in grado di fornire, attraverso l'impiego di strumenti di contrattazione telematica in forma anonima, la definizione trasparente e continua di listini di prezzi. Ciò in quanto si sono sin qui mantenute in essere le ormai anacronistiche modalità operative delle istituzioni di cui alla legge 20 marzo 1913, n. 272, ovvero borse-merci rappresentanti piazze di contrattazione locale e facilmente assoggettabili a dinamiche concertative opache. Quanto a un soggetto quale la Borsa Merci Telematica Italiana ("BMTI"), che - perlomeno a decorrere dall'anno 2006 - avrebbe potuto svolgere un ruolo fondamentale sia nello stabilimento di moderni mercati a pronti che nell'affermazione di mercati a termine, si rileva come le sue attività abbiano finora scontato la contestuale affermazione e approvazione ufficiale di logiche di filiera poco compatibili con i modelli borsistici correnti, logiche rispetto a cui la stessa BMTI è stata per di più posta in funzione di supporto operativo.

L'Autorità ha già avuto modo di segnalare in passato come l'attività di Commissioni Uniche Nazionali ("CUN"), volta alla definizione di prezzi di riferimento validi per un'intera filiera zootecnico-agroalimentare, possa apprezzarsi solo *"laddove non integri un luogo idoneo a*

coordinare strategie future di prezzo con effetti restrittivi della concorrenza nel mercato”¹. Più di recente, riferendosi a un settore allo stato privo di una propria CUN, l’Autorità ha quindi sottolineato come “*sarebbe auspicabile il passaggio da una pluralità di borse merci locali ad un’unica borsa merci a livello nazionale, possibilmente ispirandosi ad un modello di stampo privatistico o quantomeno rafforzando l’esistente Borsa Merci Telematica Italiana, e dotando altresì la borsa unica degli strumenti necessari a sviluppare la contrattazione a termine accanto a quella a pronti*”².

In tale prospettiva, la sostituzione delineata dall’art. 6-bis del sistema attuale delle borse-merci con centrali di definizione concordata di prezzi di riferimento, ovvero le CUN, sembra portare al mantenimento di una struttura di contrattazione comunque riconducibile a meccanismi chiusi, tali da non consentire in Italia un effettivo sviluppo di moderne forme di borsa-mercato per i prodotti zootecnico-agroalimentari, né a pronti né tantomeno a termine. In una prospettiva pro-concorrenziale volta al controllo del potere di mercato e contrattuale nel perseguimento di produzioni nazionali e scambi commerciali efficienti, l’istituzione di CUN appare pertanto accettabile in quanto soluzione transitoria, meramente preliminare – in un momento di particolari tensioni nel settore zootecnico-agroindustriale – allo stabilimento di effettivi e trasparenti meccanismi di mercato, e non come una modalità sistemica ordinaria di definizione dei prezzi di riferimento.

Con specifico riferimento ai contenuti della Bozza si rileva in primo luogo come, ai sensi dell’art. 4, comma 4, i commissari delle CUN siano esclusivamente rappresentanti della parte venditrice (perlopiù imprese agricole) e parte acquirente (ovvero imprese di trasformazione). Ciò comporta una compressione di rappresentanza addirittura ulteriore rispetto a quanto previsto dall’art. 6-bis, comma 2, che prevede la partecipazione alle CUN, oltre che dei delegati dei produttori agricoli e dell’industria di trasformazione, anche degli esponenti “*del commercio e della distribuzione*”. A fronte di tali peculiari modalità di composizione, la presenza di un Comitato di Garanti (già per sé prevista in maniera soltanto eventuale: cfr. art. 6, comma 1, lett. f)) non pare comunque tale da offrire effettive garanzie di trasparenza delle attività delle CUN, dal momento che anche i componenti di tale comitato sono scelti dagli stessi versanti di rappresentanza dei commissari effettivi, con due soli membri su sei nominati dai competenti Ministeri solo nel caso in cui non si trovi un accordo tra le parti imprenditoriali (cfr. art. 5, comma 4, della Bozza).

Al fine di assicurare modalità operative trasparenti ed efficaci, si invitano pertanto i soggetti destinatari del presente parere a verificare l’opportunità di (1) garantire la presenza di parti terze quantomeno nel comitato dei garanti, e (2) estendere in maniera autonoma – e migliorativa di quanto stabilito in maniera generale dall’art. 6-bis – la nomina commissariale anche a soggetti indipendenti e/o in rappresentanza di altri gruppi di interesse. A tale proposito, si rileva positivamente come nel regolamento di funzionamento di una delle CUN attualmente già esistenti, ovvero la *Commissione Unica Nazionale dei conigli vivi da carne da allevamento nazionale*, sia stata da ultimo inserita la previsione dell’apporto di esperti esterni, tra cui “*rappresentanti di organizzazioni di grossisti e grande distribuzione, associazioni di consumatori*” (v. art. 4 del regolamento). Si raccomanda, pertanto, che tale soluzione operativa di allargamento rappresentativo venga replicata negli altri regolamenti previsti per CUN già esistenti o di prossima costituzione.

¹ Cfr. AGCM, AS850 - *Formazione dei prezzi all’ingrosso nel settore cunicolo*, 20 aprile 2011.

² Cfr. AGCM, AS1167 - *Problematiche concorrenziali nel settore del riso*, 13 gennaio 2015.

Anche per quanto riguarda le effettive modalità operative delle CUN ai sensi della Bozza in esame, si evidenzia la mancanza di criteri stringenti e vincolanti di individuazione della base informativa da adottarsi per la definizione delle quotazioni di riferimento. L'art. 6, comma 2, della Bozza, infatti, si limita a fare riferimento a rapporti informativi contenenti "*dati di mercato raccolti nel modo più esaustivo ed aggiornato possibile*". La precisione nell'individuazione delle fonti e la definizione della verificabilità delle informazioni appare infatti fondamentale per evitare la possibile deriva delle CUN verso forme di coordinamento di strategie future di prezzo, anche attraverso l'impiego di elementi di riferimento a favore di una delle parti interessate. Al riguardo, si segnala come le esperienze sin qui registrate nell'attività delle CUN già costituite – segnatamente quelle relative alle filiere cunicole e suinicole – abbiano fatto emergere ricorrenti difficoltà nella definizione delle quotazioni di riferimento, addirittura con la sospensione delle rispettive attività operative decretata dalla parte ministeriale competente. In tale prospettiva, le recenti modifiche apportate al citato regolamento della CUN cunicola, nella parte in cui definiscono la base-dati da fornire ai commissari in maniera molto specifica e riferita a fonti riconducibili al sistema statistico nazionale ISTAT e ISMEA (art. 7 del regolamento), appaiono nuovamente un modello apprezzabile da seguire nella fase di definizione dei regolamenti di altre eventuali CUN.

L'Autorità, nel riservarsi possibili accertamenti rispetto a quanto avvenuto in seno alle CUN relative alle filiere cunicole e suinicole, nonché nel dichiarare la propria volontà di monitorare attentamente le attività future delle stesse e di tutte le altre CUN di eventuale futura costituzione, raccomanda pertanto una definizione molto rigorosa e verificabile degli elementi informativi alla base della definizione delle rispettive quotazioni.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone il motivo.

L'Autorità ringrazia per l'attenzione dimostrata nei confronti della propria attività istituzionale.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

AS1331 - ROMA CAPITALE - REGOLAMENTO PER IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO DI LINEA GRAN TURISMO

Roma, 14 dicembre 2016

Sindaco di Roma Capitale

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 7 dicembre 2016, ai sensi dell'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ha deliberato di formulare alcune osservazioni relativamente al Regolamento per il servizio di trasporto pubblico di linea Gran Turismo di Roma Capitale approvato con deliberazione del Commissario straordinario con i poteri dell'Assemblea capitolina n. 18 del 31 marzo 2016 (di seguito, il Regolamento).

Si fa riferimento, in primo luogo, agli articoli 5 e 7 del Regolamento che prevedono che lo svolgimento dell'attività di granturismo (di seguito, GT) per le aree che interessano la c.d. zona ZTL BUS 1 sia sottoposto a vincoli qualitativi e a limiti quantitativi e che le autorizzazioni siano rilasciate a seguito di apposita procedura selettiva, in relazione ai limiti quantitativi individuati dalla Giunta Capitolina nell'ambito della definizione della rete GT.

Ancorché si ritenga condivisibile la scelta operata dall'Assemblea Capitolina con il Regolamento GT di ricorrere ad una procedura di gara per l'assegnazione delle autorizzazioni all'espletamento dell'attività di granturismo, dato l'oggettivo problema del congestionamento del traffico veicolare nel centro di Roma¹, si ritiene che il ritardo da parte di Roma Capitale nell'attuazione delle previsioni del medesimo Regolamento – in particolare la mancata definizione della rete del Gran Turismo da parte della Giunta capitolina, ai sensi degli articoli 7 e 22 del Regolamento – possa rallentare o comunque rendere più difficile l'ingresso di nuovi operatori nel mercato dell'offerta di servizi di trasporto GT, consolidando, invece, le posizioni di vantaggio a lungo vantate dagli operatori già autorizzati.

A ciò deve aggiungersi il rinvio dell'art. 7 del Regolamento alla procedura concorsuale per l'individuazione dei *“criteri tecnici e qualitativi anche con riferimento al grado di impatto ambientale dei veicoli impiegati”*, che consente l'introduzione nel futuro bando di gara di criteri tecnici e qualitativi non noti in anticipo e che potrebbero anche esorbitare da quanto necessario.

Al riguardo si ricorda che la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha statuito che, in materia di autorizzazioni di linee d'autobus a vocazione essenzialmente turistica, il regime di previa autorizzazione è ammissibile per la necessità di contemperare interessi diversi, purché sia fondato su criteri oggettivi, non discriminatori e noti in anticipo².

¹ Sul punto, si richiamano, le pronunce del Giudice amministrativo (*inter alia*, Consiglio di Stato, n. 645/2012, Tar Lazio, n. 4061/2014 e n. 10652/2015) e quanto già espresso dall'Autorità nel parere AS1107 – *“Provincia di Roma – Bozza di regolamento disciplinante i servizi di trasporto di linea Gran Turismo”*, 23 gennaio 2014, Boll. n. 4/2014.

² Nella sentenza del 22 dicembre 2010 (C-338/09, *Yellow Cab Verkehrsbetriebs GmbH v. Landeshauptmann von Wien*), ha osservato, con riferimento ai limiti posti agli operatori stabiliti in altri Stati membri, che il regime di previa autorizzazione amministrativa *“perché sia giustificato anche quando deroghi ad una libertà fondamentale [di stabilimento], deve essere*

L'Autorità, inoltre, ha verificato che alcune delle attuali autorizzazioni sono detenute da società che hanno la medesima compagine sociale e/o possono essere ascritte al medesimo controllo.

In vista delle future, e auspicabilmente imminenti, procedure di assegnazione delle nuove autorizzazioni tramite gara, si suggerisce, pertanto, al fine di evitare elusioni al contingentamento *pro quota* delle medesime autorizzazioni, di prevedere nei bandi di gara delle clausole di divieto di partecipazione da parte di imprese che, ai sensi del codice civile e dell'articolo 7 della legge 287/90, siano considerabili come assoggettate al medesimo controllo.

In ultimo, con riferimento alle modalità di rilascio delle autorizzazioni all'esterno della ZTL BUS 1 (c.d. ZTL BUS 2 e zone al di fuori del GRA), l'articolo 4 del Regolamento prevede un avviso pubblico con cadenza periodica per la presentazione di istanze da parte degli operatori da esaminare sia sotto il profilo dell'impatto dei servizi proposti sul traffico locale, sia in relazione al numero di quelli già autorizzati sull'area di riferimento.

Sul punto, si auspica la modifica del riferimento "agli operatori già autorizzati" quale criterio per definire il rilascio dell'autorizzazione, in quanto esso potrebbe ostacolare l'accesso al mercato da parte di nuovi operatori, favorendo invece gli assegnatari storici.

L'Autorità confida, pertanto, che l'Amministrazione in indirizzo voglia tener conto delle osservazioni svolte, procedendo a una revisione in senso pro- concorrenziale del Regolamento esaminato.

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

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

AS1332 - CONSIP - BANDO DI GARA RETI LOCALI PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

Roma, 14 novembre 2016

Ministero dell'Economia e delle Finanze

Oggetto: richiesta di parere Vs. prot. n. 0117960/2016 del 24 ottobre 2016 in ordine al “*Bando di gara per la fornitura di prodotti e servizi per la realizzazione, manutenzione e gestione di reti locali per le pubbliche amministrazioni ai sensi dell’art. 26 l. n. 488/1999 e s.m.i. e dell’art. 58 l. n. 388/2000 (ID 1785)*”.

Con riferimento alla richiesta di parere formulata ai sensi dell’articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, da codesto Ministero e concernente la documentazione di gara in merito alla procedura predisposta da Consip S.p.A. per la fornitura di prodotti e servizi per la realizzazione, manutenzione e gestione di reti locali per le Pubbliche Amministrazioni, si comunica che l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 9 novembre 2016, ha ritenuto che le previsioni contenute in tale documentazione siano sostanzialmente conformi agli orientamenti espressi da questa Autorità in materia di bandi di gara predisposti da Consip S.p.A. L’Autorità si riserva di valutare gli esiti della gara, ove nel corso del suo svolgimento emergano elementi suscettibili di configurare illeciti anticoncorrenziali.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

**AS1333 - CONSIP - BANDO DI GARA PER LA FORNITURA IN ACQUISTO DI
TECNOLOGIE SERVER E SERVIZI CONNESSI ED OPZIONALI PER LE PUBBLICHE
AMMINISTRAZIONI – EDIZIONE 1**

Roma, 2 dicembre 2016

Ministero dell'Economia e delle Finanze

Oggetto: richiesta di parere Vs. prot. n. 0125304/2016 del 9 novembre 2016, in ordine al “*Bando di gara per la fornitura in acquisto di tecnologie server e servizi connessi ed opzionali – Edizione I (ID 1773)*”.

Con riferimento alla richiesta di parere formulata ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, da codesto Ministero e concernente la documentazione di gara in merito alla procedura predisposta da Consip S.p.A. per la fornitura in acquisto di tecnologie server e servizi connessi ed opzionali per le Pubbliche Amministrazioni, si comunica che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 30 novembre 2016, ha ritenuto che le previsioni contenute in tali bozze siano sostanzialmente conformi agli orientamenti espressi da questa Autorità in materia di bandi di gara predisposti da Consip S.p.A.

L'Autorità si riserva di valutare gli esiti della gara, ove nel corso del suo svolgimento emergano elementi suscettibili di configurare illeciti anticoncorrenziali.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

**AS1334 –ANAC- LINEE GUIDA PER IL RICORSO A PROCEDURE NEGOZiate
SENZA PUBBLICAZIONE DI BANDO DI GARA NEL CASO DI FORNITURE E
SERVIZI RITENUTI INFUNGIBILI**

Roma, 14 dicembre 2016

Autorità Nazionale Anticorruzione

Con riferimento alla richiesta di parere formulata ai sensi dell'art. 22 della legge n. 287/90 dall'Autorità Nazionale Anticorruzione – ANAC, concernente le linee guida *“per il ricorso a procedure negoziate senza pubblicazione di un bando di gara nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili”*, si comunica che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 7 dicembre 2016, ha ritenuto quanto segue.

Le linee guida sottoposte all'attenzione dell'Autorità sono volte a fornire indicazioni alle stazioni appaltanti sulle condizioni che devono sussistere affinché possa legittimamente derogarsi ai principi dell'evidenza pubblica per l'acquisto di beni e servizi infungibili e sugli accorgimenti che devono essere adottati per evitare di trovarsi in situazioni caratterizzate da fenomeni di c.d. *lock-in*. Sul tema del ricorso a procedure negoziate senza pubblicazione di un bando di gara nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili, l'Autorità ha avuto modo di pronunciarsi in più occasioni¹, principalmente con riferimento alla prassi di alcune amministrazioni di derogare con eccessiva leggerezza al principio di evidenza pubblica, estendendo ingiustificatamente l'ambito di applicazione dell'abrogato art. 57 del D.lgs. n. 163/2006 ora trasfuso, con qualche modifica, nel testo dell'art. 63 del D.lgs. n. 50/2016 (in seguito anche Nuovo codice dei contratti pubblici).

In tutte le ipotesi, da valutare restrittivamente, in cui la particolare natura del bene o del servizio richiesto dall'amministrazione sia tale da restringere fisiologicamente la platea dei potenziali partecipanti alle gare o autorizzare la deroga alla regola dell'evidenza pubblica ai sensi del citato art. 63, le amministrazioni devono adoperarsi affinché il sacrificio del processo concorrenziale sia giustificato e compensato, in un'ottica di proporzionalità, dai guadagni di efficienza o, più in generale, dai benefici che ne derivano in termini di qualità ed economicità dei servizi o dei beni forniti. Tale dimostrazione integra un preciso onere motivazionale che ciascuna amministrazione è obbligata a soddisfare valutando il caso concreto alla luce delle caratteristiche dei mercati potenzialmente interessati e delle dinamiche che li caratterizzano. L'esperienza maturata dall'Autorità ha, infatti, evidenziato situazioni in cui il più delle volte la distorsione della concorrenza è riconducibile alla condotta delle stesse amministrazioni che, utilizzando motivazioni

¹ Senza pretesa di esaustività, si consideri il caso AS755 - *GESTIONE INFORMATIZZATA DEGLI ATENEI UNIVERSITARI*. Anche con riferimento all'affidamento di attività accessorie al servizio di illuminazione pubblica, l'Autorità ha sollevato dubbi sulla condotta delle amministrazioni propense ad affidare direttamente i lavori di ammodernamento illuminotecnico a Enel Sole, v. AS1240 - *MODALITÀ DI AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI ILLUMINAZIONE PUBBLICA COMUNALE*.

apodittiche e lacunose per giustificare la necessità tecnica o economica della deroga, manifestano una precisa volontà di negoziare direttamente con il fornitore storico.

In tal senso, è assolutamente apprezzabile l'attenzione posta dalle linee guida non soltanto all'onere motivazionale delle amministrazioni ma anche alle relative fasi di programmazione e progettazione delle proprie esigenze che implicano, a seconda dei casi, l'aggiornamento o l'acquisizione di uno specifico bagaglio informativo, anche a seguito di consultazione informale degli operatori economici presenti sul mercato². La riduzione delle asimmetrie informative è, infatti, possibile sfruttando al meglio tutte le possibilità offerte dal nuovo codice dei contratti, anche investendo sulla specializzazione delle stazioni appaltanti, garantendo l'accesso alle esperienze di altre amministrazioni, incentivando i fenomeni di aggregazione degli acquisti, così da consentire l'acquisizione e la condivisione del *know-how* necessario ad operare una scelta avveduta che tenga conto di tutti i potenziali rischi e benefici della scelta di una tra le diverse opzioni presenti sul mercato.

Un'idonea attività di progettazione preliminare del bene o del servizio richiesto dall'amministrazione può, inoltre, contribuire ad evitare in radice i fenomeni di *lock-in*. Nei casi in cui non sia possibile soddisfare le esigenze dell'amministrazione con dei prodotti o servizi standardizzati (ossia perfettamente interoperabili con altre soluzioni tecnologiche) e che, dunque, non vincolino l'amministrazione al medesimo fornitore per l'acquisto dei ricambi o per le attività legate alla manutenzione, è opportuno che il confronto competitivo in sede di gara abbia ad oggetto l'intero ciclo di vita del prodotto o del servizio (incluse, ad esempio, la ricambistica, la manutenzione e tutte le altre prestazioni accessorie) a maggior ragione nei casi in cui il valore degli *aftermarket* sia tutt'altro che trascurabile. Tale soluzione eviterebbe il rischio che un operatore possa adottare strategie opportunistiche, presentando un'offerta particolarmente aggressiva in sede di gara, potendo contare sul successivo recupero di consistenti guadagni negli *aftermarket* a danno dell'amministrazione e dei concorrenti.

Nell'ambito delle procedure competitive, inoltre, potrebbe formare oggetto di valutazione non soltanto l'offerta sul servizio principale e le relative attività accessorie ma anche sugli eventuali *switching cost* che l'amministrazione dovrebbe sostenere nell'ipotesi in cui decidesse di bandire una nuova gara alla scadenza del contratto e risultasse aggiudicatario un operatore diverso. In altri termini, il costo derivante dal passaggio ad altra tecnologia potrebbe diventare uno specifico criterio di aggiudicazione della gara.

In tal senso, la fase di progettazione del servizio o del bene è fondamentale per verificare l'eventuale rilevanza dell'*aftermarket* sull'economia generale del contratto e la conseguente opportunità di stimolare la presentazione di offerte sull'intero ciclo di vita del prodotto o servizio. Laddove, invece, l'indagine di mercato rivelasse che gli *aftermarket* e gli eventuali *switching cost* presentano un valore trascurabile nell'economia complessiva del contratto o che non esistono vincoli tecnologici, economici o giuridici che impediscano all'amministrazione di rivolgersi ai fornitori universali di ricambi o servizi di manutenzione, potrebbe essere riconosciuta la possibilità di ricorrere ad affidamenti non integrati.

² In tale ottica, le amministrazioni possono svolgere, quando necessarie, anche consultazioni preliminari con gli operatori presenti sul mercato, possibilità ora esplicitamente prevista dall'art. 66 del nuovo codice dei contratti pubblici. La riduzione delle asimmetrie informative, propedeutica ad un'adeguata programmazione e progettazione dei servizi e dei beni richiesti, rappresenta un obiettivo di carattere trasversale, auspicabile con riferimento a tutti i settori interessati dagli acquisti della pubblica amministrazione, e non solo quelli tradizionalmente interessati da fenomeni di *lock-in*, come recentemente evidenziato dall'Autorità con riferimento all'analisi delle condizioni concorrenziali di alcuni specifici settori dei servizi pubblici locali (IC47 - *CONDIZIONI CONCORRENZIALI NEI MERCATI DEL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE* e IC49 - *MERCATO DELLA GESTIONE DEI RIFIUTI SOLIDI URBANI*).

Nel caso in cui l'amministrazione fosse, invece, già condizionata da fenomeni di *lock-in* a causa di scelte passate o di strategie opportunistiche del produttore originario, un'approfondita indagine di mercato potrebbe svelare che i costi di passaggio ad altro produttore o tecnologia interoperabile rappresentano un'alternativa economicamente più vantaggiosa rispetto al proseguimento del contratto in essere.

Anche l'ipotesi del *multi-sourcing*, attraverso la suddivisione dell'appalto in più quote o lotti con restrizioni al numero massimo di quelli aggiudicabili a ciascun partecipante, può certamente contribuire a ridurre l'asimmetria informativa, garantendo all'amministrazione un livello minimo di confronto concorrenziale alla scadenza del contratto e limitare, in tal modo, il rischio di *lock-in*. Al riguardo va considerato, tuttavia, che i potenziali benefici del *multi-sourcing* potrebbero essere annullati dalla inevitabile duplicazione dei costi (fissi e di transazione), unita a possibili diseconomie di scala e agli inevitabili rischi di collusione³. A tal fine, la previsione di lotti o quote disomogenee ma allo stesso tempo coerenti con la dimensione minima efficiente del mercato, preferibilmente aggiudicati con procedure distanziate nel tempo, può contribuire a massimizzare le potenzialità pro-competitive di tale modalità di affidamento⁴.

L'Autorità auspica che le predette osservazioni possano essere di ausilio allo svolgimento dell'attività dell'Autorità Nazionale Anticorruzione.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

³ L'acquisizione del maggior numero di informazioni relative non soltanto al prodotto o al bene richiesto dall'amministrazione ma anche alla struttura dei mercati coinvolti e alle dinamiche che li caratterizzano è essenziale per verificare se gli stessi siano suscettibili di costituire terreno fertile allo sviluppo di fenomeni collusivi, secondo le logiche e i criteri già ampiamente illustrati dall'Autorità nel *Vademecum per le stazioni appaltanti volto all'individuazione delle criticità concorrenziali negli appalti pubblici*. Il documento è disponibile su http://www.agcm.it/component/joomdoc/allegati-news/Delibera_e_Vademecum.pdf/download.html.

⁴ Un meccanismo di *multi-sourcing* con la previsione di lotti disomogenei, aggiudicati in momenti diversi l'uno dall'altro, potrebbe scoraggiare l'insorgenza di condotte collusive e incentivare, invece, fenomeni di concorrenza comparativa.

**AS1335- AFFIDAMENTO DELLE CONCESSIONI DI POSTEGGIO PER IL
COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

Roma, 15 dicembre 2016

Conferenza Unificata Stato – Regioni
Conferenza delle Regioni e delle Province
Autonome
Ministero dello Sviluppo Economico

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nell'esercizio dei poteri ad essa assegnati dall'articolo 22 della legge n. 287 del 10 ottobre 1990, nella riunione del 7 dicembre 2016 ha inteso formulare alcune osservazioni in merito ai problemi di natura concorrenziale che caratterizzano il settore dell'assegnazione delle concessioni di posteggio per il commercio su aree pubbliche, con particolare riguardo alla durata delle concessioni e ai criteri di selezione in caso di domande concorrenti.

Gli artt. 10 e 12 della Direttiva 2006/123/CE (di seguito anche Direttiva Servizi o Bolkestein) e gli artt. 14 e 16 del D.Lgs. n. 59/2010 di recepimento di tale Direttiva stabiliscono che è libera ogni attività non espressamente vietata e che, ove necessario ricorrere a un titolo autorizzatorio, questo è rilasciato all'esito di selezione pubblica, per una durata limitata, senza rinnovi automatici, né vantaggi al prestatore uscente.

Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche, i profili della durata e dei criteri di affidamento delle concessioni di posteggio hanno trovato una prima regolazione nell'Intesa Stato-Regioni del 2012 *“sui criteri da applicare nelle procedure di selezione per l'assegnazione di posteggi su aree pubbliche”* (di seguito anche Intesa del 2012), adottata ai sensi dell'art. 70, comma 5, del D.Lgs. n. 59/2010. Secondo l'Intesa del 2012, il Comune fissa la durata della concessione, ma, *“In ogni caso, la durata della concessione non può essere inferiore ai nove anni, né, nel caso siano (...) necessari rilevanti investimenti materiali, superiore ai dodici anni”*. Nei mercati a carattere turistico la durata delle concessioni deve essere *“comunque non inferiore a sette anni”* (punto 1).

Inoltre, il criterio prioritario di assegnazione è quello della *“maggiore professionalità acquisita”*, definita in base all'anzianità di esercizio dell'impresa, anche nello specifico posteggio oggetto di selezione, che può ricevere una specifica valutazione nel limite del 40% del punteggio complessivo; nei centri di pregio, è dato rilievo all'impegno del titolare a operare secondo le esigenze della zona (con modalità o prodotti specifici); infine, si può tenere conto della regolarità contributiva, fiscale e previdenziale dell'impresa (punto 2, lett. a)¹.

¹ In particolare, secondo l'Intesa del 2012, *“la professionalità valutabile è riferita all'anzianità di esercizio dell'impresa, ivi compresa quella acquisita nel posteggio al quale si riferisce la selezione, che in sede di prima applicazione può avere specifica valutazione nel limite del 40% del punteggio complessivo; l'anzianità di impresa è comprovata dall'iscrizione*

In attuazione dell'Intesa del 2012, il Documento delle Regioni e Province Autonome del 24 gennaio 2013 (di seguito anche Documento 2013), per “assicurare omogeneità territoriale”, propone di adottare un limite unico a livello nazionale di durata delle concessioni, pari a 12 anni, al fine di consentire il recupero degli investimenti anche immateriali in un'attività caratterizzata da limitati volumi di vendita (punto 1).

In caso di domande concorrenti, tale Documento propone ai Comuni di assegnare i seguenti punteggi:

- a) per la “maggiore professionalità acquisita nell'esercizio del commercio su area pubblica”, derivante dalla data di iscrizione come impresa attiva nel Registro delle imprese, 40 punti per un'anzianità di iscrizione fino a 5 anni; 50 punti per un'anzianità fino a 10 anni e 60 punti per un'anzianità superiore ai 10 anni;
- b) per il titolare di concessioni in scadenza nel 2017-2020, che concorre all'assegnazione dello specifico posteggio in cui operava, altri 40 punti ;
- c) infine, per l'impegno a eseguire specifiche opere/adattamenti in particolari contesti 7 punti e per la prova della regolarità contributiva altri 3 punti (punto 2).

Il Documento 2013 detta, infine, “*diposizioni transitorie*”, per compensare le disparità di trattamento tra gli operatori che, essendo titolari di concessioni scadute prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. n. 59/2010, hanno usufruito di una proroga e quelli che, diversamente, non se ne sono potuti avvantaggiare. Il regime transitorio consiste nel prorogare di diritto a maggio o luglio 2017 le concessioni che sarebbero scadute, rispettivamente, dopo l'entrata in vigore del D.Lgs. n. 59/2010 e dell'Intesa del 2012, rinviando l'applicazione dei nuovi criteri di selezione soltanto dopo lo spirare del regime transitorio (punto 8)².

Con Risoluzione n. 34181 del 9 febbraio 2016 (di seguito anche Risoluzione 2016), avvicinandosi la scadenza del regime transitorio definito dal Documento 2013 (maggio e luglio 2017, punto 8), il Ministero dello Sviluppo Economico (di seguito anche MISE) ha dato ai Comuni la possibilità di stabilire la durata di un secondo periodo transitorio, che – diversamente dal primo – non incide sulla durata delle concessioni, ma sull'interpretazione e sulla “*prima applicazione*” dei criteri di selezione nelle gare bandite dal 2017 in poi³. Il criterio specifico dell'anzianità di esercizio dell'impresa si conferma, quindi, un criterio di selezione prioritario.

Il MISE indica, altresì, che la durata dell'ulteriore periodo transitorio deve essere fissata “*in relazione alle caratteristiche del mercato e comunque nell'arco dei limiti di ammortamento stabiliti al punto 1 dell'Intesa, ossia 9-12 anni*”. Viene, inoltre, specificato che, in tale periodo, il riconoscimento di un punteggio specifico per il concessionario uscente (in misura del 40%) non va limitato ai casi di parità di posizione dopo le procedure di selezione ai fini della definizione della graduatoria, ma va applicato al momento dell'attribuzione del punteggio complessivo ai

quale impresa attiva nel Registro delle imprese, riferita nel suo complesso al soggetto titolare dell'impresa al momento della partecipazione alla selezione, cumulata con quella del titolare al quale è eventualmente subentrato”.

² In particolare, secondo il Documento Unitario 2013, “*a) le concessioni scadute e rinnovate (o rilasciate) dopo l'entrata in vigore del d.lgs 59/2010 (08 maggio 2010) sono prorogate di diritto per sette anni da tale data, quindi fino al 07 maggio 2017 compreso;*

b) le concessioni che scadono dopo l'entrata in vigore dell'intesa della Conferenza unificata (05 luglio 2012) e nei cinque anni successivi sono prorogate di diritto fino al 04 luglio 2017 compreso;

c) le concessioni scadute prima dell'entrata in vigore del d. lgs 59/2010 e che sono state rinnovate automaticamente mantengono efficacia fino alla naturale scadenza prevista al momento di rilascio o di rinnovo”.

³ Più precisamente, secondo la Risoluzione 2016, trattandosi di un periodo di “*prima applicazione*”, “*deve essere individuata una ulteriore fase transitoria, la cui durata deve essere stabilita dal Comune, nel corso della quale, alle procedure di evidenza pubblica relative alle concessioni di posteggio nei mercati che sono oggetto di proroga per effetto delle disposizioni transitorie di cui al punto 8 e che, scadute le proroghe devono essere oggetto di riassegnazione, si applica, in ogni caso, il criterio dell'anzianità di esercizio dell'impresa nel posteggio al quale si riferisce la selezione che (...) può avere una specifica valutazione nel limite massimo del 40% del punteggio complessivo*”.

concorrenti, per formare la graduatoria stessa. Soltanto dopo tale ulteriore fase transitoria, i Comuni potranno “*prescindere dalla riserva di attribuzione di un punteggio specifico al soggetto titolare del posteggio*”.

Al riguardo, l’Autorità intende ripercorrere i principi concorrenziali in materia e svolgere alcune considerazioni in merito alla durata delle concessioni e ai criteri di selezione.

In più occasioni, l’Autorità ha affermato il principio per cui un termine eccessivamente ampio di durata delle concessioni può alterare il funzionamento del mercato, rendendo più difficoltoso l’ingresso da parte di nuovi operatori, a detrimento della qualità dell’offerta, e determinando, di conseguenza, una cristallizzazione degli assetti esistenti nel mercato di riferimento. Riferendosi, in particolare, alla previgente disciplina del commercio su aree pubbliche, l’Autorità ha ritenuto eccessivamente lunga la durata decennale della concessione, “*anche tenuto conto della natura dell’attività che il soggetto aggiudicatario andrà a svolgere, la quale non richiede particolari investimenti*”⁴.

Tale principio è stato costantemente ribadito in tutti i settori economici caratterizzati dal ricorso allo strumento concessorio (di beni o servizi), per affermare l’opportunità di ridurre la discrezionalità amministrativa nella scelta dei concessionari, basandosi su criteri oggettivi, trasparenti, non discriminatori, e di rispettare i principi comunitari della parità di trattamento, non discriminazione, trasparenza e proporzionalità. Una durata delle concessioni non eccessivamente ampia risulta strettamente funzionale al rispetto di tali principi e l’Autorità, nell’esercizio delle proprie funzioni consultive nell’ambito di vari settori produttivi affidati in concessione ha sempre affermato che la durata “*dovrebbe essere rigorosamente definita in maniera da perseguire l’equilibrio economico-finanziario degli investimenti del concessionario, senza però rinviare per tempi eccessivamente lunghi il confronto concorrenziale*”⁵.

Pertanto, considerato lo specifico settore in esame, caratterizzato di norma da limitati investimenti soprattutto di natura strutturale, una durata minima di 9 anni (7 nel caso di mercati turistici) individuata su tutto il territorio nazionale può risultare sproporzionata e non rispettosa dei principi sopraesposti.

Quanto ai criteri di assegnazione dei posteggi, va ribadito che quelli che danno peso decisivo a requisiti di anzianità o di esperienza pregressa in un determinato settore sono comunque idonei a pregiudicare il corretto dispiegarsi di dinamiche di mercato, in quanto possono favorire gli operatori esistenti, a scapito di nuovi concorrenti. Pertanto, secondo il consolidato orientamento dell’Autorità, tali criteri dovrebbero essere considerati soltanto in maniera residuale⁶.

Si pongono, quindi, in contrasto con tale principio le previsioni che attribuiscono ai criteri di anzianità quasi la totalità dei punteggi massimi conseguibili, declinati dal Documento 2013 tra i 40 e i 60 punti per la professionalità pregressa, attestata attraverso l’iscrizione dell’operatore nel registro delle imprese e altri 40 punti per i concessionari uscenti.

⁴ Cfr. segnalazione del 12 ottobre 2011 – AS876, *Disposizioni relative all’esercizio dell’attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche*.

⁵ Cfr., ad esempio, le segnalazioni del 21 giugno 2016, *Concessioni per la gestione del servizio di distribuzione del gas naturale*, in 24/2016; del 16 dicembre 2015, *Comune di Albiano (TN) - Disciplina del settore delle cave*, in Boll. n. 48/2015; il parere del 29 gennaio 2014, AS1114 - *Regime concessorio presente nel porto di Livorno*, in Boll. n. 12/2014; il parere ex art. 21-bis del 19 dicembre 2012, AS1002 - *Comune di Roccaraso (AQ) – Impianti sciistici di risalita*, in Boll. n. 51/2012; AS994 - *Comune di Gallipoli (LE) - Rinnovo di concessioni demaniali marittime*, in Boll. n. 46/2012, etc.. Sul punto, peraltro, l’articolo 18 della Direttiva 2014/23/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014 sull’aggiudicazione dei contratti di concessione, rubricato “Durata della concessione”, secondo cui la durata delle concessioni deve essere limitata e, se superiore a 5 anni, essa non può superare il periodo di tempo necessario a recuperare gli investimenti e un ritorno sul capitale investito.

⁶ Cfr., da ultimo, la segnalazione del 9 novembre 2016 – S2658, *Comune di Venezia - Regolamento disciplina attività artistiche suolo pubblico*, non ancora pubblicata.

In proposito, si osserva che il secondo periodo transitorio individuato dalla Risoluzione 2016 del MISE prevede che il requisito dell'anzianità specifico per l'impresa uscente, benché complessivamente non possa portare a un punteggio superiore al 40% di quello complessivo, deve essere “*in ogni caso*” applicato: ciò significa che, per un ulteriore periodo della durata di 9-12 anni, difficilmente, nuovi operatori o semplicemente soggetti diversi dal concessionario uscente potranno seriamente contendere un posteggio da riassegnare, in quanto anche sommando tutti i punteggi previsti per i criteri diversi dall'anzianità/esperienza/iscrizione, nessun operatore potrà arrivare allo stesso punteggio del concessionario uscente.

Il *favor* per il concessionario uscente che verrebbe così significativamente a determinarsi potrebbe di fatto dissimulare, nella sostanza, una forma di rinnovo automatico della concessione, ponendosi in contrasto con l'art. 12 della Direttiva Servizi, in base al quale, l'assegnazione di un titolo autorizzatorio (che già deve avere una durata limitata) “*non può prevedere la procedura di rinnovo automatico né accordare altri vantaggi al prestatore uscente*”.

La portata di tale disposizione è stata di recente precisata dalla Corte di Giustizia, con particolare riferimento alle concessioni demaniali marittime, rispetto alle quali è stato affermato che, in base all'art. 12 della Direttiva Servizi, non è possibile consentire la proroga automatica delle autorizzazioni demaniali marittime e lacuali in essere per attività turistico-ricreative, in assenza di qualsiasi procedura di selezione tra i potenziali candidati⁷.

Il principio sarebbe chiaramente disatteso, se la procedura pubblica, in ragione dei criteri di selezione previsti, fosse ridotta al rango di mero adempimento formale⁸.

In definitiva, i punti sopra richiamati, nel prevedere una durata eccessivamente lunga, predeterminata e rigida, oltre che nell'accordare preferenza agli operatori già presenti valorizzando in maniera eccessiva e prioritaria i requisiti di anzianità, si pongono in contrasto con l'art. 12 della Direttiva Servizi e con l'art. 16 del D.Lgs. n. 59/2010, secondo cui “*il titolo è rilasciato per una durata limitata e non (...) possono essere accordati vantaggi al prestatore uscente (...)*”.

L'Autorità auspica, quindi, che i documenti di riferimento nel settore siano modificati recependo le indicazioni sopra esposte e che, in ogni caso, le amministrazioni locali esercitino la propria potestà sull'individuazione della durata delle concessioni e dei criteri di selezione in maniera coerente con i principi sopra richiamati e con le disposizioni della Direttiva Servizi.

L'Autorità invita a comunicare, entro un termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le determinazioni assunte con riguardo alle criticità concorrenziali evidenziate.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

⁷ Cfr. la sentenza del 14 luglio 2016, nelle cause riunite C-458/14 e C-67/15, riguardante proprio la normativa italiana, ovvero l'art. 1, comma 18, del D.L. n. 194/2009, convertito con L. n. 25/2010.

⁸ Ad analoghe considerazioni e conclusioni si giunge anche osservando che la “*seconda fase transitoria*” contemplata dalla Risoluzione 2016 sembra andare oltre quanto stabilito dall'art. 70, comma 5, del D.Lgs. n. 59/2010, che costituisce la base giuridica del Documento 2013 che ha definito il primo periodo transitorio ormai in scadenza. Secondo tale disposizione, la Conferenza doveva individuare “*le disposizioni transitorie da applicare, con le decorrenze previste, anche alle concessioni in essere alla data di entrata in vigore del presente decreto ed a quelle prorogate durante il periodo intercorrente fino all'applicazione di tali disposizioni transitorie*”. Tecnicamente, quindi, il potere di definire un regime transitorio è già stato esercitato e si è esaurito con lo scadere della proroga di diritto disposta dal punto 8 del Documento 2013.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS10214 - GOLDCAR-COPERTURA ASSICURATIVA E ALTRI PROFILI

Provvedimento n. 26260

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 novembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*” (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTO il proprio provvedimento del 9 marzo 2016, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le società Car Rentals Italy S.r.l. e Goldcar Italy S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 6 settembre 2016, con il quale, 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. LE PARTI

1. Goldcar Spain S.L., società a responsabilità limitata di diritto spagnolo con sede legale a San Juan de Alicante, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo.

2. Car Rentals Italy S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. In particolare, Car Rentals Italy S.r.l. è controllata esclusivamente da Goldcar Spain S.L..

3. Goldcar Italy S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. In particolare, Goldcar Italy S.r.l. è controllata esclusivamente da Car Rentals Italy S.r.l.. Il bilancio della società, relativo all'esercizio chiuso al 2015, presenta un fatturato pari a 31 milioni di euro.

4. Centro Tutela Consumatori e Utenti di Bolzano (CTCU), Sicily By Car S.p.A. e il signor David Dalet, in qualità di segnalanti.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

5. Il procedimento concerne alcune condotte poste in essere da Goldcar Spain S.L. e Goldcar Italy S.r.l., che operano nel settore dell'autonoleggio a breve termine in Italia attraverso una rete di 20 stazioni di noleggio nonché attraverso il sito *web* <https://www.goldcar.es/it/>, ed in particolare:

(i) una prima condotta attiene in primo luogo alle modalità aggressive con le quali il professionista – dopo aver bloccato un considerevole importo sulla carta di credito del cliente a garanzia di eventuali danni arrecati all'autovettura noleggiata – offre alcuni prodotti accessori presentati asseritamente come “assicurativi”.

In particolare, dagli elementi a disposizione, emerge che il professionista, al momento del ritiro dell'autovettura (*check out*) - e senza che sia fornita preventivamente al consumatore alcuna chiara informativa in merito al perimetro delle coperture assicurative già incluse nel noleggio - propone al consumatore, con modalità insistenti e pressanti, la sottoscrizione di una copertura aggiuntiva a pagamento, sia per abbattere l'importo del deposito cauzionale, sia paventando il possibile ingente addebito sulla sua carta di credito per eventuali danni all'auto nel caso in cui non sottoscriva tale copertura. La condotta si è articolata altresì nelle modalità arbitrarie con le quali il professionista, a fronte della mancata acquisizione di tale copertura aggiuntiva, addebita al termine del noleggio - sulla base dell'indicazione di criteri generici di quantificazione del danno, presenti nelle Condizioni Generali di Autonoleggio - importi arbitrari per danni attribuiti al consumatore;

(ii) la seconda condotta attiene alla discrasia tra il prezzo finale corrisposto dal cliente al momento della riconsegna dell'autovettura e quello emerso nell'iter di prenotazione, in ragione dell'applicazione di ulteriori voci di costo in relazione al conteggio del carburante, e specificamente alla c.d. tariffa *flex fuel*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

6. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 9 marzo 2016 è stato comunicato alle società Goldcar Spain S.L., Car Rentals Italy S.r.l. e Goldcar Italy S.r.l. l'avvio del procedimento istruttorio PS10214, per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

In data 17 marzo 2016 sono state effettuate ispezioni presso le sedi delle società Car Rentals Italy S.r.l. di Pisa e Goldcar Italy S.r.l. di Laives (BZ).

In data 23 marzo 2016 è stata effettuata un'ispezione presso l'unità locale della società Goldcar Italy S.r.l. di Fiumicino (RM).

La società Goldcar Italy S.r.l. ha inviato memorie in data 27 aprile e 10 ottobre 2016.

In data 4 maggio 2016 Goldcar Italy S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

In data 3 giugno 2016 è stato comunicato a Goldcar Italy S.r.l. il rigetto degli impegni presentati in data 4 maggio 2016, in quanto ritenuti non idonei a rimuovere i profili di scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento.

In data 7 settembre 2016 è stata comunicata alle Parti la proroga di 60 giorni del termine di conclusione del procedimento.

In data 8 settembre 2016 è stata inviata alle Parti, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, la comunicazione del termine di chiusura dell'istruttoria, con la quale tale termine è stato fissato alla data dell'8 ottobre 2016.

In data 10 ottobre 2016 è pervenuta la memoria finale da parte della società Goldcar Italy S.r.l.

In data 10 ottobre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo. Il parere è pervenuto in data 4 novembre 2016.

2) *Le evidenze acquisite*

Condotta sub (i)

7. In merito alla condotta *sub (i)* deve preliminarmente essere evidenziato che il professionista include, nella propria offerta di noleggio, una "copertura assicurativa base" la quale, secondo il più generale principio della Responsabilità Civile Auto, tutela il consumatore nel caso di danni involontariamente provocati ad altri durante il periodo di noleggio e/o furti del veicolo. In caso si verificasse uno di questi eventi, la copertura assicurativa base fa sì che il consumatore contribuisca agli eventuali costi fino ad un importo massimo – una sorta di "franchigia".

Inoltre, al momento del ritiro dell'autovettura, al cliente Goldcar viene bloccato, da parte del professionista, un determinato importo sulla propria carta di credito a titolo di deposito cauzionale, ossia a garanzia di eventuali danni (e/o furti) che l'autovettura dovesse provocare o subire nel periodo di noleggio, corrispondenti alla suddetta franchigia.

8. L'importo della franchigia varia a seconda della categoria del veicolo noleggiato. In particolare, le "Condizioni specifiche di noleggio" rinvenibili sul sito *web* del professionista durante l'iter di prenotazione *online*, in merito indicano i seguenti importi:

<i>Categoria auto</i>	<i>Importo franchigia</i>
X/XG/AA/4A/BB/CC/CG/S/M	1.100 €
D/DD/DE/DG/E/F/FF/L/LL/N/R/T/TA/V & VV	1.400 €
G/GG/GW/I/J/K/O/P/PP/Q & JJ	2.000 €

9. Il professionista specifica che il suddetto importo, per veicolo noleggiato, "verrà bloccato a titolo di deposito cauzionale, salvo venga contrattata una copertura supplementare"; in altri termini, il professionista fissa l'importo del deposito cauzionale pari a quello della franchigia, fatta salva la possibilità di ridurre entrambi gli importi attraverso l'acquisto di un prodotto assicurativo aggiuntivo.

10. In merito agli importi della franchigia va specificato che, sulla base degli elementi in atti, essi vengono definiti autonomamente dal professionista, senza che risulti una precisa correlazione con la franchigia assicurativa di cui all'originario rapporto tra professionista e compagnia assicurativa.

11. Le Condizioni Generali di Autonoleggio – rinvenibili sul sito *web* del professionista – presentano i contenuti della copertura base (denominata "Goldcar Basic Cover"), evidenziando che la medesima possa garantire il consumatore in ogni ipotesi di danni provocati al veicolo. L'art. 8 delle Condizioni Generali di Autonoleggio, infatti, prevede che "Le tariffe di noleggio includono anche la GOLDCAR BASIC COVER, che prevede i danni provocati al veicolo a seguito di: a) collisione, b) furto, c) incendio fortuito o atto vandalico. La Goldcar Basic Cover, prevede sempre una franchigia per detti danni".

12. Inoltre, l'art. 6.2 delle Condizioni, alla lettera g), prevede che il cliente, in seguito alla conclusione del noleggio, si impegni a corrispondere a Goldcar gli importi dovuti per "I costi di

riparazione dei danni provocati al veicolo o agli accessori (inclusi quelli derivati dal costo dei ricambi, riparazioni e relativa manodopera, eventuale trasporto del veicolo, danno da fermo e spese legali o amministrative) in caso di incidente, laddove si verificasse una delle seguenti circostanze: [...] d) non è stata stipulata un'ulteriore assicurazione corrispondente". Attraverso quest'ultima previsione si veicola quindi l'idea che la limitazione della responsabilità per i danni provocati possa operare, a favore del consumatore, solo a condizione che sia stata stipulata una copertura ulteriore rispetto alla Goldcar Basic Cover.

L'offerta dei prodotti accessori

13. Goldcar offre la possibilità di acquistare una copertura supplementare, denominata "Super Relax". I contenuti di tale copertura aggiuntiva vengono illustrati alla pagina *web* <http://www.goldcarhelp.com/it/>, raggiungibile dall'homepage del sito *web* di Goldcar cliccando sull'icona (posta in alto) "AIUTO".

14. In tale pagina, il professionista presenta la copertura in esame nel modo seguente: "La *Assicurazione Super Relax* è una copertura addizionale contro i possibili danni del veicolo, ed offre assistenza in strada 24h, senza franchigia e senza il blocco di nessun deposito sulla tua carta di credito. [...] L'importo della copertura varia a seconda dell'ufficio e dei giorni di noleggio, però puoi verificare il costo di questa modalità assicurativa durante il processo di prenotazione sul nostro sito *web*".

15. Quindi attraverso l'acquisto di un prodotto "accessorio", diverso rispetto a quello offerto di *default* dal professionista insieme al servizio di noleggio, il consumatore può abbattere l'importo del deposito cauzionale e la responsabilità per danni all'autovettura.

16. Sul sito del professionista, durante la prenotazione *online*, dopo aver selezionato l'autovettura viene prospettata al consumatore la possibilità di acquistare la "copertura completa del veicolo", presentata come "Super Relax Cover:

- Scegli la copertura completa del veicolo.
- Senza franchigia e senza il bisogno di bloccare un deposito sulla tua carta.
- Eventuali danni sono coperti.
- Assistenza stradale 24/7 per tutto il noleggio."

Coerentemente con quanto sopra, il costo di tale copertura supplementare varia in funzione dei giorni di noleggio e di auto selezionata.

17. L'offerta di questi prodotti avviene tipicamente al *desk* del professionista al momento del ritiro dell'autovettura da parte dei consumatori in quanto la maggior parte dei noleggi viene acquistata da questi attraverso siti *web* di *broker* e/o comparatori dei servizi di autonoleggio.

Questi ultimi offrono – prospettandone un confronto basato sulle principali caratteristiche e sul prezzo – servizi di noleggio resi dai diversi professionisti attivi nel settore, ed è frequente che offrano al consumatore anche servizi accessori propri volti alla copertura di rischi.

Segue: le segnalazioni ricevute e le evidenze acquisite

18. Alcune segnalazioni in atti riferiscono di pressioni, da parte del personale addetto al *desk*, volte alla stipula di una qualche assicurazione aggiuntiva a copertura dei possibili danni all'autovettura presa a noleggio.

In tale prospettiva, ad esempio, rileva una segnalazione¹ - riferita ad un noleggio avvenuto a fine settembre 2014 e acquistato *online* tramite il *broker* AutoEurope – la quale riferisce del fatto che, constatato il mancato interesse del consumatore all'acquisto di una copertura aggiuntiva, il

¹ Cfr. doc. 2 di cui all'indice del fascicolo.

personale al *desk* insisteva (anche asseritamente minacciando il segnalante) perché il cliente procedesse a tale acquisto².

19. In un altro caso, a fronte dell'acquisto del servizio di noleggio attraverso il sito *web* del *broker* AutoEscape, al consumatore, una volta al *desk* per il ritiro dell'auto, sarebbe stato detto che la polizza stipulata attraverso il citato *broker* non sarebbe stata valida, proponendo con insistenza al medesimo una polizza Goldcar³.

O ancora, nel caso di un noleggio acquistato attraverso il *broker* Rentalcars nel luglio 2016, al banco Goldcar sarebbe stato *“chiesto insistentemente di stipulare una polizza assicurativa del costo di 184,95€ che avrebbe coperto ogni danno”*⁴.

20. Tali pressioni - financo definite come atti di *“terrorismo psicologico che praticano ai cliente per non stipulare con loro la copertura assicurativa”*⁵ - sono coerenti con il contenuto di una *“Circolare”* interna⁶, inviata dagli uffici di Goldcar in Spagna alle agenzie dislocate sul territorio, avente ad oggetto possibili argomenti da utilizzare per convincere il cliente all'accettazione del pagamento dei danni a vetture prese a noleggio. Tra tali argomenti, gli addetti al *desk* devono anzitutto puntare l'attenzione del cliente sul fatto che l'assicurazione offerta di *default* non copre alcuni specifici danni; danni che, invece, sarebbero stati coperti dall'assicurazione *“aggiuntiva che [il cliente] non voleva sottoscrivere durante il ritiro della vettura”*. Laddove il danno sia attribuibile ad atti di vandalismo (o laddove il cliente abbia subito un furto), la Circolare precisa al personale al *desk* di ricordare al cliente che, sebbene Goldcar sia consapevole che tali danni non siano stati causati dal cliente, dal momento che non si è voluto sottoscrivere l'assicurazione aggiuntiva (che pure è stata offerta al *desk*), il cliente dovrà pagare i danni stessi.

21. Sempre in tale ottica rileva il contenuto di una circolare interna⁷ avente ad oggetto possibili argomenti per la vendita del prodotto assicurativo *“Relax”*; in particolare, al cliente deve essere evidenziato che comunque si ha un'assicurazione base (definita *“CDW”*), la quale, tuttavia, non copre tutti i possibili eventi, per i quali bisogna acquistare il prodotto *“Relax”*, anche al fine di avere una garanzia di *“tranquillità”* durante il periodo del noleggio. Inoltre, nella medesima circolare, sempre tra gli *“Argomenti di vendita”* - *“Argumentos de Venta”* in originale nel testo - si legge che al *desk* si deve insistere anche sul fatto che *“Il costo dell'assicurazione [Relax, n.d.r.] è molto basso in relazione a quello che il cliente pagherebbe in caso di danni non compresi nel CDW”*⁸. O ancora, al *desk* si deve informare il consumatore sul fatto che *“- Diamo assistenza a tutti i nostri clienti 24h ma è gratuita solo in caso di acquisto del prodotto Relax. Altrimenti, riscuoteremo 20 € per spese amministrative di SOS; - Senza il prodotto Relax, con CDW [...], per ricevere un veicolo sostitutivo in caso di avaria o incidente bisogna lasciare un deposito di 500 euro”*⁹.

² Cfr., inoltre e tra gli altri, doc. 13.

³ Cfr. doc. n. 13.

⁴ Cfr. doc. n. 89.

⁵ Cfr. doc. 17 di cui all'indice del fascicolo.

⁶ Documento acquisito presso la sede ispettiva di Pisa, cartella *“PC Monica Fengler”*, file denominato *“Circular n° 3 Anexo III - Argumentos Acceptación cobros daños.pdf”*.

⁷ Documento acquisito presso la sede Goldcar di Pisa, cartella *“PC Monica Fengler”*, file denominato *“Aclaraciones y Manual”*.

⁸ In originale nel testo: *“El coste del seguro es muy bajo en relación a lo que el cliente pagaría en caso de daños no incluidos en el CDW”*.

⁹ In originale nel testo: *“- Damos asistencia a todos nuestros clientes 24h pero sólo es gratuita en caso de tener contratado el seguro Relax. De lo contrario, cobraremos 20€ por gastos administrativos desde el SOS. - Sin el seguro RELAX (con CDW [...]) en caso de avería o accidente para recibir un vehículo de sustitución hay que dejar un deposito de 500€”*.

22. Gli elementi appena evidenziati sono coerenti con la filosofia commerciale di Goldcar, chiaramente sintetizzata in un documento in atti¹⁰ nel quale, presentando il c.d. “*progetto Rhodium*”¹¹ rivolto alle imprese, si afferma che si dovrà seguire una “*filosofia diametralmente opposta a quella turistica [ossia di Goldcar, n.d.r.]: il cliente non va spellato [...]. Al cliente gli va domandato se vuole qualche servizio aggiuntivo senza insistere*”.

Segue: gli obiettivi commerciali dalla vendita di servizi accessori

23. Da alcuni documenti in atti risulta che Goldcar, operatore *low cost* dell’autonoleggio, si ponga dei precisi obiettivi commerciali in merito alla vendita dei prodotti “assicurativi” accessori, al fine di compensare i ridotti margini correlati ad un’offerta a prezzi competitivi del servizio di noleggio.

24. In particolare, emerge come l’obiettivo che Goldcar fissa alle proprie agenzie in merito alla vendita di servizi accessori (“*atipicos*” in originale nel documento) sia variabile di anno in anno. Da un documento in atti¹² emerge come l’obiettivo (“*meta*” in originale nel testo) che Goldcar si era prefissato di ottenere per il 2014 dalla vendita di servizi accessori fosse pari a [omissis]¹³ euro per contratto di noleggio stipulato. Si tratta di un obiettivo relativo ad ogni singola stazione di noleggio sul territorio nazionale (“*Meta Delegación*” nel testo).

25. Goldcar monitora costantemente il raggiungimento o meno di tale obiettivo da parte delle singole stazioni di noleggio, come mostra la tabella seguente (riferita al dato accumulato relativo all’esercizio 2014), nella quale, per ciascuna stazione di noleggio, è riportato l’introito ottenuto dalla vendita di servizi accessori in rapporto ai contratti di noleggio stipulati (“*Atípicos/ Salida*” in Tabella):

[omissis]

26. Il suddetto obiettivo commerciale emerge da diversi documenti e, tra gli altri, dal verbale di una delle frequenti riunioni tra i diversi responsabili di filiale (c.d. “RIUNIONI PEK”¹⁴). In particolare, nell’incontro del 17 marzo 2014, con riferimento ai servizi accessori (“*atipicos*” nel testo) si legge che l’obiettivo “*di [50-100] euro non è ben spalmato (BGY [Bergamo, n.d.r.] non arriverà a [50-100]) le succursali con più penetrazione e sconti dovranno aiutare le altre. I rental [addetti al desk, n.d.r.] devono essere più validi, fare un ulteriore salto di qualità. Cercheremo di cambiare dove possibile, trovando una persona più brava*”¹⁵.

27. Ancora, proseguendo si legge che “*Obiettivo 2: directos. BLQ -7% Pisa – 25%. Come rimediare cercando tariffa migliore e proponendo atípicos*”: in altri termini, il fatto che le agenzie di Bologna (BLQ) e Pisa abbiano registrato un risultato peggiore rispetto all’obiettivo riferito ai servizi “diretti”, ossia alle vendite del servizio tipico di noleggio, deve essere compensato facendo leva sulla vendita dei servizi aggiuntivi.

¹⁰ Verbale dell’incontro del 25 agosto 2014 (c.d. Riunione PEK); file denominato “[08] 25.08.2014 Verbale riunione IT”, cartella “PC Alessandro Fraschi”, sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

¹¹ Rhodium Car Rental è una linea di business di Goldcar nata nel 2013 che si rivolge alle imprese (c.d. mercato corporate).

¹² Cfr. doc. “2014 12 Diciembre 2014 Italia Del (2)”, in sottocartella “2014”, sottocartella “PRESENTAZIONI”, sottocartella “SEGUMIENTO OBJETIVOS”, cartella “PC Alessandro Fraschi”.

¹³ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

¹⁴ Le citate “RIUNIONI PEK” sono incontri tra i diversi responsabili di filiale (“*jefes de sucursal*”), nell’ambito delle quali si verifica puntualmente quali e quante agenzie hanno (o meno) raggiunto gli obiettivi preposti. Solitamente tali incontri, per quanto riguarda l’Italia, si svolgono a Pisa.

¹⁵ Cfr. file denominato “[03] 17.03.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

28. Con riferimento all'anno seguente (l'esercizio 2015) dai documenti in atti emerge come tale obiettivo sia stato financo aumentato da Goldcar, fino a raggiungere l'importo di [50-100] euro per contratto di noleggio¹⁶.

La gestione dei danni da parte di Goldcar: le segnalazioni ricevute

29. Dalle segnalazioni emerge come Goldcar addebiti danni già presenti al momento del *check out* o inesistenti al momento del *check in*. In tale contesto rilevano in particolare quelle segnalazioni secondo cui al *check in* vi sarebbero condizioni di riconsegna dell'auto tali da rendere difficile una valutazione corretta ed in contraddittorio delle reali condizioni dell'autovettura stessa¹⁷.

30. Ad esempio, rileva un reclamo nel quale si evidenzia che il controllo di cui al *check out* fosse stato fatto su un'auto bagnata (perché lavata da poco) e non asciugata, condizione che impediva di verificare scrupolosamente gli effettivi danni dell'auto stessa (nel caso di specie, un danno alla portiera). Sulla stessa falsariga, un altro consumatore lamenta il fatto che il *check out* sarebbe stato fatto "sotto la pioggia con auto parcheggiata con il posteriore vicino ad un muro", così impedendo un controllo accurato dell'effettivo stato dell'auto stessa. Ancora, almeno due consumatori lamentano il fatto che nessun danno sarebbe stato arrecato all'auto nel periodo di noleggio, osservando altresì che l'ispezione di *check out* sarebbe stata fatta al buio, nel piazzale Goldcar di Fiumicino (in un caso addirittura usando la torcia del cellulare del cliente stesso).

Segue: le procedure di gestione dei danni seguite da Goldcar

31. In merito alla gestione dei danni, l'art. 6.2 delle Condizioni generali di Autonoleggio dispone che "L'importo delle spese addebitate al Cliente per i danni provocati al veicolo, strumenti o accessori, che non siano coperti da assicurazione, verrà calcolato tenendo in considerazione la valutazione effettuata dai periti tecnici esterni a Goldcar oppure, qualora non fosse possibile effettuare a priori suddetta quantificazione, si addebiterà l'importo risultante da una prima valutazione effettuata dal personale qualificato di Goldcar in base alle tariffe pubblicate nell'Allegato I delle presenti condizioni [...] Tutto quanto precedentemente riportato verrà applicato senza tuttavia pregiudicare una successiva liquidazione e adeguamento, una volta ottenuto un preventivo di riparazione effettuato da un'officina o una valutazione effettuata da un gruppo di periti esterni a Goldcar".

In altri termini, la valutazione dell'eventuale danno potrà essere effettuata, alternativamente, o da periti tecnici esterni o dal personale qualificato della stessa Goldcar.

32. Quanto ai criteri di quantificazione del danno, il professionista si limita ad informare il consumatore del fatto che gli importi indicati nella Tabella danni allegata alle Condizioni Generali di Autonoleggio "corrispondono ai danni livello 1, per danni livello 2 e livello 3 si applicheranno incrementi del 75% e 150% rispettivamente", senza tuttavia specificare quale sia il criterio in base al quale sarà stabilito il livello del danno. Inoltre, la Tabella danni allegata non prevede un preciso sistema di differenziazione dei danni (ad es., tra graffio e/o ammaccatura) né di misurazione della loro entità attraverso l'applicazione di criteri oggettivi (quali, ad esempio, l'estensione dei graffi).

33. Inoltre, quanto alle procedure per la riscossione dei danni che devono essere seguite al *desk*, il professionista distingue tra danni di importo stimato inferiore a 400 euro e danni di importo superiore ai 400 euro¹⁸.

¹⁶ Cfr. documento "Presentación Objetivos ITALIA d", sottocartella "COMITÉ", cartella "PC Alessandro Fraschi".

¹⁷ Cfr., inter alia, doc. n. 4, doc. n. 6, doc. n. 12, doc. n. 13, doc. n. 14, doc. n. 15, doc. n. 16, doc. n. 17, doc. n. 18. Inoltre, si vedano i documenti di cui alla cartella "agcm" acquisita presso l'unità locale di Fiumicino.

¹⁸ Cfr. doc. "CIRCULAR N° 3 PROCEDIMIENTO EN CASO DE VEHÍCULOS CON DAÑOS Y VEHÍCULOS DE SUSTITUCION", in cartella "PC Monica Fengler".

34. Relativamente ai primi, Goldcar ha previsto un “*Processo di riscossione abbreviata*”, in base al quale, in presenza di un danno, si deve dapprima presentare al cliente il formulario di valutazione di danni per la sua accettazione. Laddove il cliente accetta si procederà normalmente alla riscossione¹⁹.

Diversamente, laddove il cliente dovesse rifiutarsi di accettarlo, al *desk* si deve comunque “*tentare di convincerlo*”, dopodiché “*si procederà in qualsiasi caso a realizzare la riscossione coi dati della sua carta di credito*”²⁰.

35. Laddove il danno sia invece superiore a 400 euro Goldcar applica un “*Processo di riscossione standard*” in base al quale, nel caso il cliente dovesse non accettare il formulario danni così come predisposto dal personale al *desk* si dovrà anzitutto “*tentare di convincerlo*” e, successivamente, si procederà ad aprire un fascicolo per la riscossione allegando al medesimo tutta la documentazione esistente. Da quel momento in poi sarà il Servizio Clienti Goldcar a gestire la procedura.

36. In questo contesto, infine, le procedure di addebito danni adottate dal professionista prevedono che possano essere messe a carico del cliente spese aggiuntive non indicate nel loro ammontare, come nel caso delle “*spese amministrative e di disbrigo pratiche in caso di sinistro*”, delle quali riferisce l’art. 6.2, lettera h) delle Condizioni generali, limitandosi a specificare che l’importo massimo delle medesime ammonta a 150 euro.

37. Da ultimo, nel corso del procedimento istruttorio è emerso che il sistema informatico utilizzato da Goldcar per la gestione dei danni non sarebbe tale da consentire una localizzazione esatta del danno, generando un modulo cartaceo – utilizzato dal professionista fino al giugno 2015 - non sempre preciso riguardo l’entità dei danni che presenta l’autovettura noleggiata al momento del *check out*²¹.

Segue: gli obiettivi commerciali dalla gestione danni

38. Anche relativamente alla gestione danni Goldcar si pone dei precisi obiettivi commerciali. Più precisamente, dai documenti in atti emerge come Goldcar affidi alle varie stazioni di noleggio sul territorio l’obiettivo di fatturare, in merito al recupero danni, almeno [omissis] euro per giorno di noleggio (che corrisponde a circa il [1-5%] del fatturato del totale dei noleggi).

39. Tale obiettivo viene costantemente monitorato dal professionista. In tale prospettiva, diversi sono i verbali dei citati incontri “PEK” nei quali il suddetto obiettivo viene menzionato. Ad esempio, nel verbale dell’incontro del 5 maggio 2014 si legge – riferito alla filiale di Pisa - “*Recupero danni ([omissis])*²²: *i danni li stanno veramente recuperando, anche se la media non torna (mail a Pecchioli e Moreno con media rental mese e la media ufficiale dicendo che non quadra), questo per i rimborsi facili*”²³. Ancora, nel verbale dell’incontro del 14 luglio 2014 si legge “*CATANIA: tutti i rentals [gli addetti al desk, n.d.r.] da cambiare. Recuperare i danni non va bene, bisogna cambiare marcia*”. Nel medesimo verbale si legge che a Ciampino le cose vanno meglio, ossia “*recupero danni ok ([omissis] e [omissis])*”; con riferimento a Malpensa, “*Solbiati male (tante uscite... in check-in cab non recupera danni) ... va messo quando ci sono meno*

¹⁹ In originale, nel testo, “- *Presentar al cliente el formulario de evaluación de daños para su aceptación. - Si el cliente se niega a aceptarlo, y por tanto a realizar el pago, se usará el argumentario (Ver Anexo III) existente al respecto para tratar de convencerlo. - Si el cliente acepta se procederá al cobro normalmente, generando el correspondiente justificante de cobro que el cliente firmará*”.

²⁰ In originale nel testo “- *Si el cliente no acepta, no se le podrá entregar coche de sustitución y se procederá en cualquier caso a realizar el cobro con los datos de su tarjeta de crédito existente en el sistema*”.

²¹ Cfr. verbale di accertamento ispettivo svolto presso l’unità locale di Goldcar Italy S.r.l. di Fiumicino (RM) del 23 marzo 2016.

²² [Omissis].

²³ Cfr. file denominato “[05] 05.05.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

prenotazioni”. Invece, vanno bene le cose a Bergamo, che registra dati positivi e dal quale ci si aspetta “un incremento recuperación daños”²⁴. Ancora, nel verbale del 25 agosto 2014, si legge che la stazione di Bologna, con un recupero danni pari a [omissis]euro, è stata “la migliore”²⁵.

40. Tra i documenti acquisiti in atti rilevano poi alcune presentazioni dei risultati delle diverse filiali Goldcar sul territorio nel corso del 2015. Tra questi, nel documento relativo alla filiale di Bergamo - Aeroporto Orio al Serio (“BGY” nel testo)²⁶, al punto 4, intitolato “RECUPERACIÓN DAÑOS”, si legge che, a fronte di un obiettivo della filiale di [omissis] euro (“Meta Sucursal: [omissis] euro” nel testo), l’agenzia di Bergamo ha quasi realizzato l’obiettivo, avendo incassato per danni [omissis] euro per giorno di noleggio. In merito a tale elevata performance, il commento che si legge nel documento è che vi sia stato un leggero calo negli ultimi 4 mesi, calo attribuito al turnover di personale, dal momento che “per un nuovo impiegato sono necessari alcuni mesi per insegnare loro come comportarsi al desk”²⁷.

Condotta sub (ii)

41. Quanto alla condotta sub (ii), dagli elementi in atti emerge come nel corso della prenotazione on line Goldcar offra al cliente due differenti modalità di restituzione dell’autoveicolo riguardo al livello del carburante (talora impropriamente definite “polizze carburante” dai segnalanti).

42. Nello specifico, Goldcar offre la scelta tra la tariffa “Full/Full” e la tariffa “Smart”; quest’ultima include la formula carburante denominata “Flex Fuel”.

Più precisamente, laddove si scelga la tariffa “Full/Full”, al check out il consumatore riceve l’autovettura con il pieno di carburante, impegnandosi a restituire l’autovettura con il pieno. Nel caso in cui non restituisca l’autovettura con il pieno, al consumatore verranno addebitate: i) una penale fissa pari a 40 euro; ii) il costo del carburante mancante (fino al raggiungimento del pieno). Diversamente, laddove si scelga la tariffa Smart (e l’associata formula carburante Flex Fuel), al check out si riceverà comunque un’auto con il pieno (preventivamente interamente pagato congiuntamente ai costi di gestione relativi al servizio rifornimento, variabili tra i 18 e i 30 euro a seconda della tipologia del veicolo), ma si potrà restituire la medesima auto anche senza carburante²⁸.

43. Quanto agli aspetti informativi resi al consumatore attraverso il sito web del professionista, la tariffa Smart è sinteticamente descritta – nella finestra informativa che si apre cliccando sull’apposita icona – come “Flex Fuel. Paga solo il carburante che consumi”, mentre in realtà la tariffa Smart – come visto – comporta l’addebito al consumatore di un “costo di gestione” del medesimo servizio Flex Fuel di importo rilevante. A tal proposito, si rileva che in fase di prenotazione si informa in modo del tutto generico circa l’esistenza del costo di gestione. Si tratta di un’informazione rinvenibile soltanto laddove si posizioni il cursore sulla voce “Flex Fuel. Paga solo il carburante che consumi” nella schermata riepilogativa della prenotazione; inoltre, l’informativa recita che “Paghi il combustibile al momento del ritiro. La somma corrispondente al

²⁴ Cfr. file denominato “[07] 14.07.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

²⁵ Cfr. file denominato “[08] 25.08.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

²⁶ Cfr. file denominato “201507 BGY”, nella cartella “PC Alessandro Fraschi”, sottocartella denominata “20150804 Luglio”, sottocartella denominata “PRESENTAZIONI”.

²⁷ Nel testo, in inglese, “We had a down in these last 4 months, probably because we had an high turnover of colleague and for a new employed is necessary some months to teach them how do it”.

²⁸ Ad esempio, supponendo che il cliente rientri con l’auto priva di carburante, il medesimo cliente non dovrà corrispondere nulla (avendo già pagato al check out il pieno ed i costi logistici di rifornimento, variabili tra i 18 e i 30 euro a seconda della tipologia del veicolo). Invece, laddove dovesse rientrare con un certo quantitativo di carburante (ad esempio, 1/3), verrà riaccreditato al cliente 1/3 di carburante, al netto dei medesimi costi logistici di rifornimento.

combustibile non consumato ti sarà restituita. Questo servizio prevede un costo di gestione (non rimborsabile)”.

44. In merito a tale condotta, agli atti sono stati acquisiti diversi scambi di *mail* tra consumatori e Goldcar in merito alla poca chiarezza del professionista nel presentare, in particolare, la tariffa *Smart*.

Più precisamente, in uno scambio di *mail* del novembre 2015²⁹ un consumatore lamenta il fatto che avrebbe pagato 108 euro a titolo di garanzia per la restituzione del veicolo con il serbatoio pieno di carburante; importo che avrebbe dovuto essere integralmente rimborsato nel caso in cui il veicolo fosse stato riconsegnato con il pieno. Tuttavia, nonostante il veicolo veniva riconsegnato con il pieno di carburante Goldcar rimborsava solamente una parte del suddetto importo.

In merito, sulla base delle evidenze in atti, Goldcar replica informando il consumatore dell'esistenza di due tariffe carburante, precisando che quella sottoscritta dal consumatore (*Flex Fuel*), a fronte di “*costi logistici*” garantirebbe alcuni vantaggi correlati al fatto che non è necessario rifornire il veicolo prima del *check in*. Pertanto, Goldcar avrebbe trattenuto parte dell'importo in ragione dei costi correlati alla tariffa *Smart*.

Anche in un'altra *mail* del settembre 2015³⁰ Goldcar chiarisce ad un proprio cliente i contenuti delle due tariffe carburante. Nello specifico, il cliente aveva scelto la tariffa *Smart* (e l'associata formula carburante “*Flex Fuel*”) ma non era a conoscenza del fatto che vi fossero costi logistici associati alla medesima.

Infine, un documento in atti evidenzia la consapevolezza, in capo a Goldcar, della scarsa chiarezza informativa delle due tariffe. Ciò emerge, in particolare, da un verbale di un incontro PEK tra i responsabili di filiale del 7 aprile 2014³¹, dove si legge esplicitamente che “*La cosa che non digeriscono molto i clienti è la nostra politica del carburante*”. O ancora, nel verbale dell'incontro del 5 maggio 2014³² si legge che “*Bisogna cercare di spiegare la politica carburante in maniera migliore*”.

III. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEI PROFESSIONISTI

45. Preliminarmente la società Goldcar Italy S.r.l. ha evidenziato che la società Car Rentals Italy S.r.l. è un mero veicolo societario che non svolge alcuna attività operativa. Pertanto, alla medesima non dovrebbe essere contestata alcuna condotta.

Ciò premesso, quanto alla condotta *sub* (i), Goldcar ha anzitutto evidenziato di offrire ai propri clienti un quadro informativo esaustivo in fase di prenotazione *online* della vettura. Infatti, le Condizioni Generali e le Condizioni Particolari di contratto – riportate nel sito *web* del professionista - indicherebbero chiaramente quali rischi (e in quale misura) sono coperti dalla polizza assicurativa già compresa nelle tariffe di noleggio (ossia la *Goldcar Basic Cover*) e quali rischi (e in quale misura) sarebbe invece possibile coprire attraverso la copertura supplementare (*Goldcar Additional Cover*)³³.

²⁹ Documento acquisito presso la sede ispettiva di Pisa, cartella “*PC Monica Fengler*”, file denominato “*RE DAlet contrato 8375859*”.

³⁰ Documento acquisito presso la sede ispettiva di Pisa, cartella “*PC Monica Fengler*”, file denominato “*RE noleggio in cagliari Renault Clio trg. EY271WA*”.

³¹ Cfr. file denominato “[04] 07.04.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

³² Cfr. file denominato “[05] 05.05.2014 Verbale riunione IT”, nella citata sottocartella “0 RIUNIONI PEK”.

³³ A tal proposito Goldcar riporta l'art. 8.2 delle Condizioni Generali, il quale prevede espressamente che “[l]e tariffe di noleggio includono anche la *GOLDCAR BASIC COVER*, che prevede i danni provocati al veicolo a seguito di: a) collisione, b) furto, c) incendio fortuito o atto vandalico. La *Goldcar Basic Cover*, prevede sempre una franchigia per detti

46. Analogamente, in caso di danni all'autovettura presa a noleggio, e nell'ipotesi in cui il cliente non abbia optato per la copertura supplementare, a detta di Goldcar sarebbe prevista una procedura perfettamente trasparente³⁴. Peraltro, per quanto riguarda la stima dell'ammontare dei danni, già al momento della prenotazione il cliente sarebbe in grado di conoscere il costo di eventuali riparazioni e sostituzioni. In particolare, Goldcar ribadisce il contenuto dell'art. 6 delle Condizioni Generali³⁵, evidenziando come la tabella allegata alle medesime Condizioni Generali riporti chiaramente, e per ciascuna parte del veicolo, il relativo prezzo di sostituzione, variabile in base alla classe del veicolo considerato³⁶.

Quanto alla ripartizione dei danni in 3 livelli (in base all'entità e alla gravità degli stessi), Goldcar specifica che tale classificazione tripartita dei danni è accessibile ai consumatori come "*allegato II*" (cliccando sulla voce "*Livello Danni*") alle Condizioni generali applicate negli aeroporti italiani presso il sito <https://www.goldcar.es/it/tc/>.

47. Per ciò che concerne la condotta *sub* (ii), avente a oggetto le tariffe carburante, Goldcar ha chiarito che la scelta che il consumatore può compiere in relazione alla c.d. "polizza carburante" è chiaramente descritta nelle Condizioni Generali, in cui vengono indicate le caratteristiche economiche e i costi delle due formule previste da Goldcar (ossia il c.d. "Sistema di restituzione classico" o "Full/Full" e il c.d. "Sistema di restituzione rapida" o "Flex Fuel"), evidenziando a tal proposito il contenuto dell'art. 7 delle Condizioni Generali.

A detta del professionista, infatti, l'iter di prenotazione *on-line*, letto unitamente alle Condizioni Generali e alle Condizioni Particolari, delinerebbe un quadro assolutamente chiaro dei costi e delle caratteristiche di ciascuna delle due formule "Full-Full" e "Flex-Fuel". Con particolare riferimento alla tariffa *Flex Fuel*, al consumatore verrebbe data l'informazione circa l'esistenza di spese di gestione e di logistica.

Goldcar ha poi evidenziato di fornire alla propria rete commerciale sul territorio istruzioni precise con l'obiettivo di veicolare al cliente in modo inequivocabile le condizioni di acquisto delle coperture assicurative disponibili e quelle relative alle opzioni in materia di carburante³⁷. Ed

danni, essendone il cliente responsabile diretto, (vedi Condizioni Particolari a pagina 1 del presente contratto). Detta franchigia deve essere garantita (i) per mezzo della prestazione del corrispondente deposito cauzionale (ii) per mezzo della contrattazione di una Additional Cover". L'art. 8.3 delle Condizioni Generali chiarisce poi che "[l]e tariffe di noleggio non includono, salvo espressamente indicato, la Additional Cover, che prevede la riduzione della responsabilità del cliente, della franchigia, fino all'importo indicato a pagina 1. Detta copertura può essere contrattata al momento del ritiro del veicolo o in precedenza, al momento della prenotazione [...]".

³⁴ I cui termini possono sinteticamente riassumersi come segue: (a) ogni veicolo danneggiato è sottoposto a una verifica da parte di un addetto Goldcar; (b) al termine di tale verifica, l'addetto Goldcar compila un modulo di valutazione del danno e controlla quali siano le condizioni assicurative applicabili in funzione della scelta fatta dal cliente; (c) se il cliente è presente, l'addetto Goldcar gli espone l'esito di detta valutazione, il cui contenuto è stabilito in contraddittorio con il cliente e sottoscritto da entrambi; (d) resta inteso che il cliente è libero di non accettare la valutazione proposta dall'addetto Goldcar e di fare annotare il proprio dissenso; (e) in ogni caso, prima di procedere all'addebito, al cliente viene inviata una e-mail in cui viene descritto l'addebito formulato e a cui è allegato il modulo di valutazione del danno, nonché ogni altra informazione utile (foto, constatazione amichevole dei danni ecc.).

³⁵ In base al quale "[l]importo delle spese addebitate al Cliente per i danni provocati al veicolo, strumenti o accessori, che non siano coperti da assicurazione, verrà calcolato tenendo in considerazione la valutazione effettuata dai periti tecnici esterni a Goldcar oppure, qualora non fosse possibile effettuare a priori suddetta quantificazione, si addebiterà l'importo risultante da una prima valutazione effettuata dal personale qualificato di Goldcar in base alle tariffe pubblicate nell'Allegato I delle presenti condizioni [...]"

³⁶ Peraltro, il professionista precisa come tale tabella sia disponibile sia presso gli uffici di Goldcar, sia on-line presso il sito di Goldcar all'indirizzo <https://www.goldcar.es/it/tc/> (attraverso il link ipertestuale "ELENCO DEI PREZZI PER GLI ACCESSORI SUDDIVISI PER GRUPPI, TARIFFE PER LA GRU").

³⁷ Ciò, a detta di Goldcar, troverebbe riscontro in alcune evidenze in atti, ed in particolare, a titolo esemplificativo, in un documento acquisito nel corso dell'ispezione di Pisa (doc. n. 25.1 al fascicolo istruttorio), nel quale viene raccomandato ai dipendenti di Goldcar di esporre sempre in modo chiaro le condizioni contrattuali e ogni altra informazione utile al cliente (nel documento, "[b]isogna sempre spiegare benissimo le ns. condizioni").

infatti, sarebbero molti i documenti ispettivi che evidenzerebbero l'elevato livello di gradimento del servizio clienti di Goldcar³⁸.

48. Tanto premesso, in punto di diritto Goldcar ha osservato come la pratica da valutare per legittimare l'intervento dell'Autorità dovrebbe coinvolgere *“in misura apprezzabile un numero di consumatori idoneo a rappresentare quantomeno una parte consistente della collettività di riferimento”*³⁹. Tale impostazione sarebbe coerente con il costante insegnamento della giurisprudenza amministrativa secondo cui per pratica commerciale si intende *“non già un comportamento sporadico ed isolato, adottato dal professionista nei confronti del consumatore, bensì prassi, protocolli ovvero stili di condotta, suscettibili di ripetersi nel tempo, in quanto espressione di una determinata organizzazione ovvero strategia di impresa”*⁴⁰.

49. Ciò premesso, sarebbe evidente che nessun illecito possa essere attribuito a Goldcar in quanto le evidenze istruttorie mostrerebbero come tale professionista offra ai propri clienti un quadro informativo chiaro ed esaustivo in merito alle caratteristiche delle diverse opzioni disponibili in materia di coperture assicurative e di formule carburanti. Inoltre, il fascicolo del procedimento non conterrebbe evidenze a sostegno dell'asserita illiceità delle condotte attribuite al personale Goldcar, non potendo considerarsi tali – a detta di Goldcar - le *“affermazioni indimostrate (e indimostrabili) di pochissimi consumatori”*⁴¹. Infatti, secondo il professionista, l'eventualità che singoli componenti del personale Goldcar abbiano contravvenuto alle direttive di trasparenza imposte da Goldcar non determinerebbe una violazione addebitabile al medesimo professionista, mancando quella *“consistenza anche quantitativa degli elementi censurati”* necessaria ai fini della configurabilità delle pratiche commerciali scorrette⁴².

50. Quanto alla presunta aggressività delle condotte, Goldcar osserva che anche laddove fosse configurabile un'omissione informativa nella fattispecie in esame, ciò non sarebbe affatto sufficiente a qualificare le condotte commerciali contestate a Goldcar come aggressive.

A tal riguardo, il professionista ricorda come il Consiglio di Stato abbia affermato il principio per cui l'aggressività della condotta si ricaverebbe dal carattere “subdolo” dell'omissione e dalla sua oggettiva idoneità a condizionare le scelte del consumatore, inducendolo ad acquistare un prodotto diverso e aggiuntivo rispetto a quelli che egli si era determinato ad acquistare⁴³. In tale contesto, ai fini della configurabilità di una pratica commerciale aggressiva sarebbe necessario dimostrare l'esistenza di *“comportamenti positivi (‘molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento’) suscettibili di limitare la libertà di scelta dell'utente”*⁴⁴. Di conseguenza, il semplice *“silenzio tenuto su punti rilevanti dell'operazione commerciale sottoscritta dal cliente, tale da creare in quest'ultimo un deficit informativo certamente idoneo a*

³⁸ Tra i vari documenti, Goldcar cita ancora il doc. n. 25.1 al fascicolo istruttorio, nel quale verrebbe mostrato chiaramente come la quasi totalità dei clienti abbia segnalato la competenza, cortesia e attenzione del personale di Goldcar.

³⁹ In tal senso, cfr. TAR Lazio, sentenza del 18 maggio 2016, n. 6684/2016, *Codacons/AGCM*.

⁴⁰ In tal senso, cfr. TAR Lazio, sentenza del 19 novembre 2010, n. 33668/2010, *Concessioni Autostradali Venete CAV S.p.A./AGCM*.

⁴¹ Cfr. memoria di Goldcar del 10 ottobre 2016.

⁴² A tale riguardo, a detta di Goldcar sarebbe dirimente il fatto che, nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2015 e il 29 febbraio 2016, appena lo 0,8% dei clienti abbia mosso contestazioni in relazione ai costi di riparazione o sostituzione di parti dell'autovettura danneggiate. Nel medesimo periodo risulterebbero inoltre solo 3 cause legali con i clienti (che rappresentano lo 0,12% dei casi di addebito di spese per la riparazione o sostituzione di parti di autovetture danneggiate e appena lo 0,001% dei noleggi). Per quanto concerne, invece, le contestazioni con riferimento alla c.d. polizza carburante, nel medesimo periodo risulta che i reclami al riguardo sono stati solamente 292, pari allo 0,1% del totale dei contratti di autonoleggio. Di tale numero un solo consumatore avrebbe poi intentato un'azione legale.

⁴³ Cfr. Consiglio di Stato, sentenza n. 14/2012, *Agos S.p.A./AGCM*.

⁴⁴ Cfr. Consiglio di Stato, sentenza n. 14/2012 cit.

condizionarne le scelte [...] non può perciò solo autorizzarne l'inquadramento nella fattispecie di cui all'art. 24" del Codice del Consumo⁴⁵.

51. Infine, al fine di collaborare fattivamente con l'Autorità nella rimozione di ogni possibile criticità della propria condotta, Goldcar ha comunicato di aver già messo a punto un nuovo sistema informatico finalizzato alla creazione di una procedura che consenta un più completo controllo dell'autoveicolo al momento del *check in* e, in particolare, una più precisa localizzazione e quantificazione del danno.

Il nuovo *software* sarà in dotazione nei *tablet* forniti al personale Goldcar e permetterà di verificare la presenza di danni in ciascuna parte dei veicoli⁴⁶.

Sempre al fine di collaborare fattivamente con l'Autorità, Goldcar ha poi introdotto nei propri uffici e nei propri parcheggi dei *totem* informativi i quali ribadiscono quanto già delineato dalle Condizioni Generali e da quanto disponibile sul sito www.goldcar.es/it. Mediante tali *totem*, Goldcar mira a garantire una maggiore trasparenza e chiarezza delle proprie condizioni contrattuali in modo da consentire al cliente di essere pienamente a conoscenza delle medesime.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

52. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 10 ottobre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

53. Con parere pervenuto in data 4 novembre 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che la comunicazione via internet in esame sia idonea ad influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è stato richiesto il parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

54. Preliminarmente, con riferimento alle condotte contestate, devono considerarsi responsabili sia Goldcar Spain, sia Goldcar Italy⁴⁷.

Va considerato, infatti, che Goldcar Spain è la società a capo dell'omonimo gruppo internazionale e soggetto responsabile delle politiche commerciali e delle procedure operative (gestione danni, tariffe carburante), mentre Goldcar Italy - oltre ad essere beneficiaria in termini economici e di mercato dei vantaggi derivanti in Italia dalle condotte oggetto del procedimento - è la società incaricata per la vendita in Italia dei servizi di noleggio Goldcar.

55. Le condotte sopra descritte integrano distinte pratiche commerciali scorrette, ai sensi degli artt. 20, comma 2, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

56. In particolare, con riguardo alla condotta *sub* (i), dagli elementi in atti sopra riportati emerge una pratica commerciale articolata che si sviluppa al momento del *check out* e si sostanzia, in primo luogo, nella vendita al consumatore di servizi c.d. "accessori" - erroneamente qualificati come "assicurativi" - o nell'addebito ingiustificato di importi quali corrispettivi per presunti danni

⁴⁵ Coerentemente con tale dottrina, la stessa Autorità avrebbe escluso la natura aggressiva delle pratiche contestate nel caso in cui il professionista non informava del costo del giubbino al momento del ritiro di un'autovettura a noleggio (caso PS5878 - *Europcar/Addebito giubbino catarifrangente*, provvedimento del 17 novembre 2010, n. 21811).

⁴⁶ La procedura prevede poi che, in caso di danni, l'addetto al *desk* dovrà scattare una foto alla parte danneggiata e indicare nello schema prospettico del veicolo l'esatta localizzazione di ciascun danno. Successivamente, l'addetto al *desk* dovrà indicare il livello del danno basandosi su un apposito schema che ripartisce i possibili danni in tre categorie in base alle loro dimensioni. Terminata la procedura, il cliente riceverà una e-mail contenente tutte le informazioni relative a ciascun danno ai fini della riscossione, da parte di Goldcar, degli importi dovuti.

⁴⁷ Nessuna condotta è imputabile a Car Rentals Italy S.r.l., la quale è un veicolo societario che non svolge alcuna attività operativa.

arrecati all'auto presa in noleggio, condotte entrambe facenti leva sul fatto che il consumatore deve garantire il professionista di una conduzione e custodia diligente della vettura, dando la propria carta di credito in garanzia al professionista.

57. Più in particolare, il professionista sfrutta la posizione di asimmetria – ed oggettiva debolezza – nella quale si trova il consumatore, che dopo aver acquistato il prodotto (ossia, il servizio di noleggio), si presenta al *desk* per ritirare l'autovettura e dare la propria carta di credito come garanzia dell'autovettura noleggiata. In particolare, a fronte della elevata somma richiesta a garanzia attraverso il deposito cauzionale bloccato sulla carta di credito del consumatore, Goldcar prospetta insistentemente al cliente la possibilità di affrontare con maggiore tranquillità l'uso dell'autovettura noleggiata acquistando ulteriori servizi accessori - definiti come "polizze assicurative" - la cui estensione non è chiara ed univoca e dei quali non è facilmente comprensibile il contenuto e l'effettiva copertura, né tantomeno il prezzo, che permette altresì la riduzione dell'importo del deposito cauzionale.

58. In tale contesto, ai fini della valutazione dell'indebito condizionamento assumono rilievo, da un lato, i tempi e il luogo nei quali la condotta avviene (ossia il momento del ritiro dell'auto al *desk* del professionista) e, dall'altro, lo sfruttamento, da parte del professionista, di circostanze specifiche di gravità tali da alterare la capacità di valutazione del consumatore, quali l'elevato importo del deposito cauzionale richiesto, al fine di influenzarne la decisione relativa al prodotto.

59. Assumono altresì importanza sia il fatto che il consumatore abbia già acquistato il servizio di autonoleggio, sia le modalità con cui viene presentato da un lato il contenuto della polizza Goldcar Basic Cover rispetto al prodotto accessorio Relax, suscettibili di ingenerare confusione nel consumatore in merito all'effettiva copertura della polizza principale e del prodotto accessorio offerto. In particolare, da un lato rileva che nelle Condizioni Generali di Autonoleggio non sia affatto chiaro il reale perimetro della copertura base (Goldcar Basic Cover) offerta di *default* da Goldcar, che induce il consumatore a tutelarsi maggiormente attraverso l'acquisto di un prodotto assicurativo aggiuntivo.

Dall'altro, assume rilevanza l'attenzione che Goldcar pone, trasmettendo in tal senso un'apposita Circolare alla propria rete di vendita, sul fatto che al cliente debba essere veicolato l'insufficiente copertura del prodotto base così come il concetto che l'acquisto di un prodotto assicurativo aggiuntivo possa apportare maggiore "tranquillità" durante il periodo del noleggio (cfr. *supra*).

60. D'altra parte, dagli elementi acquisiti, sia dalle segnalazioni che dai documenti ispettivi, emerge chiaramente l'insistenza e la pressione che il professionista esercita sul consumatore per la vendita del prodotto accessorio, i rilevanti obiettivi commerciali posti alla forza vendita, con l'obiettivo appunto non di offrire un prodotto accessorio ma di indurne l'acquisto con tutte le argomentazioni possibili, volto appunto a "spellare" il consumatore.

61. In particolare, tale condotta appare idonea per i tempi in cui si realizza, ovvero al momento del ritiro dell'autovettura quando al consumatore viene bloccata una importante somma sul *plafond* della sua carta di credito a garanzia dei danni dell'autovettura noleggiata, a condizionare indebitamente il consumatore così da indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, e cioè l'acquisto di un prodotto accessorio per limitare la responsabilità per danni all'autovettura e il pericolo di addebiti successivi nonché per abbattere l'importo del deposito cauzionale, così da disporre pienamente dell'intero *plafond* della propria carta di credito.

62. Rileva, a tal proposito, anche la strategia commerciale perseguita dal professionista in merito alla gestione dei danni, volta ad ottenere un preciso introito (*[omissis]* euro per giorno di noleggio)

dall'attività di recupero danni. Si tratta di un obiettivo costantemente monitorato dal professionista, sulla base del quale viene valutata la rete commerciale diffusa sul territorio.

63. In tale ambito assumono rilievo le modalità inadeguate ed aggressive di accertamento e quantificazione del danno e successivo addebito ai consumatori, sempre basate sulla situazione di forza del professionista derivante dalla disponibilità di un'importante somma bloccata sulla carta di credito del medesimo consumatore. A tal proposito assume rilevanza il fatto che le Condizioni Generali di Autonoleggio di Goldcar non chiariscano univocamente quale soggetto dovrà effettuare la valutazione dell'eventuale danno (periti tecnici esterni o personale interno qualificato), né sulla base di quali criteri il medesimo danno sarà stimato. Rileva, inoltre, il fatto che la Tabella danni allegata alle Condizioni Generali di Autonoleggio riferisca di tre distinti livelli di danno senza chiarire il criterio in base al quale sarà determinato il livello stesso.

64. Peraltro, la medesima Tabella danni non rappresenta un parametro oggettivo di quantificazione del danno, nella misura in cui non prevede né un sistema di differenziazione dei danni né di misurazione della loro entità attraverso l'applicazione di criteri oggettivi (quali, ad esempio, l'estensione dei graffi); in altri termini, la determinazione dell'effettivo importo da addebitare al cliente è ampiamente rimessa al professionista, che può discrezionalmente classificare il danno come di livello 2 o 3 e applicare gli incrementi previsti.

65. Inoltre, la procedura per la riscossione dei danni, in particolare in presenza di danni di importo inferiore a 400 euro, è tale per cui laddove il cliente dovesse rifiutare la ricostruzione effettuata dal personale al *desk* attraverso il formulario danni - sottoposto al cliente per la sottoscrizione - Goldcar procederà in ogni caso a realizzare la riscossione attraverso la carta di credito che il consumatore ha dato in garanzia.

66. Inoltre, la suddetta pratica è aggressiva, essendo posta in essere senza che il consumatore abbia a disposizione mezzi efficaci per contestare e negare tale addebito, dal momento che quest'ultimo viene effettuato sulla carta di credito data in garanzia al momento del noleggio, senza consentire al cliente né di verificare l'ammontare del danno stesso, laddove il medesimo sia riscontrato, né di autorizzare il prelievo o di opporsi ad esso nel caso in cui invece lo ritenga ingiustificato o non corretto nell'importo.

67. In questo contesto rileva la precisa strategia commerciale perseguita dal professionista e sottesa alla pratica in esame. Dai documenti in atti sopra descritti, infatti, emerge chiaramente l'importanza attribuita da un operatore *low cost* quale Goldcar alla vendita di servizi accessori, con l'evidente finalità di compensare i ridotti prezzi del servizio di noleggio puro attraverso i margini realizzati proprio dalla vendita di servizi aggiuntivi (cfr. *supra*).

68. In conclusione, la condotta del professionista appare scorretta proprio in quanto non corrisponde alla diligenza attesa in una fase delicata del rapporto di consumo, quello in cui il professionista deve consegnare l'autovettura noleggiata e assicurarsi solo della corretta custodia e prudente utilizzo dell'autovettura data a noleggio al consumatore attraverso, fra l'altro, la garanzia della carta di credito. Invero, il professionista sfrutta tale particolare posizione di supremazia e asimmetria sia per vendere prodotti accessori, indebitamente definiti come assicurativi e volti alla copertura di esasperati pericoli e danni, sia per procedere all'ingiustificato addebito dei danni - condotte entrambe finalizzate ad una chiarissima finalità commerciale che travalica la verifica dell'integrità dell'autovettura noleggiata.

Per tali motivi, la condotta commerciale di Goldcar risulta aggressiva ai sensi degli art. 24 e 25 del Codice del Consumo.

Inoltre, la condotta appare contraria alla diligenza professionale, ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo in quanto la medesima consiste nello sfruttare la disponibilità della carta di credito data in garanzia dai consumatori al momento del prelievo dell'autovettura.

69. Quanto alla condotta *sub* (ii), la medesima appare ingannevole, in violazione degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, nella misura in cui risulta idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, informando in maniera non chiara ed evidente del fatto che la tariffa *Flex Fuel* comporta l'addebito di un rilevante costo di gestione.

70. In particolare, il sito *web* di Goldcar, nel presentare ed offrire la tariffa *Smart* (ovvero, la formula carburante *Flex Fuel*) non fornisce adeguata informazione dell'esistenza di costi di gestione associati che hanno rilevanza decisiva per la scelta del servizio: infatti l'informazione su tali costi è rinvenibile solo posizionando il cursore sulla voce "*Tariffa Smart*". Peraltro, la scarsa trasparenza emerge anche dalle diverse richieste di chiarimenti formulate dai consumatori a Goldcar in merito all'esatto costo della tariffa *Smart* (cfr. *supra*).

71. Anche il professionista è peraltro pienamente consapevole della scarsa chiarezza informativa con cui vengono presentate al consumatore le peculiarità delle due tariffe carburante, al punto da far affermare il principio per cui "*Bisogna cercare di spiegare la politica carburante in maniera migliore*" (cfr. *supra*).

72. In ragione dell'assoluta rilevanza dei costi di gestione richiesti dal professionista per la tariffa *flex-fuel*, il consumatore risulta quindi ingannato sul principale parametro di scelta del servizio e quindi al momento dell'acquisto effettua una scelta commerciale che non avrebbe altrimenti effettuato. Inoltre, nella misura in cui l'addebito di tale importo arriva alla fine del noleggio - direttamente sulla carta di credito -, essa risulta anche aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25 in quanto costringe il consumatore al pagamento di una voce di costo - di importo consistente - della quale non era stato adeguatamente informato.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

73. Ai sensi dell'articolo 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.

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

75. Con riguardo alla gravità di entrambe le violazioni, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione del gruppo Goldcar, *player* di assoluto rilievo nel mercato europeo del noleggio a breve termine con una rete di 65 filiali situate in Spagna, Italia, Portogallo, Francia, Grecia, Malta, Andorra e Marocco. Il fatturato complessivo 2015 del gruppo Goldcar è stato pari a 237 milioni di euro.

76. Goldcar Italy è la controllata italiana del Gruppo, presente sul territorio nazionale attraverso una rete di venti uffici situati nelle più importanti città, presso gli aeroporti internazionali e intercontinentali e nelle località di maggior interesse turistico. Sulla base dei bilanci relativi all'esercizio 2015 risulta che Goldcar Italy S.r.l. abbia realizzato un fatturato pari a 31 milioni di euro, con un utile d'esercizio pari a [300.000-400.000] euro

77. Sempre avendo riguardo alla gravità della violazione relativa alla pratica *sub* (i) deve rilevarsi la sua capacità di incidere sensibilmente sulle scelte economiche del consumatore al momento del ritiro dell'autovettura nella misura in cui condiziona indebitamente il medesimo all'acquisto di un prodotto accessorio al servizio di noleggio, ovvero al momento della restituzione dell'autovettura al pagamento di danni inesistenti, sfruttando la situazione di asimmetria ed oggettiva debolezza nella quale si trova il consumatore che ha già dato la propria carta di credito a garanzia del noleggio. In tale contesto, la gravità si apprezza in ragione del suddetto contesto, ove lo *standard* di diligenza è particolarmente stringente.

Inoltre, rileva l'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori, in ragione appunto della sua potenziale applicazione a tutti i clienti del professionista.

78. Quanto alla pratica *sub* (ii), sempre con riguardo alla gravità della violazione si richiamano gli argomenti precedenti, in particolare quelli relativi alla dimensione del professionista e alla potenziale idoneità della pratica a raggiungere un numero elevato di consumatori.

79. Per quanto riguarda la durata di entrambe le violazioni, dagli elementi disponibili in atti risulta che le pratiche commerciali sono state poste in essere per lo meno a partire da giugno 2014, data cui fa riferimento la prima segnalazione ricevuta, e sono tuttora in corso.

80. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido alle società Goldcar Spain S.L. e Goldcar Italy S.r.l., nella misura di 1.700.000 € (unmilionesettecentomila euro) per la pratica *sub* i) e nella misura di 300.000 € (trecentomila euro) per la pratica *sub* ii).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* (i) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad incidere sensibilmente sulle decisioni economiche del consumatore, inducendolo all'acquisto di un prodotto accessorio al servizio principale di noleggio ovvero al pagamento di importi non dovuti;

RITENUTO, altresì, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* (ii) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore, informandolo in maniera non chiara ed evidente circa il costo di gestione della Tariffa *Smart* e della connessa tariffa carburante *Flex Fuel*, costringendolo poi al pagamento;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento come pratica *sub* (i), posta in essere dalle società Goldcar Spain S.L. e Goldcar Italy S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento come pratica *sub* (ii), posta in essere dalle società Goldcar Spain S.L. e Goldcar Italy S.r.l., 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;

c) con riferimento alla pratica *sub* (i), di irrogare in solido alle società Goldcar Spain e Goldcar Italy una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 1.700.000 €(unmilionesettecentomila euro);

d) con riferimento alla pratica *sub* (ii), di irrogare in solido alle società Goldcar Spain e Goldcar Italy una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 300.000 €(trecentomila euro);

e) che i professionisti comunichino all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alle diffide di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, 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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 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'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 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

IP257 - SHOP RG (SMARTPHONESTOCK.IT) - MANCATA CONSEGNA*Provvedimento n. 26275*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'art. 19 del "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;VISTA la propria delibera n. 25975 del 13 aprile 2016, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale consistente nella mancata consegna di prodotti acquistati da consumatori sul sito *www.shoprg.it* e qualificati come disponibili, e nella mancata gestione di richieste, prima di adempimento e poi di rimborso dei consumatori, posta in essere, a partire dal mese di giugno 2014, dall'impresa individuale *RG GROUP di Carla Lauretti*;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

Con il provvedimento sopra citato, l'Autorità ha deliberato che la pratica commerciale sopra descritta e posta in essere dalla sig.ra Carla Lauretti, titolare dell'impresa individuale RG GROUP di Carla Lauretti, costituisce una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 24, 25, lettera *d*), e 61 del Codice del Consumo, e ne ha vietato la diffusione o continuazione irrogando una sanzione amministrativa pecuniaria di 300.000 € (trecentomila euro).

Con richieste di intervento pervenute a partire dal 6 giugno 2016, numerosi consumatori hanno segnalato la reiterazione della medesima pratica commerciale oggetto del provvedimento sopra citato da parte del medesimo professionista attraverso il sito *http://www.smartphonestock.it/*.

In particolare, i consumatori hanno segnalato che il professionista venderebbe articoli che poi non consegna, pur avendone addebitato il costo sulla carta di credito del cliente, e che frapporrebbe ostacoli al recesso da parte dei consumatori.

La pratica commerciale presenta il medesimo profilo di scorrettezza già accertato.

Il citato provvedimento n. 25975, del 13 aprile 2016, risulta comunicato al professionista in data 4 maggio 2016 e ricevuto il 10 maggio 2016.

Pertanto, dalle evidenze documentali, risulta che la pratica ritenuta scorretta è stata nuovamente diffusa successivamente al 10 maggio 2016.

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

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati integrano una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 25975, del 13 aprile 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) di contestare alla sig.ra Carla Lauretti, titolare dell'impresa individuale RG GROUP di Carla Lauretti, la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 25975 del 13 aprile 2016;

b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Antonino D'Ambrosio;

d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione A, della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dal legale rappresentante dell'impresa individuale RG GROUP di Carla Lauretti, ovvero da persone da essa delegate;

e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;

f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede alla sig.ra Carla Lauretti di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

PS10231 - AEREO CLUB DEL GOLFO/AUTORIZZAZIONE ENAC*Provvedimento n. 26276*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Gulf It S.r.l. (di seguito, anche “Gulf It”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. L’impresa opera nel settore del lavoro aereo e del trasporto passeggeri con elicotteri. Nel corso del 2013 Gulf It ha realizzato ricavi per circa 203.000 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista consistente nel pubblicizzare sul proprio sito internet (<http://ironstark.wix.com/gulfit-helicopters#!aerclub-del-golfo>) servizi di lavoro aereo, scuola di volo e trasporto passeggeri con elicottero, inducendo i consumatori a ritenere che la società sia abilitata a svolgerli, mentre, in realtà, il professionista non è in possesso né del certificato di operatore di lavoro aereo né della licenza di esercizio per il trasporto aereo e/o lavoro aereo, come sottolineato dall’Ente Nazionale per l’Aviazione Civile (di seguito, anche “ENAC”), amministrazione competente al rilascio degli stessi.

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

3. In data 12 ottobre 2015¹ è pervenuta una segnalazione riguardante i servizi pubblicizzati da Gulf It attraverso il proprio sito *internet*.

4. In data 17 novembre 2015² è stata inviata una richiesta di informazioni all’ENAC, che ha risposto con comunicazione pervenuta in data 23 novembre 2015³.

5. In data 5 aprile, 13 luglio e 3 ottobre 2016⁴ è stata acquisita agli atti del procedimento documentazione riguardante il sito *internet* del professionista.

¹ Cfr. doc. n. 1 del fascicolo.

² Cfr. doc. n. 2 del fascicolo.

³ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo.

⁴ Cfr. docc. n. 4, 6 e 9 del fascicolo.

Attività istruttoria

6. In data 18 aprile 2016 il professionista è stato invitato, con comunicazione dell'Autorità⁵ a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della propria pratica commerciale, ai sensi dell'art. 4, comma 5 del regolamento. Relativamente a tali profili era stato richiesto al professionista di provvedere a rimuovere dal proprio sito *internet* i riferimenti allo svolgimento dei servizi di lavoro aereo, presenti nella sezione lavoro aereo.

7. Il professionista non ha provveduto alla rimozione dei suddetti profili.

8. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 18 luglio 2016⁶ è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10231 per possibile violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza dei messaggi diffusi tramite il sito *internet* sopra citato in quanto la diffusione di informazioni dirette a pubblicizzare servizi di lavoro aereo e di scuola di volo con elicottero potrebbe indurre i consumatori a ritenere che la società sia abilitata a svolgerli, mentre, in realtà, il professionista non sarebbe in possesso né del certificato di operatore di lavoro aereo né della licenza di esercizio per il trasporto aereo e/o lavoro aereo.

9. Il provvedimento di avvio è stato pubblicato sul Bollettino settimanale dell'Autorità n. 32 del 19 settembre 2016, attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della stessa comunicazione di avvio.

10. In data 10 ottobre 2016⁷ è stata comunicata alla Parte, mediante pubblicazione sul Bollettino settimanale dell'Autorità (n. 35 del 10 ottobre 2016), la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

11. Il professionista non ha fatto pervenire alcuna memoria.

2) Le evidenze acquisite

12. Con comunicazione del 12 ottobre 2015, un segnalante ha lamentato la presunta ingannevolezza delle comunicazioni commerciali presenti sul sito *internet* <http://irontonystark.wix.com/gulfit-helicopters#!aerclub-del-golfo> dirette a promuovere lo svolgimento dei servizi di lavoro aereo e la propria scuola di volo, denominata "Aeroclub del Golfo".

In particolare, dalle rilevazioni effettuate d'ufficio in data 5 aprile 2016 del sopracitato sito è risultato che il professionista ha pubblicizzato, nella sezione "lavoro aereo" ("Aerial work") i servizi: "Flood Relief, Tree Lifting and Rubbish Removal, Branding and Advertising, Fire Fighting & Water Bombing, Aerial Heli Crane - Load Lifting, Powerline Construction & Inspection, Search & Rescue Operations, Agricultural & Rural Operations, Aerial Surveying, Aerial Filming & Photography". Nelle sezioni del sito "Gallery" e "Tour" risulta che il professionista si pubblicizza per servizi sul territorio italiano proponendo tour in elicottero su Ischia, Capri, Sorrento, Napoli, la Valdorcia e la zona del Chianti.

13. Infine, tra i servizi che il professionista promuove vi è anche una scuola di volo, denominata "Aeroclub del Golfo", senza tuttavia che dal sito suddetto sia desumibile alcuna informazione sulla modalità di svolgimento dei corsi.

14. A seguito delle informazioni richieste in merito alle autorizzazioni possedute dal professionista, l'ENAC ha rappresentato con comunicazione del 23 novembre 2015⁸ che "sia la

⁵ Cfr. doc. n. 5 del fascicolo.

⁶ Cfr. doc. n. 7 del fascicolo.

⁷ Cfr. doc. n. 10 del fascicolo.

Gulf It Sr.l. sia l'Aero Club del Golfo non risultano essere stati titolari di licenza di esercizio di trasporto aereo e/o lavoro aereo né risultano essere in possesso di una certificazione (Certificato di operatore di lavoro aereo) che attualmente abilita le imprese allo svolgimento dei servizi di lavoro aereo".

3) Le argomentazioni difensive della Parte

15. La parte non ha fatto pervenire alcuna memoria.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 2 novembre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

17. Con parere pervenuto in data 6 dicembre 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in questione. In particolare, si è considerato che il consumatore, indotto alla consultazione diretta del sito *internet* per accedere a servizi di lavoro aereo e di scuola di volo con elicottero, attratto dall'opportunità di non comuni esperienze di volo e/o pilotaggio, potrebbe poi effettivamente fruire dei servizi offerti dal professionista, così sviluppando in concreto la piena potenza promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

18. Il procedimento concerne l'ingannevolezza del comportamento posto in essere da Gulf It S.r.l., consistente nell'aver pubblicizzato, sul proprio sito internet <http://irontonystark.wix.com/gulfit-helicopters#!aerclub-del-golfo>, servizi di lavoro aereo, scuola di volo e trasporto passeggeri in elicottero.

19. In particolare, le informazioni riportate sul sito *internet* riferibili a detto professionista, risultate dalle rilevazioni del 5 aprile, 13 luglio 2016 e 3 ottobre 2016, pubblicizzano inequivocabilmente i suddetti servizi, mentre, dalle evidenze in atti, risulta che la società non sia mai stata autorizzata a svolgerli. Né il sito contiene precisazione alcuna con riguardo all'eventualità che i servizi in questione potrebbero essere forniti, per conto di Gulf It S.r.l., da altra società abilitata.

20. Il professionista, dunque, ha diffuso messaggi che forniscono informazioni inesatte sulle caratteristiche dei servizi offerti, inducendo i consumatori a ritenere che la società sia direttamente abilitata a svolgerli, mentre, in realtà, il professionista non risulta in possesso né del certificato di operatore di lavoro aereo, né della licenza di esercizio per il trasporto aereo e/o lavoro aereo, come rappresentato dall'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile (ENAC), amministrazione competente al rilascio degli stessi.

21. Il messaggio oggetto di contestazione, pertanto, veicolando ai potenziali clienti informazioni inesatte e incomplete circa le caratteristiche dei servizi offerti, implicitamente qualificandosi come un operatore a ciò abilitato, non consente al consumatore di poter correttamente valutare la reale natura e portata dell'offerta proposta, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Infatti, il consumatore che intenda aderire all'offerta di servizi rientranti nell'attività del professionista non può essere consapevole che lo stesso diffonda informazioni inesatte e incomplete circa le autorizzazioni possedute e dunque circa la possibilità di offrire tali servizi, trovandosi in uno stato di asimmetria informativa.

⁸ Cfr. doc. n. del 3 fascicolo istruttorio.

22. Il fatto che un elemento fondamentale, quale quello dei requisiti essenziali per lo svolgimento dei corsi e dei servizi promossi come le necessarie autorizzazioni ENAC, non sia stato presentato contestualmente all'offerta degli stessi incide sul comportamento del consumatore che risulta pertanto falsato in modo rilevante.

23. Per quanto sin qui osservato, non si riscontra, nel caso di specie, il normale grado di diligenza professionale di cui all'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, ossia quel grado di specifica competenza e attenzione che un consumatore medio può ragionevolmente attendersi da un professionista operante nel settore di riferimento, relativamente alla veridicità e completezza informativa delle proprie comunicazioni commerciali, con particolare riguardo alle effettive caratteristiche dell'offerta prospettata.

24. In conclusione, la condotta del professionista, consistente nell'aver diffuso un messaggio pubblicitario, tramite il sito *internet* <http://irontonystark.wix.com/gulfit-helicopters#!aerclub-del-golfo>, che veicola informazioni ingannevoli in merito alle qualifiche del professionista e alle caratteristiche dei servizi dallo stesso offerti, va ritenuta una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in maniera apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

25. 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.

26. 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.

27. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione del messaggio attraverso internet, mezzo potenzialmente idoneo a raggiungere un numero considerevole di consumatori.

28. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal mese di ottobre 2015, data in cui è pervenuta la segnalazione, e risulta ancora in corso.

29. Considerati tali criteri, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Gulf It S.r.l. nella misura di 14.000 €(quattordicimila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi promossi dal professionista e alle qualifiche dallo stesso possedute;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Gulf It S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica

commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Gulf It S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 14.000 € (quattordicimila euro).

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

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

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b*) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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 di copia del modello 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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS10257 - FLIRTAMI.IT-RINNOVO AUTOMATICO*Provvedimento n. 26277*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 21 giugno 2016, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, nonché il provvedimento del 14 settembre 2016, con il quale, ai sensi del medesimo articolo, in accoglimento dell'istanza di proroga del procedimento presentata dalle società HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG in data 7 settembre 2016, è stata disposta un'ulteriore proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie in considerazione della necessità di procedere alla valutazione della versione definitiva degli impegni presentati dal professionista in data 7 settembre 2016;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG (di seguito, HQ), in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo. La società, con sede in Vienna, Austria, è titolare del sito internet di incontri in lingua italiana www.flirtami.it. Il sito fornisce un servizio di incontri *on-line* e ricerca partner.
2. Il professionista non ha comunicato i propri dati di fatturato. Anche dalla visura della banca dati Amadeus tale dato non risulta disponibile. È tuttavia presente la voce di "*Total assets*" che nel 2014 è pari a circa sei milioni di euro e il numero dei dipendenti pari ad una unità.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista che, con riferimento al sito di incontri *on-line* in lingua italiana www.flirtami.it, avrebbe posto in essere le seguenti pratiche commerciali scorrette:

A) avrebbe presentato e promosso il proprio sito internet www.flirtami.it ai consumatori mediante modalità informative ingannevoli e omissive in ordine a diversi elementi essenziali quali le caratteristiche del servizio, il funzionamento dello stesso, con particolare riferimento al rinnovo automatico dell'abbonamento, ed i relativi costi effettivi. In particolare, il sito presenta l'iscrizione allo stesso come gratuita, senza chiarire che la mera iscrizione non comporta la fruibilità completa dei servizi che è riservata ai soli utenti abbonati a pagamento. Il sito, inoltre, non evidenzia in maniera chiara durante la procedura di acquisto, la circostanza che i pacchetti a pagamento (in

prova o a tempo) si rinnovano in maniera automatica alla scadenza, i costi del servizio in caso di rinnovo, nonché le modalità e i termini per disdire l'abbonamento sottoscritto;

B) avrebbe frapposto ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, con riferimento, in particolare, alla disdetta del contratto a pagamento. La procedura di risoluzione del contratto, infatti, per come strutturata e per le informazioni fornite, potrebbe risultare difficoltosa e idonea a condizionare indebitamente le scelte economiche dei consumatori;

C) nel processo di acquisto sarebbero omesse e/o fornite in modo inadeguato informazioni rilevanti quali quelle relative al diritto di recesso nei contratti a distanza ai sensi del Codice del Consumo. In particolare, il professionista avrebbe fornito ai consumatori, informazioni relative al diritto di recesso in contrasto con gli artt. 49, comma 1, lettera *h*), 52, 54, 56 e 59 del Codice del Consumo. Infine, risulterebbe la presunta violazione dell'art. 66-bis del Codice del Consumo con riferimento alle indicazioni concernenti il foro competente.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. In data 14 e 22 settembre 2015, 22 dicembre 2015, 6 settembre 2016 e 3 ottobre 2016 sono stati realizzati rilievi d'ufficio sul sito internet del professionista www.flirtami.it e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*¹.

5. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 14 gennaio 2016, è stato avviato il procedimento istruttorio PS10257 nei confronti della società HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e 22, nonché 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, nonché degli artt. 49, 52, 54, 56, 59 e 66 *bis* del Codice del Consumo.

6. In data 16 maggio e 7 settembre 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 4 ottobre 2016 con decisione comunicata al professionista in data 11 ottobre 2016, sul presupposto dell'interesse all'accertamento dell'eventuale infrazione da parte dell'Autorità e del fatto che gli impegni presentati non risultano idonei a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento. In particolare, l'Autorità ha valutato che gli impegni, per come formulati e presentati, rappresentano una generica manifestazione di disponibilità a rimuovere le criticità evidenziate nella comunicazione di avvio del procedimento, senza tuttavia fornire una descrizione puntuale e una chiara indicazione delle modalità di intervento e delle modifiche da apportare al sito internet, né d'altra parte contengono un chiaro impegno *pro-futuro* al rispetto degli impegni assunti. Inoltre, non è stata fornita alcuna documentazione ad integrazione degli impegni proposti che potesse permettere il monitoraggio e controllo successivo ai fini dell'ottemperanza.

7. In data 26 aprile 2016 è stata richiesta assistenza, ai sensi del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70 - recante "*Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società di informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*", al *Bundesministerium fur Justiz* austriaco, comunicazione successivamente trasmessa per competenza al *Bundesministerium fur Arbeit Soziales und Konsumentenschutz*. In data 11 ottobre 2016, infine, l'Autorità ha comunicato alla Direzione Generale Mercato Interno della

¹ Cfr. docc. nn. 3, 4, 6, 26 e 28 del fascicolo istruttorio.

Commissione Europea ed alla competente autorità austriaca la possibile adozione di provvedimenti inibitori nei confronti delle società HQ.

8. HQ ha fornito informazioni e presentato una memoria difensiva in data 16 maggio 2016, nonché è stata sentita in audizione in data 19 luglio 2016.

9. In data 14 ottobre 2016 è stato comunicato al professionista la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 3 novembre 2016 è pervenuta la memoria difensiva, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento sulle procedure istruttorie, da parte di HQ.

11. Infine, in data 6 dicembre 2016 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) Le evidenze acquisite

i) Pratica sub A)

12. I documenti agli atti sono costituiti dalle segnalazioni ricevute e dai rilievi effettuati d'ufficio concernenti la presentazione dei servizi offerti dal professionista, l'home page del sito, le pagine riguardanti il procedimento di acquisto di un abbonamento a pagamento, nonché le *Condizioni generali di contratto* che regolano i rapporti con i possibili utenti.

13. I segnalanti, in particolare, lamentano di aver aderito ad un abbonamento di prova ad un prezzo particolarmente vantaggioso che si è tramutato alla scadenza in un abbonamento trimestrale del costo di 119 euro, senza adeguata informazione preventiva.

14. Da accertamenti effettuati in data 14 settembre e 22 settembre 2015, è risultato che sulla home page del sito internet *www.flirtami.it* è presente un modulo interattivo per l'iscrizione al sito. Il pulsante con il quale procedere all'iscrizione riporta a caratteri cubitali la seguente indicazione: "*Registrati Gratis*". Poco sopra e con un carattere più piccolo viene riportata la seguente indicazione "*Cliccando su "Registrati Gratis" confermo di essere maggiorenne e di aver letto e accettato le Condizioni generali di contratto e l'informativa sulla privacy*" (fig. 1).

Fig. 1

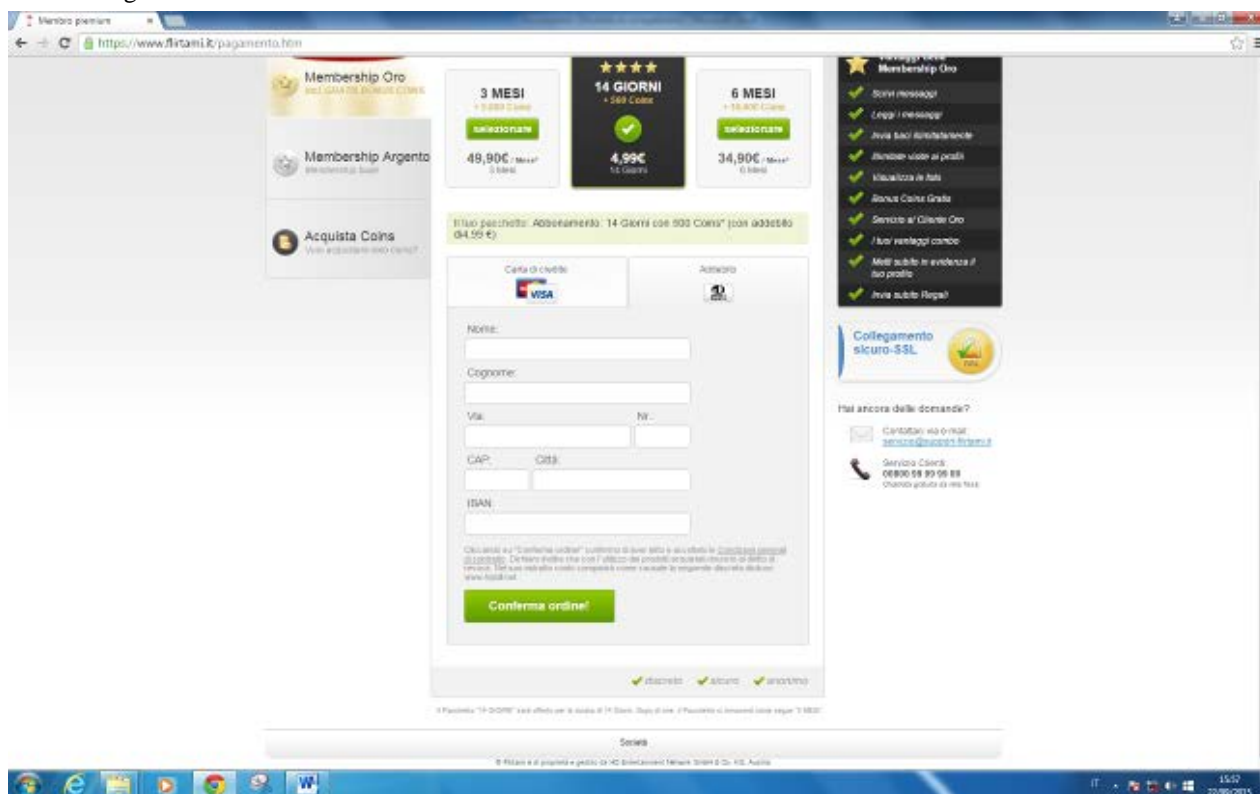


15. L'iscrizione gratuita al sito permette all'utente soltanto alcune limitate funzioni tra cui quella di visionare in maniera passiva altri profili presenti. Per poter usufruire dei servizi disponibili su Flirtami (tra cui quello di inviare e leggere e-mail e chattare con altri iscritti) occorre procedere con la sottoscrizione di un abbonamento a pagamento.

16. Cliccando sul link "Upgrade", presente nella pagina di presentazione del sito a cui si accede una volta terminata la registrazione, si arriva alla pagina web che presenta diverse tipologie di abbonamento differenziate per caratteristiche (Membership Oro, Membership Argento e Acquista Coins), con differenti funzionalità e durata (prova 7 giorni, 14 giorni, 3 mesi e 6 mesi). Ciascuno di questi pacchetti o tipologie di abbonamento ha un costo differente.

17. In particolare, l'abbonamento Membership Oro della durata di 14 giorni ha un costo di 4,99 euro. La finestra che viene aperta per l'inserimento dei propri dati contiene un pulsante che riporta a caratteri molto grandi la seguente frase: "Conferma ordine!". Poco sopra e con un carattere più piccolo viene riportata la seguente indicazione "Cliccando su "Conferma ordine" confermo di aver letto e accettato le Condizioni generali di contratto. Dichiaro inoltre che con l'utilizzo dei prodotti acquistati rinuncio al diritto di revoca [...]". In calce alla pagina e con un carattere molto piccolo e di difficile lettura viene riportata la seguente indicazione: "Il Pacchetto "14 GIORNI" sarà offerto per la durata di 14 giorni. Dopo di che il Pacchetto si rimuoverà come segue "3MESI" (fig. 2).

Fig. 2



18. Per quanto riguarda, inoltre, le modalità di risoluzione del contratto di abbonamento, nonché per quel che riguarda il diritto di recesso, nessuna informazione viene contestualmente fornita al possibile utente durante la procedura di acquisto. Tali informazioni vengono riportate al punto al 5 delle Condizioni generali del servizio e nella guida in linea del sito, potendo risultare, pertanto, non immediatamente e facilmente disponibili al consumatore in fase di acquisto.

19. Cliccando, infatti, sul link “*Condizioni generali del servizio*”, si accede alle pagine web che riportano i termini e le condizioni contrattuali che al punto 3 stabiliscono il rinnovo automatico dell’abbonamento² e al punto 5³ prevedono la possibilità di recedere per posta, fax o telefono.

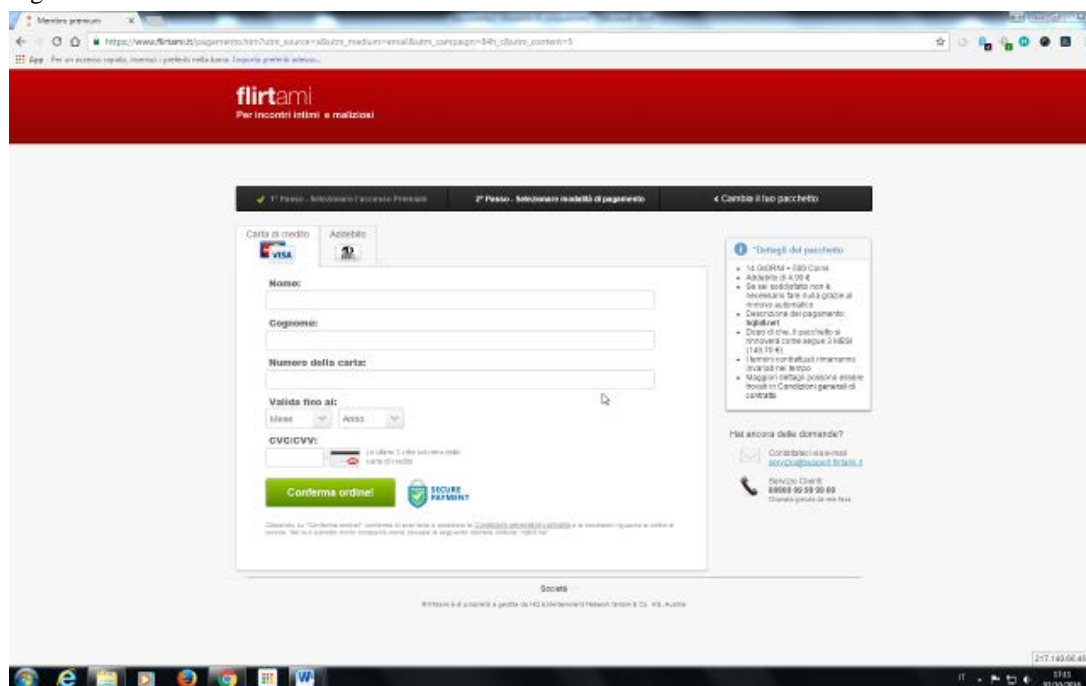
² Il punto 3.3 dispone che: “L’utente che decida di acquistare l’accesso ai servizi a pagamento, prima di accedere a tali servizi viene informato in merito alle prestazioni offerte, alla loro non gratuità, al costo dell’abbonamento e alle modalità di pagamento. Una volta effettuato il pagamento, i servizi a pagamento saranno disponibili per un periodo di tempo corrispondente alla durata dell’abbonamento sottoscritto dall’utente. L’utente sarà informato dei termini di scadenza del suo abbonamento e del periodo di tempo per cui verrà rinnovato l’abbonamento nel caso non venga disdetto entro i termini e secondo le modalità di cui agli articoli 5.2 e 5.4”. Al punto 3.6 viene riportato: “Qualora l’utente usufruisca di un periodo di prova dei servizi a pagamento, salvo che l’utente ne abbia comunicato la disdetta entro i termini previsti dall’articolo 5.3, al termine del periodo di prova quest’ultimo si convertirà in abbonamento e l’utente sarà tenuto a corrispondere il relativo prezzo per continuare ad usufruire dei servizi a pagamento”. Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio.

³ Il punto 5 è rubricato Cancellazione del profilo gratuito, rinnovo e disdetta dell’abbonamento ai servizi a pagamento, risoluzione: “5.2. L’abbonamento ai servizi a pagamento si rinnova automaticamente per successivi periodi ai sensi delle condizioni particolari dell’abbonamento stesso, salvo che l’utente non receda almeno 7 giorni prima dalla data di scadenza dell’abbonamento prescelto rispetto alla prima scadenza successiva”. “5.3. La disdetta dell’eventuale periodo di prova di un servizio a pagamento dovrà avvenire entro 24 ore prima della scadenza di tale periodo di prova. In caso di mancata disdetta entro detto termine, il periodo di prova si convertirà nell’abbonamento previsto dall’offerta accettata dall’utente, alle condizioni previste nella stessa, con l’addebito automatico del costo relativo”. “5.4. La disdetta dell’abbonamento ai servizi a pagamento, nonché dell’eventuale periodo di prova, può essere richiesta telefonicamente, oppure deve essere inviata via Fax o per Posta a HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG”. “5.6. L’utente ha diritto di recedere dai servizi a pagamento entro 10 giorni dal momento della sottoscrizione del periodo di prova nel caso in cui non abbia, durante tale

20. Infine, quanto alla legge applicabile e giurisdizione esclusiva l'art. 15.1 e 15.2 stabiliscono: "15.1. Salvo che sia diversamente indicato, le presenti condizioni generali e, comunque, i rapporti contrattuali tra gli utenti e flirtami sono regolati dalla legge italiana, ivi incluso il Decreto Legislativo n. 206 del 6 settembre 2005. 15.2. Qualsiasi controversia inerente il, derivante dal servizio o sorta in relazione alle presenti condizioni generali sarà devoluta alla competenza esclusiva del Foro austriaco incaricato"⁴.

21. Secondo la rilevazione effettuata in data 22 dicembre 2015⁵, le indicazioni riguardanti il rinnovo automatico dell'abbonamento sono state modificate e riportate in un riquadro informativo, posto alla destra dello schermo della pagina di acquisto del servizio, recante il titolo "Dettagli del pacchetto". Secondo le rilevazioni del 6 settembre⁶ e 3 ottobre 2016⁷, tali informazioni sono state ulteriormente arricchite con l'aggiunta dell'indicazione del costo complessivo dell'abbonamento in caso di rinnovo, nonché è stato modificato l'aspetto grafico di tali pagine (fig. 3).

Fig. 3



i) Pratica sub B)

22. Per quanto riguarda la cancellazione e disdetta del contratto, HQ ha sottolineato illustrandone altresì le modalità attraverso la presentazione degli *screen shoot* estratti dalle pertinenti sezioni del sito⁸, che la cancellazione del profilo gratuito è possibile direttamente tramite il sito alla sezione "Il mio account", oltre che attraverso una comunicazione e-mail e fax. Per quanto riguarda il

periodo, usufruito in alcun modo dei servizi sottoscritti. In caso contrario, il diritto di recesso non potrà più essere esercitato". Cfr. doc. n. 3, cit.

⁴ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo, cit.

⁵ Cfr. doc. n. 6 del fascicolo, cit.

⁶ Cfr. doc. n. 26 del fascicolo, cit.

⁷ Cfr. doc. n. 28 del fascicolo, cit.

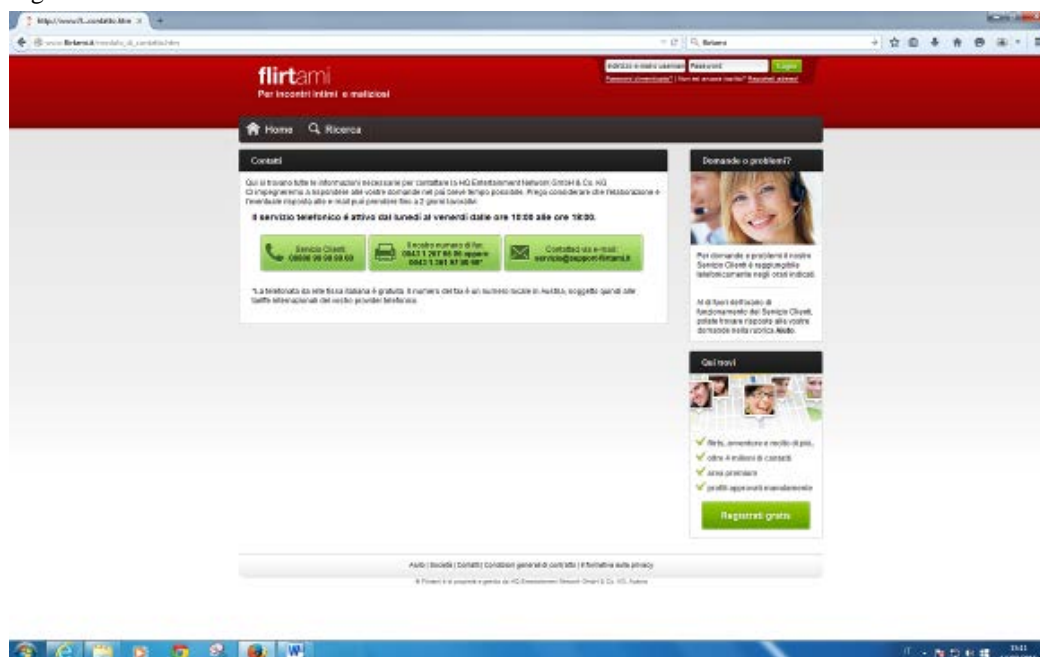
⁸ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio.

contratto Premium a pagamento, la disdetta può essere effettuata contattando il professionista in uno dei mezzi messi a disposizione degli utenti tramite posta elettronica, telefono, o fax.

23. HQ ha inoltre sottolineato che per ragioni di sicurezza non è possibile cancellare il proprio profilo utente durante la vigenza di un abbonamento a pagamento. Questo per evitare che un utente cancelli accidentalmente il proprio profilo mentre ha ancora un contratto a pagamento attivo⁹, ingenerando in tal modo possibili malintesi con gli utenti sulla risoluzione del contratto a pagamento. In questo caso la cancellazione del profilo è possibile soltanto contattando il servizio clienti: l'utente potrà quindi usufruire dell'abbonamento a pagamento fino alla fine della durata della *membership* acquistata, quindi l'account (non più premium) sarà cancellato direttamente dal servizio clienti.

24. Infine le informazioni acquisite agli atti, evidenziano che il professionista ha fornito i recapiti necessari agli utenti per ogni comunicazione con il sito e per richieste di chiarimenti attraverso contatti email, telefono e fax. È infatti disponibile un numero verde dedicato al servizio clienti, gratuito per telefonate da rete fissa (fig. 4).

Fig. 4



i) Pratica sub C)

25. Sussistono, infine, una serie di omissioni informative in fase precontrattuale, previste come obbligatorie dal diritto comunitario e recepite nell'ordinamento nazionale agli artt. 49 e seguenti del Codice del Consumo. In particolare, dalle rilevazioni effettuate in data 14 settembre e 22 dicembre 2015, si è riscontrato che il professionista ha fornito ai consumatori informazioni relative al diritto di recesso in contrasto con gli artt. 49, comma 1, lettera h), 52, 54 e 56 del Codice del Consumo.

26. Le informazioni sul diritto di recesso erano fornite al punto 5.6 delle "Condizioni generali del servizio" nei seguenti termini: *"L'utente ha diritto di recedere dai servizi a pagamento entro 10 giorni dal momento della sottoscrizione del periodo di prova nel caso in cui non abbia, durante*

⁹ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio, allegato 1.

*tale periodo, usufruito in alcun modo dei servizi sottoscritti. In caso contrario, il diritto di recesso non potrà più essere esercitato*¹⁰.

27. Anche in questo caso, secondo le rilevazioni del 6 settembre e 3 ottobre 2016, le “*Condizioni generali del servizio*” con riferimento al diritto di recesso sono state modificate¹¹, recependo, ad eccezione delle indicazioni sul Foro competente, la normativa prevista dal Codice del Consumo.

28. Inoltre, l’indicazione di cui al punto 15 delle “*Condizioni generali di servizio*”, secondo la quale “*Qualsiasi controversia inerente il, derivante dal servizio o sorta in relazione alle presenti condizioni generali sarà devoluta alla competenza esclusiva del Foro austriaco incaricato*”, poiché i servizi pubblicizzati sono rivolti a consumatori italiani trattandosi di sito *internet* in lingua italiana, si pone in contrasto con l’art. 66-bis del Codice del Consumo, che prevede come foro competente quello di residenza o domicilio del consumatore.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

29. Con memorie pervenute in data 16 maggio e 7 settembre 2016, nonché con la memoria difensiva di chiusura del procedimento pervenuta in data 3 novembre 2016, il professionista ha presentato, in sintesi, il seguente impianto difensivo.

30. In via preliminare HQ ha tenuto a sottolineare che la propria condotta è sempre stata rispettosa degli interessi, soprattutto di riservatezza, dei propri clienti, verso i quali ha sempre avuto il massimo rispetto e attenzione, anche e soprattutto in considerazione della delicatezza dei servizi erogati.

31. HQ ha poi evidenziato i seguenti aspetti. Al momento della registrazione l’utente dichiara di aver letto e accettato i termini e le condizioni generali di contratto, in cui viene illustrato l’intento del sito, e dalle quali emerge chiaramente che alcuni servizi possono essere utilizzati solo dopo l’acquisto di un abbonamento premium.

32. Nella pagina di pagamento, l’utente può vedere ciò che è esattamente contenuto in un abbonamento, quali benefici ne riceverà, per quale periodo l’iscrizione è valida e contemporaneamente viene informato di tutte le caratteristiche del pacchetto in un apposito “box” informativo dedicato, che contiene anche il dettaglio del pagamento.

33. Nel caso in cui il cliente abbia domande inerenti i suoi (potenziali) acquisti, vengono fornite informazioni sui contatti per raggiungere il servizio clienti; tra i dati forniti vi sono telefono, email

¹⁰ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo, cit.

¹¹ Sono stati introdotti i seguenti articoli: “5.4. Diritto di recesso Si ha il diritto di recedere dal presente contratto, senza alcuna motivazione, entro quattordici giorni. Il termine per il recesso è di quattordici giorni dalla data del contratto. Per esercitare il diritto di recesso, è necessario [...] comunicare la propria decisione, di recedere dal presente contratto, a mezzo dichiarazione inequivocabile (per esempio, una lettera inviata per posta ordinaria, per fax o e-mail). È anche possibile utilizzare il modulo di recesso allegato, che, tuttavia, non è obbligatorio. Per rispettare il termine di recesso, è sufficiente che si invii la comunicazione ad esso relativa, prima del periodo di scadenza del termine stesso”; “5.5 Effetti del recesso Se si recede dal presente contratto, è previsto il rimborso di tutti i pagamenti ricevuti, comprese le spese di consegna (fatta eccezione per i costi aggiuntivi, derivanti dal fatto di aver scelto un tipo di consegna diverso da quello proposto come consegna standard), immediatamente e, comunque, non oltre quattordici giorni dal giorno del ricevimento della notifica di recesso del contratto con noi stipulato. Tale rimborso verrà effettuato con lo stesso metodo di pagamento utilizzato nella transazione originale, salvo quanto espressamente altrimenti concordato; in nessun caso verranno addebitati oneri per tale rimborso. Qualora fosse stata fatta richiesta, che la prestazione di servizio avrebbe dovuto iniziare durante il termine di recesso, sarà da corrispondere un ragionevole importo, commisurato alla quota di prestazione già effettuata, in confronto alla totalità contrattualmente prevista, fino al momento in cui non sia stato comunicato l’esercizio del diritto di recesso, relativamente al presente contratto”; “5.6 Fac-simile Modulo di recesso (Se si vuole recedere dal contratto, si prega, pertanto, di compilare questo modulo e di rinviarlo)”; “5.7 Laddove l’utente abbia dato la propria esplicita approvazione, il diritto di recesso scade anticipatamente se la prestazione di servizi di HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG è stata completamente effettuata, in base a quanto voluto dall’utente, prima che egli abbia esercitato il diritto di recesso. In un contratto per la fornitura di un contenuto digitale, non collocato su supporto dati fisico, il diritto di recesso viene meno anche quando HQ ha dato inizio all’esecuzione del contratto, dopo che l’utente ha accettato in modo esplicito che HQ inizi con l’adempiere prima della scadenza del termine di recesso, nella consapevolezza che, con il suo assenso per dare inizio all’adempimento, decade il diritto di recesso”. Cfr. doc. n. 26 del fascicolo, cit.

e fax. Questi contatti possono essere raggiunti da qualsiasi pagina del sito tramite i link posti a piè di pagina "*Informazioni di contatto*" e "*Chi siamo*".

34. Subito dopo l'acquisto, l'utente riceve una e-mail di conferma circa il successo dell'acquisto dell'abbonamento premium e/o di "*monete*" virtuali. Un "*estratto conto simulato*" viene visualizzato al fine di rendere l'utente edotto di come l'operazione di pagamento possa essere visibile all'interno del proprio estratto conto bancario.

35. Contemporaneamente all'acquisto viene inviata un'e-mail all'indirizzo registrato del cliente. Questa e-mail verrà inviata a prescindere dalla conferma dell'indirizzo di posta elettronica da parte dell'utente, al fine di impedire che gli utenti che non hanno confermato la propria mail non ricevano la conferma di pagamento. HQ ha sottolineato che l'email di riepilogo del pagamento contiene, in particolare, il dettaglio del pacchetto acquistato (durata, prezzo e condizioni), nonché l'indicazione che, in caso di mancata disdetta del contratto secondo le condizioni previste, lo stesso verrà automaticamente rinnovato.

36. Le condizioni di cancellazione dei pacchetti sono riportate anche nelle *Condizioni generali del servizio*. In particolare, per i pacchetti di durata superiore a 30 giorni, è richiesto un periodo di preavviso di disdetta di sette giorni; viceversa, pacchetti di durata inferiore a 30 giorni hanno un preavviso di 24 ore.

37. Per quanto riguarda la cancellazione e disdetta del contratto, come sopra evidenziato, HQ ha sottolineato che la cancellazione del profilo gratuito è possibile direttamente tramite il sito alla sezione "*Il mio account*". Per quanto riguarda il contratto Premium a pagamento, la disdetta può essere effettuata contattando il professionista attraverso uno dei mezzi messi a disposizione degli utenti: e-mail, telefono, posta elettronica o fax. Nel caso in cui il cliente abbia perso l'e-mail indicata in sede di registrazione, può recuperarla contattando il servizio clienti in qualsiasi momento. HQ ha sottolineato che le cancellazioni sono di solito evase entro 24 ore e il cliente viene informato da parte del team del servizio clienti che l'adesione al servizio avrà termine con la fine della durata dell'abbonamento premium acquistato e che al termine del periodo di abbonamento non saranno effettuate ulteriori richieste di denaro. Al termine del periodo di abbonamento, l'account utente torna a uno stato "non-Premium", vale a dire che l'account in quanto tale esiste ancora e può essere cancellato dall'utente direttamente dal sito come sopra sottolineato o contattando il servizio clienti. In ogni caso nessun ulteriore addebito viene richiesto.

38. Con memoria conclusiva HQ ha inoltre sottolineato che verranno ulteriormente rafforzati i canali di comunicazione con gli utenti attraverso la predisposizione di un apposito indirizzo PEC cui potersi rivolgere per rappresentare le proprie doglianze e richieste di cancellazione e le problematiche amministrative in ordine ai pagamenti, nonché implementando un sistema di avvisi sia in piattaforma che a mezzo email che segnali all'utente le scadenze imminenti e le modalità di recesso ovvero disdetta¹².

39. Infine, con riferimento all'Informativa e alle Condizioni generali di contratto, HQ ha comunicato, con memoria del 16 maggio 2016, che avrebbe provveduto ad emendare ed integrare le Condizioni generali di contratto rendendole pienamente conformi al Codice del Consumo, per quel che riguarda il diritto di recesso, nonché l'applicabilità della legge italiana quale norma applicabile e la previsione del Codice del Consumo circa l'individuazione del foro competente in relazione ad eventuali controversie derivanti dal servizio, nel foro del consumatore.

¹² Cfr. doc. n. 35 del fascicolo istruttorio.

- Modifiche già realizzate in corso di istruttoria

40. HQ ha sottolineato di aver già implementato sul sito *www.flirtami.it*. alcuni degli impegni proposti nel corso del procedimento con lo scopo di superare i rilievi descritti dall'Autorità con la comunicazione di avvio del procedimento. A tal proposito, è stato riscontrato che HQ ha più volte modificato il sito internet nel corso del procedimento (rilevazioni del 22 dicembre 2015, 6 settembre 2016 e 3 ottobre 2016 e allegati alla memoria finale di HQ del 3 novembre 2016) nel senso di rispondere alle criticità evidenziate dall'Autorità, "rafforzando i momenti comunicativi ed informativi sui servizi offerti e le modalità di erogazione del servizio, semplificando l'illustrazione delle diverse tipologie di abbonamenti e servizi cui l'utente può accedere"¹³.

41. In particolare, si evidenzia come di rilievo la circostanza che è stata introdotta nella *home page* del sito, e quindi sin dal primo contatto con i possibili utenti, una specifica informativa sul fatto che alcuni servizi sono a pagamento¹⁴, e le modifiche apportate alla schermata riguardante l'acquisto del servizio, con l'introduzione, come sopra evidenziato (fig. 3), di un box informativo posto alla destra dello schermo, recante il titolo "*Dettagli del pacchetto*", che fornisce l'indicazione del rinnovo automatico dell'abbonamento, nonché (rilevazioni del 6 settembre e 3 ottobre 2016) l'indicazione del costo complessivo dell'abbonamento in caso di rinnovo.

42. HQ ha sottolineato, inoltre, di aver ora predisposto i propri sistemi in modo da inviare un'informativa all'utenza, in corso di rapporto contrattuale, mediante comunicazioni ed e-mail, riguardante il termine entro cui opererà il rinnovo automatico.

43. Infine, come sopra evidenziato, secondo le rilevazioni del 6 settembre e 3 ottobre 2016, le "*Condizioni generali del servizio*" con riferimento al diritto di recesso sono state modificate, recependo, ad eccezione delle indicazioni sul Foro competente, la normativa prevista dal Codice del Consumo.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

44. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse tramite *internet*, in data 4 novembre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

45. Con parere pervenuto in data 6 dicembre 2016, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso di ritenere che, nel caso di specie, il mezzo internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in esame, considerato che tale mezzo è in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzare il comportamento del consumatore.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

46. Il presente provvedimento ha ad oggetto le condotte poste in essere da HQ consistenti nell'aver presentato e promosso il proprio sito internet *www.flirtami.it* ai consumatori mediante modalità informative ingannevoli e omissive in ordine a diversi elementi essenziali del servizio, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e 22 del Codice del Consumo, nonché per aver omesso e/o fornito in modo inadeguato, informazioni rilevanti quali quelle concernenti il diritto di recesso in violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), 52, 54, 56 e 66 *bis* del Codice del Consumo.

¹³ Cfr. doc. n. 35 del fascicolo istruttorio, pag. 5.

¹⁴ Cfr. documento n. 35 del fascicolo, allegato 2.

47. Alla luce degli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria, invece, non emergono elementi sufficienti a supportare le ipotesi violative contestate in avvio del procedimento ai sensi degli articoli 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

i) Pratica sub A)

48. Dalle evidenze agli atti risulta che il professionista ha diffuso, tramite il proprio sito internet www.flirtami.it, informazioni ingannevoli e omissive con riferimento alle caratteristiche del servizio pubblicizzato, alle effettive condizioni economiche delle prestazioni offerte e al meccanismo del rinnovo automatico alla scadenza dell'abbonamento a pagamento, integrando una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e 22 del Codice del Consumo.

49. In particolare, sulla base delle segnalazioni acquisite in atti, nonché dalle rilevazioni effettuate d'ufficio in data 14 e 22 settembre 2015 e 22 dicembre 2015, è emerso che il sito presenta l'iscrizione allo stesso come gratuita, senza chiarire che la mera iscrizione non comporta la fruibilità completa dei servizi che è riservata ai soli utenti abbonati.

50. Per poter accedere a tutti i servizi offerti, in particolare per poter entrare in contatto con altri utenti e scambiare messaggi, è necessario procedere alla stipula di un abbonamento a pagamento secondo le diverse modalità offerte. Il consumatore che completa la procedura di iscrizione, infatti, pur potendosi collegare al proprio profilo, non ha la possibilità di utilizzare i servizi presenti, dal momento che non è messo in condizione di leggere i messaggi ricevuti o di consultare pienamente i profili di altri utenti. Allorquando, faccia un tentativo in tal senso, la navigazione del sito rimanda direttamente alla presentazione delle formule di abbonamento a titolo oneroso (od acquisto Coin) disponibili (cfr. fig. 2).

51. In assenza di contestuali indicazioni sulle limitazioni del servizio, ovvero di un *link* presente sulla *home page* che permetta di accedere ad una pagina che fornisca una chiara indicazione su quali siano i servizi disponibili mediante l'iscrizione gratuita al sito e quali quelli la cui fruizione è subordinata alla sottoscrizione di un abbonamento a pagamento, il termine "*gratis*" presente sulla *homepage* risulta, pertanto, idoneo a produrre l'effetto di "agganciare"¹⁵ i consumatori sul presupposto erroneo di poter fruire gratuitamente delle funzionalità offerte dal sito.

52. Il sito, inoltre, non evidenzia in maniera chiara e contestuale alle condizioni di offerta del servizio e con la stessa evidenza grafica, la circostanza che l'abbonamento a pagamento è a rinnovo automatico alla scadenza e, in particolare, le modalità e i termini per disdire l'abbonamento sottoscritto.

53. Tale aspetto risulta particolarmente pregiudizievole per i consumatori che aderiscono agli abbonamenti "*14 giorni*" (costo 4,99 euro) e "*7 giorni test*" (costo 1,99 euro). Questi abbonamenti, peraltro, sono messi in particolare evidenza dal professionista sia dal punto di vista grafico, attraverso un riquadro maggiore e una colorazione più evidente rispetto agli altri pacchetti, sia attraverso la dicitura presente all'interno del riquadro ad essi dedicato "*Il più popolare dei nostri membri*". Allo scadere del termine, in assenza di una espressa volontà di disdetta, questi abbonamenti di breve durata, infatti, si rinnovano automaticamente in un contratto della durata di 3 mesi ad un costo di 119,70 euro.

54. Di tale circostanza gli utenti non risultano resi edotti in maniera adeguata. Come sopra evidenziato, infatti, la finestra che viene aperta per l'inserimento dei propri dati e della carta di credito o dell'IBAN ai fini del pagamento dei contenuti importi previsti per gli abbonamenti a 7 e 14 giorni, contiene un pulsante che riporta con un carattere molto evidente la seguente indicazione:

¹⁵ In tal senso, si veda, inter alia, Tar Lazio sentenze n. 2387/2012; n. 238/2015; nn. 372 e 375/2015.

“*Conferma ordine!*”. Poco sotto e con un carattere più piccolo viene riportato “*Cliccando su “Conferma ordine” confermo di aver letto e accettato le Condizioni generali di contratto. Dichiaro inoltre che con l’utilizzo dei prodotti acquistati rinuncio al diritto di revoca [...]*”. Soltanto in calce alla pagina, con un carattere minimo e di difficile lettura, viene riportata (per i pacchetti “7 giorni TEST” e “14 GIORNI”) la seguente non chiara indicazione: “*Il Pacchetto “7 giorni TEST” [“14 GIORNI”] sarà offerto per la durata di 7 [14] giorni. Dopo di che il Pacchetto si rinnoverà come segue “3MESI”*”. Per gli abbonamenti di più lunga durata viene riportata, con lo stesso carattere e modalità grafiche, un’indicazione di questo tenore: “*Il Pacchetto “3 MESI” sarà offerto per la durata di 3 mesi. Il pacchetto si rinnoverà dopo la scadenza, in un pacchetto della stessa durata e costo*”.

55. Tali avvertenze non risultano chiaramente e immediatamente percepibili dal consumatore, sia a causa delle modalità di presentazione grafica in calce alla pagina sia per il fatto di rinviare alle condizioni generali di contratto, e non possono considerarsi esaustive dell’onere informativo posto in capo alla società HQ. Il consumatore, inoltre, nella versione del sito oggetto di segnalazioni, non veniva in alcun modo informato, durante il processo di acquisto, del significativo ammontare del prezzo del rinnovo automatico a tre mesi dell’abbonamento (119,70 euro) che risulta, peraltro, non proporzionato rispetto a quello del pacchetto di sette ovvero quattordici giorni.

56. In assenza di chiare e contestuali indicazioni sulla circostanza che i pacchetti prova (ma analoghe considerazioni valgono anche per gli abbonamenti di più lunga durata) vengono rinnovati per un minimo di tre mesi alla scadenza, la ragionevole codifica operata dai consumatori è quella di procedere all’acquisto di pacchetto della durata di soli 14 giorni (7 giorni) al costo di 4,99 euro (1,99 euro), senza ulteriori obbligazioni nei confronti del professionista.

57. Le segnalazioni pervenute, peraltro, sottolineano proprio tale aspetto, e cioè il fatto di aver proceduto ad un acquisto senza essere consapevoli che il pacchetto acquistato fosse a rinnovo automatico alla scadenza.

58. Per quanto riguarda, inoltre, le modalità di risoluzione del contratto di abbonamento, nessuna informazione viene contestualmente fornita durante la procedura di acquisto. Tali informazioni vengono riportate al punto al 5 delle Condizioni generali del servizio e nella guida in linea del sito, potendo risultare, pertanto, non immediatamente e facilmente disponibili al consumatore in fase di acquisto.

59. Alla luce di quanto sopra esposto, la condotta posta in essere da HQ, in quanto suscettibile di indurre in errore i consumatori, configura una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*) e *d*), e 22 del Codice del Consumo con riferimento alle informazioni riguardanti le caratteristiche del servizio offerto sul sito *www.flirtami.it*, le condizioni economiche dello stesso e il rinnovo automatico dell’abbonamento sottoscritto alla scadenza, necessarie al consumatore ai fini di una piena conoscenza e comprensione della proposta commerciale del professionista.

60. In ragione di tutto quanto osservato, non si riscontra, nel caso di specie, il normale grado di diligenza professionale di cui all’articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, ossia quel grado di specifica competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell’attività svolta. In proposito va infatti sottolineato che il professionista, veicolando un’informazione strutturalmente carente sotto il profilo delle reali condizioni di accesso ai servizi pubblicizzati e delle effettive condizioni economiche degli stessi, non ha soddisfatto quel particolare onere di chiarezza e immediata intellegibilità della propria comunicazione di impresa richiesto al fine di salvaguardare, sin dal primo contatto pubblicitario, la libertà di autodeterminazione del consumatore.

ii) Condotta sub C): il comportamento in violazione degli obblighi di informazione precontrattuale previsti dal Codice del Consumo

61. Il professionista fornisce un servizio di incontri *on line* attraverso varie tipologie di abbonamento di diversa durata per l'accesso alla propria piattaforma. I contratti con gli utenti sono conclusi attraverso il sito internet del professionista.

62. Per tale tipo di contratti, qualificabili come contratti conclusi a distanza, le modifiche al Codice del Consumo introdotte dal Decreto Legislativo. n. 21/2014, di attuazione della Direttiva 2011/83/UE, impongono al professionista obblighi informativi precontrattuali più stringenti nonché indicazioni puntuali relativamente al contenuto e alle modalità di esercizio del diritto di recesso.

63. Dalle evidenze acquisite agli atti, si è riscontrato che il professionista ha fornito ai consumatori informazioni relative al diritto di recesso omissive e in contrasto con gli artt. 49, comma 1, lett. h), 52, 54 e 56 del Codice del Consumo e, con riferimento alle indicazioni concernenti il foro competente, in contrasto con l'art. 66-bis del Codice del Consumo.

64. In particolare, le violazioni riscontrate riguardano:

- l'art. 52 del Codice del Consumo, atteso che il professionista indicava nelle Condizioni generali di utilizzo un termine per l'esercizio del diritto di recesso inferiore ai quattordici giorni previsti dal Codice del Consumo;

- l'art. 49, comma 1, lettera h) e l'art. 54 del Codice del Consumo con riferimento alla mancanza di informazioni sulle modalità per esercitare il diritto di recesso, nonché con riferimento alla mancata predisposizione di un modulo o fac-simile utilizzabile in caso di esercizio del diritto;

- l'art. 56 del Codice del Consumo con riferimento alla mancata indicazione dell'obbligo di rimborso dei pagamenti in caso di diritto di recesso;

- l'art. 66-bis del Codice del Consumo con riferimento alle indicazioni concernenti il foro competente, laddove all'art. 15 delle "Condizioni generali di contratto", prevede che le controversie inerenti il servizio o sorte in relazione alle condizioni generali sono devolute alla competenza esclusiva del Foro austriaco incaricato, invece che alla competenza del giudice del luogo di residenza o di domicilio del consumatore.

65. Le informazioni sul diritto di recesso erano infatti fornite (rilevazioni del 14 settembre e 22 dicembre 2015) al punto 5.6 delle "Condizioni generali del servizio"¹⁶ attraverso una norma contrattuale che, come sopra sottolineato, si poneva in contrasto rispetto a quanto previsto dal Codice del Consumo con riferimento al periodo temporale entro il quale poter esercitare il diritto (dieci giorni invece dei quattordici previsti dalla norma). Inoltre nessuna informazione era fornita al consumatore sulle modalità per poter esercitare tale diritto, né era stato predisposto un modulo o fac-simile utilizzabile dai consumatori. Parimenti, nessuna informazione veniva fornita dal professionista con riferimento all'obbligo di rimborso dei pagamenti in caso di recesso.

66. Occorre sottolineare che il professionista, nel corso del procedimento, ha provveduto a modificare le "Condizioni generali del servizio" (rilevazioni del 6 settembre e 3 ottobre 2016), in maniera da recepire la normativa prevista dal Codice del Consumo in tema di diritto di recesso¹⁷. In particolare, il professionista ha adeguato il termine per l'esercizio del diritto ai quattordici giorni previsti dal Codice del Consumo, ha introdotto un fac-simile o modulo ai fini dell'esercizio dello

¹⁶ Cfr. il paragrafo 26 del provvedimento.

¹⁷ Cfr. la nota 11 del provvedimento.

stesso, nonché ha previsto le modalità di rimborso dei pagamenti effettuati per gli utenti che esercitano il diritto¹⁸.

67. È stato riscontrato, infine, che le “*Condizioni generali del servizio*”, con riferimento alle indicazioni concernenti il foro competente, risultano tuttora in contrasto con l’art. 66-bis del Codice del Consumo, continuando a prevedere la competenza esclusiva del giudice austriaco.

68. Da questo punto di vista occorre considerare che la condotta descritta è stata posta in essere nel settore dell’*e-commerce*, dove il rapporto di consumo si forma e si svolge a distanza, indebolendo la posizione del consumatore ed accrescendone ulteriormente l’asimmetria informativa rispetto al professionista. Di qui la necessità, cui rispondono le citate norme in materia di *Consumer Rights*, di offrire all’utente, in modo chiaro e comprensibile, nella fase prodromica all’acquisto, un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle caratteristiche essenziali del regolamento contrattuale, tenuto peraltro conto delle rilevanti possibilità espressive del mezzo *internet* rispetto alla trasmissione delle informazioni necessarie.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

69. 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.

70. 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).

71. Nel presente procedimento sono state accertate due distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale e poste in essere con condotte prive del requisito dell’unitarietà, pertanto non appare applicabile né l’istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni.

72. Ciò detto, 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. Con riguardo a tale ultimo aspetto, il professionista non ha comunicato i propri dati di fatturato.

Pratica sub A)

73. Con riguardo alla gravità della violazione, si considera che la fattispecie in esame risulta caratterizzata da una elevata potenzialità offensiva in quanto, riguardando anche le condizioni economiche dei servizi pubblicizzati, incide su elementi fondamentali della scelta dei consumatori ed è stata posta in essere attraverso *internet* che, per sua natura, è un mezzo potenzialmente idoneo a raggiungere una platea elevata di utenti.

74. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal 15 gennaio 2015 (data della prima segnalazione) al 6 settembre 2016.

¹⁸ Cfr. doc. n. 26 del fascicolo istruttorio, cit.

75. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG nella misura di 35.000 (trentacinquemila) euro.

76. In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza attenuante rappresentata dalla spontanea introduzione da parte del professionista - oltre all'eliminazione dei profili di scorrettezza sub A) già a partire dal 6 settembre 2016 (di cui si è già tenuto conto nella determinazione della durata dell'infrazione) - di elementi di maggiore chiarezza fin dalla *home page* del sito¹⁹ e di maggior favore nel rapporto col consumatore consistente in una informativa all'utenza, in corso di rapporto contrattuale, mediante comunicazioni ed e-mail riguardanti il termine entro cui opererà il rinnovo automatico²⁰, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura complessiva di 25.000 (venticinquemila) euro.

Pratica sub C)

77. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della circostanza che si tratta di violazioni della normativa posta a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza, categoria alla quale appartengono gli abbonamenti offerti *on line* da HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG. Contratti, cioè, che, per la loro stessa natura, non possono prescindere dalla necessità di dotare il consumatore delle informazioni pre-contrattuali necessarie ad una scelta d'acquisto consapevole, in particolare per quel che riguarda il diritto di recesso, e di riconoscere una specifica tutela anche ai fini dell'eventuale esercizio dei propri diritti in sede giudiziaria (cfr. art. 66 *bis*).

78. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal 14 settembre 2015 (data della prima rilevazione delle *Condizioni generali del servizio*) al 6 settembre 2016 per le informazioni concernenti il diritto di recesso, e che siano tuttora in corso per quel che riguarda l'indicazione del foro competente (nell'ultima rilevazione del sito effettuata in data 3 ottobre 2016, risulta ancora presente l'indicazione circa la competenza del Foro austriaco incaricato).

79. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG 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 sub A) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante modalità comunicazionali ingannevoli e omissive circa le effettive caratteristiche e condizioni economiche dei servizi offerti tramite il sito *www.flirtami.it*, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

RITENUTO, infine, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta *sub C*) integra una violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), 52, 54 56 e 66 *bis* del Codice del Consumo;

¹⁹ Cfr. paragrafo n. 40 del provvedimento.

²⁰ Cfr. documento n. 35 del fascicolo, allegato 3.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere da HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la condotta descritta al punto II, lettera C), del presente provvedimento, posta in essere dalla società HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG, integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *h*), 52, 54, 56 e 66 *bis* del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG, per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 € (venticinquemila euro);

d) di irrogare alla società HQ Entertainment Network GmbH & Co. KG, per la violazione di cui alla precedente lettera b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila euro);

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

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), 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 del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS10296 - UNICREDIT-MUTUO VARIABILE SOGLIA MINIMA

Provvedimento n. 26283

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 8 luglio 2016 ed integrata in data 5 ottobre 2016, con la quale la società UniCredit S.p.A. 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 27 luglio 2016, 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 in data 8 luglio 2016 con comunicazione integrata in data 5 ottobre 2016, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società Unicredit S.p.A. (nel seguito anche Banca) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore creditizio. Nell'esercizio 2015, UniCredit S.p.A. ha realizzato un fatturato, calcolato applicando in via analogica i criteri utilizzati in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari a circa 39,4 miliardi di euro.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. Il procedimento concerne, in primo luogo, il comportamento posto in essere dal professionista consistente nell'aver sterilizzato gli effetti derivanti dall'applicazione dei valori negativi assunti dall'indice Euribor nel 2015 ai contratti di mutuo immobiliare a tasso variabile e nella mancata prospettazione alla clientela dei criteri di calcolo del tasso di interesse adottati dalla Banca per far fronte al continuo decrescere del predetto indice. Con riguardo ai mutui immobiliari a tasso variabile stipulati successivamente al divenire negativo dell'indice Euribor, inoltre, è oggetto del presente procedimento la condotta consistente nella carenza informativa attinente alla documentazione e la modulistica contrattuale e precontrattuale dove non risulta sufficientemente chiarito che valori negativi dell'Euribor non vengono presi in considerazione e che lo *spread* costituisce, di fatto, il tasso minimo applicabile.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1) *L'iter del procedimento*

3. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 24 maggio 2016 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS-10296. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta della società Unicredit S.p.A. fosse suscettibile di integrare due pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20 e 21 comma 1, lettere *b)* e *d)*, 22, 24 e 25, comma 1, lettera *a)*, del Codice del Consumo.

Le condotte del professionista oggetto di esame assumono rilevanza con specifico riguardo ai contratti di mutuo immobiliare ipotecari a tasso variabile destinati ai consumatori per finalità di acquisto o ristrutturazione di un immobile, ovvero a quei contratti rispetto ai quali il consumatore si trova in una speciale situazione di debolezza visto il diritto reale di garanzia della Banca gravante sull'immobile.

4. Le due pratiche si distinguono dal punto di vista temporale a seconda che la condotta si sia realizzata con riguardo a contratti stipulati prima del verificarsi di valori negativi dell'Euribor (gennaio 2015 per l'indice Euribor a 1 mese e marzo 2015 per l'indice Euribor a 3 mesi) o successivamente a tale evento.

5. La prima pratica, in particolare, riguarda i contratti stipulati prima del verificarsi dei valori negativi dell'Euribor e consiste nella mancata applicazione di tali valori nella determinazione del tasso di interesse applicabile alle rate dei mutui immobiliari ipotecari a tasso variabile; il tutto in assenza di clausole inerenti il tasso minimo e senza informare i consumatori in merito ai criteri di calcolo adottati dalla Banca. La seconda pratica considerata riguarda i contratti stipulati successivamente al divenire negativo dell'indice Euribor e consiste nella carente informativa resa in merito alla circostanza che lo *spread* rappresenta di fatto il tasso minimo applicabile al contratto di mutuo in presenza di valori negativi dell'indice di riferimento.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione circa il numero e le tipologie dei mutui immobiliari a tasso variabile erogati dal gennaio 2015 all'aprile 2016 e l'eventuale previsione di soglie minime del tasso di interesse con la relativa modulistica precontrattuale e contrattuale, nonché la documentazione relativa ai reclami pervenuti dai consumatori aventi ad oggetto la mancata applicazione dei valori negativi dell'Euribor ai contratti stipulati prima che quest'ultimo divenisse negativo e/o che non prevedevano clausole di tasso minimo o l'applicazione di soglie minime del tasso di interesse nominale annuo.

7. In data 7 ottobre 2016, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

8. In data 22 novembre 2016 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

9. In data 2 dicembre 2016 è pervenuto il parere della Banca d'Italia.

2) *Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista*

10. In sede ispettiva, in data 24 maggio 2016, sono stati acquisiti numerosi documenti dai quali risultano confermate le condotte della Banca come sopra descritte. Le medesime condotte appaiono confermate anche dalla risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio, pervenuta all'Autorità in data 27 giugno 2016 e dall'audizione dinnanzi agli Uffici dell'Autorità tenutasi in data 15 luglio 2016.

11. Quanto agli accertamenti ispettivi, un documento¹ acquisito presso la sede di Milano e risalente ai primi di aprile 2015 ha ad oggetto un cd. “Progetto Interessi Negativi” ed una riunione del “Country Italy Product Committee” (CIPC) del 30 marzo 2015 durante la quale sono state prospettate, per far fronte al decrescere dell’Euribor, soluzioni diverse intese o meno ad applicare i valori negativi del parametro nella determinazione del tasso da applicare alle singole rate di mutuo. In particolare, la riunione ha avuto ad oggetto tanto le clausole da inserire nei nuovi contratti, quanto la gestione dei contratti in essere e le informative da inviare alla clientela già intestataria dei finanziamenti. Nel caso dei contratti in essere, il Co- Responsabile Global Legal, sollecitato dal Responsabile Advisory Italy in merito alla necessità di predisporre specifiche informative alla clientela, riferisce che, trattandosi di una mera interpretazione del contratto, a suo avviso, non vi era necessità di predisporre specifiche comunicazioni ai clienti, mentre con riguardo ai nuovi contratti dalla riunione emerge l’esigenza di esplicitare dettagliatamente e trasparentemente le clausole adottate.

Al termine della riunione, il CIPC, “con particolare riferimento allo stock oggetto di analisi, ai vari approcci ed alle soluzioni organizzative prospettate, esprime parere favorevole all’interpretazione sottostante la soluzione “S1””, che prevede, come risulta dal documento in questione, l’applicazione di un “tasso determinato con floor a 0 sul parametro + spread contrattuale” e, per i cd. nuovi flussi, ovvero i contratti da stipulare, “il Comitato prende atto che, nei nuovi contratti potranno essere previste clausole coerenti sia con la soluzione S1 che alla soluzione S2”, definita quest’ultima, come quella che prevede l’applicazione del “tasso determinato con parametro (anche se negativo) + spread contrattuale e floor a 0 sul tasso finito”. I responsabili delle varie divisioni aziendali coinvolte dal “Progetto Interessi Negativi” esprimono la loro approvazione.

Le considerazioni sopra formulate vengono sottoposte alla decisione del *CEO Office* di maggio 2015, come risulta da un documento² reperito sempre nella sede di Milano, che conferma le soluzioni prospettate e nel quale si legge: “A seguito del *CEO Office* del maggio 2015: **FINANZIAMENTI IN STOCK** i) sui finanziamenti stand alone e privi di esplicita pattuizione riguardo eventuali floor si è proceduto all’applicazione di S1 (e le procedure sono state aggiornate di conseguenza) [...]. **NUOVI FINANZIAMENTI** i) la clausola S1 è stata progressivamente inserita nei contratti di finanziamento (mutui, finanziamenti e aperture di credito) per imprese e privati e nella relativa documentazione di trasparenza (ove prevista)”.

12. A seguito della politica adottata dalla Banca, alcuni consumatori si sono rivolti alla stessa per contestare la modalità di calcolo del tasso, richiedendo, in sostanza, l’applicazione al proprio mutuo della valorizzazione negativa dell’Euribor. Sul punto, da un documento acquisito presso la sede di Roma risalente all’aprile 2015, si evince la prassi adottata dall’istituto di credito con riguardo alle richieste di risarcimento pervenute da consumatori che lamentavano la mancata applicazione dell’Euribor negativo nella determinazione del tasso da applicare alle rate del mutuo. Detta prassi, proprio perché la Banca era consapevole della assenza di clausole e informative esplicitate in merito alla determinazione del tasso di interesse da applicare alle rate di mutuo in presenza di valori negativi dell’Euribor, prevedeva l’accoglimento delle richieste di rimborso in un’ottica di favore verso il cliente, pur mantenendo ferma la valutazione “circa la corretta

¹ Doc. 11, All. 2 (elenco documenti ispettivi), doc. 25

² Doc. 11, All. 2 (elenco documenti ispettivi contenuti in cd), doc. 124

*interpretazione della clausola che determina il tasso di interesse applicabile in forza della quale lo spread non può subire erosioni ad opera di valori negativi del parametro di riferimento*³.

13. Inoltre, dalla risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e pervenuta in data 27 giugno 2016⁴, risulta l'indicizzazione all'Euribor trimestrale dei contratti di mutui immobiliari ipotecari a tasso variabile e la mancanza di qualunque indicazione relativa ad eventuali soglie minime del tasso di interesse fino ai modelli elaborati nella seconda metà dell'anno 2015. All'interno della documentazione informativa e contrattuale risalente alla 4° edizione del 2015, infatti, compare solo la seguente dicitura: *“qualora al momento della rilevazione periodica la quotazione del parametro di riferimento o di indicizzazione tempo per tempo applicato sia pari a 0 o negativa, per il corrispondente periodo di applicazione il tasso applicato sarà pari allo spread contrattualmente previsto”*, che non esplicita in modo trasparente la sussistenza di un tasso minimo (*floor*) corrispondente allo *spread*, il quale di fatto limita la variabilità dei mutui, modificando la natura del prodotto da variabile puro a variabile con tasso minimo.

14. In sede di audizione⁵ con gli Uffici dell'Autorità, in data 15 luglio 2016, i rappresentanti della Banca hanno confermato la scelta adottata dall'Istituto di *“interpretare il contratto nel senso di non valorizzare l'Euribor negativo e di riconoscere comunque, in limitati casi di reclami specifici ed esclusivamente a titolo conciliativo, per finalità di customer retention e in esito ad un esame individuale delle singole posizioni, la rideterminazione del piano di ammortamento del contratto di mutuo con l'applicazione dei valori negativi dell'Euribor”*. Sul punto, i rappresentanti della Banca hanno inoltre confermato la scelta di non comunicare alla clientela l'interpretazione contrattuale adottata, chiarendo in particolare che: *“esulando tale comunicazione da quelle previste dall'art. 118 del T.U.B., si è ritenuto in buona fede di non fornire alla clientela un'informativa su un'interpretazione che risultava insita nella natura stessa del contratto e nel tenore della clausola contrattuale, la quale avrebbe potuto creare persino un effetto di confusione per i clienti”*. Da settembre 2015, riferiscono sempre i rappresentanti della Banca, *“UniCredit ha esplicitato nei contratti di mutuo a tasso variabile la previsione – già desumibile dall'interpretazione degli altri contratti – per cui in caso di valorizzazione pari a 0 o negativa dell'Euribor, il tasso applicato è equivalente allo spread”*. Nel medesimo contesto, le scelte della Banca sono state motivate sulla base della considerazione che, *“trattandosi di contratti a titolo oneroso, lo spread integrerebbe la soglia minima di tale onerosità, essendo composto quest'ultimo non solo dalla remunerazione della Banca, ma anche da altri costi diversi da quelli della provvista che caratterizzano l'operazione al momento della stipula del contratto (distributivi, gestionali, ecc.). Al contrario, qualora si consentisse all'Euribor di essere considerato nei suoi valori negativi, si correrebbe il rischio di applicare tassi negativi alle singole rate e verrebbe pertanto meno la natura stessa del contratto”*.

15. I documenti in questione mostrano come la Banca si sia trovata ad affrontare il contesto della progressiva diminuzione dei valori Euribor fino alle soglie negative e abbia adottato un'interpretazione del contratto volta a garantire alla stessa una certa remunerazione. Tale decisione, tuttavia, è stata posta in essere senza alcuna comunicazione ai consumatori che si sono visti trasformare, di fatto, un mutuo a tasso variabile in un mutuo a tasso fisso corrispondente al valore dello *spread*. Anche con riguardo alla documentazione contrattuale introdotta a far data dal

³ Doc. 10, All. 1 (elenco documenti ispettivi contenuti in cd), doc. 2

⁴ Doc. 21

⁵ Doc. 26

settembre 2015, l'informativa resa, per quanto volta a chiarire il meccanismo di calcolo del tasso di interesse applicato alle singole rate di mutuo, appare formulata in modo tale da non esplicitare di fatto la sussistenza di un tasso *floor* che introduce un limite alla variabilità del prodotto sottoscritto e dunque alla natura stessa del contratto.

16. Con nota pervenuta in data 8 luglio 2016 ed integrata in data 5 ottobre 2016, 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.

In particolare, tali impegni – che nella loro versione definitiva sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante si riferiscono alle diverse tipologie di mutui ipotecari a tasso variabile destinate ai consumatori per finalità di acquisto o ristrutturazione di un immobile e prevedono: 1) la rideterminazione retroattiva del tasso di interesse nominale annuo dei contratti di mutuo a cui la Banca non aveva applicato i valori negativi dell'Euribor e, 2) l'integrazione della documentazione precontrattuale e contrattuale destinata ai consumatori che hanno stipulato o stipuleranno con la Banca contratti che prevedono espresse clausole di tasso minimo pari allo *spread*.

Con riguardo all'impegno 1), la Banca provvederà, di sua iniziativa e senza necessità di richiesta da parte dei clienti, a ricalcolare retroattivamente, a far data dalla prima rilevazione negativa dell'Euribor trimestrale (2 marzo 2015) e per tutta la durata del contratto, il tasso di interesse nominale annuo dei contratti di mutuo sommando algebricamente allo *spread* i valori negativi dell'Euribor, sino all'erosione completa di quest'ultimo. I relativi conguagli saranno effettuati a partire dal 2017 e di tale rideterminazione del tasso verrà dato conto nelle comunicazioni periodiche inviate dalla Banca ai clienti a partire dal 1 gennaio 2017.

In merito all'impegno 2), la Banca integrerà le informazioni rese attraverso i fogli informativi, il documento di sintesi e le comunicazioni periodiche relative ai contratti di mutuo considerati, dai quali emergerà in modo chiaro non solo il meccanismo di calcolo del tasso di interesse come nella formulazione attuale, ma la sussistenza di un tasso minimo (*floor*) pari allo *spread*. Nella medesima prospettiva, ed in aggiunta a quanto finora previsto, il riferimento alla presenza del *floor* sarà reso esplicito anche nella denominazione dei singoli prodotti, che sarà integrata di conseguenza. In via esemplificativa, "Il Mutuo Ipotecario Valore Italia a Tasso Variabile" prenderà la denominazione di "Mutuo Ipotecario Valore Italia a Tasso Variabile con *Floor*". I predetti documenti saranno utilizzati dalla Banca a far data dal 15 febbraio 2017.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche attraverso *internet*, in data 21 ottobre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

18. Con parere pervenuto in data 22 novembre 2016, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso di ritenere la diffusione tramite *internet* dei fogli informativi illustrativi dei prodotti di mutuo idonea ad influenzare in modo significativo la realizzazione della pratica commerciale oggetto di esame potendo indurre il consumatore ad assumere decisioni a carattere commerciale che altrimenti non avrebbe mai preso.

V. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA

19. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore del credito, in data 20 ottobre 2016, è stato richiesto il parere alla Banca d'Italia, ai sensi e per gli

effetti di cui all'art.27, comma 1-bis, del Codice del Consumo, introdotto dall'art. 1, comma 6, lettera a), del Decreto Legislativo n. 21/2014.

20. Con parere pervenuto in data 2 dicembre 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che gli impegni presentati da UniCredit non presentano profili di contrasto con la disciplina settoriale.

VI. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

21. Quanto all'ammissibilità degli impegni con riguardo alla prima pratica commerciale considerata dal provvedimento di avvio, si ritiene che la straordinarietà del contesto di mercato all'interno del quale si è realizzata la condotta ne riduca significativamente la gravità, dal momento che per UniCredit non era possibile prevedere che l'indice Euribor avrebbe raggiunto soglie negative e la remunerazione, così come la gestione dei costi inerenti i contratti stipulati prima di tale evento, non potevano tenere in considerazione tale eventualità.

Con riguardo alla seconda delle condotte contestate, la natura informativa della stessa la rende idonea ad essere sottoposta ad impegni volti a sanare le conseguenze dell'omissione realizzata dalla Banca.

Quanto al contenuto degli impegni proposti dal professionista, l'Autorità ritiene che siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità di entrambe le pratiche commerciali contestate nella comunicazione di avvio del procedimento.

22. Con particolare riguardo alla prima delle pratiche considerate, consistente nell'aver sterilizzato gli effetti derivanti dall'applicazione dei valori negativi assunti dal parametro di indicizzazione ai contratti di mutuo immobiliare ipotecari, appare necessario premettere che l'evento Euribor negativo non era certamente prevedibile all'atto della stipula di gran parte dei contratti di mutuo da parte della Banca, che si è quindi trovata a fronteggiare in un contesto che può essere definito straordinario.

Nel dettaglio, con riguardo al merito, si ritiene che la rideterminazione delle rate dei mutui basata sul ricalcolo degli interessi tramite l'applicazione retroattiva dei valori negativi dell'Euribor sia idonea a rimuovere i possibili profili di scorrettezza delineati in sede di avvio in quanto mirata a elidere, sia per il passato che per il futuro, gli effetti derivanti dall'applicazione del meccanismo di calcolo dell'interesse annuo che non prevedeva l'applicazione dei valori negativi del parametro di indicizzazione. Quanto al profilo relativo alla mancata prospettazione al cliente del meccanismo di calcolo dell'interesse adottato dalla Banca a seguito del verificarsi dell'Euribor negativo, esso può dirsi assorbito dalla rimozione integrale e retroattiva degli effetti derivanti dalla condotta assunta. A ciò si aggiunga che, a partire dal 2017, la Banca provvederà ad informare i clienti in merito alla nuova rideterminazione del tasso mediante le comunicazioni periodiche.

23. In merito alla seconda pratica commerciale delineata nel provvedimento di avvio, consistente nella carenza informativa resa dalla Banca sulle condizioni dei mutui stipulati successivamente al divenire negativo dell'indice Euribor, si ritiene che l'integrazione dell'informativa contrattuale e precontrattuale e delle comunicazioni periodiche inviate alla clientela con il riferimento esplicito all'esistenza del *floor* consenta di rendere consapevole il consumatore non solo del meccanismo di calcolo dell'interesse, ma della sussistenza di un tasso minimo pari allo *spread* che limita, di fatto, la variabilità del mutuo. Nella medesima ottica, la modifica che la Banca si è impegnata ad apportare alla denominazione contrattuale chiarisce definitivamente la natura del prodotto che il consumatore sottoscrive tramite l'esplicitazione del riferimento al tasso *floor*.

24. 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 UniCredit 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 UniCredit S.p.A.;

RITENUTO, inoltre, che, in ragione dell'esigenza di assicurare l'osservanza degli impegni assunti, si rende necessario disporre, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, la pubblicazione a cura e spese del professionista, limitatamente alle misure per le quali una più ampia informazione ai consumatori è verosimilmente suscettibile di favorire l'effettiva, completa e corretta attuazione delle misure stesse;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Unicredit 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 8 luglio 2016 ed integrati in data 5 ottobre 2016, come descritti nell'allegato al presente provvedimento;

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 UniCredit S.p.A., entro sessanta 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.

DISPONE

a) che Unicredit S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, gli impegni assunti ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

1) il testo degli impegni da pubblicare è quello riportato in allegato al presente provvedimento;

2) il predetto testo dovrà essere pubblicato per sessanta giorni consecutivi nella *home page* del sito *internet* di UniCredit S.p.A., con adeguata evidenza grafica, entro trenta giorni dall'avvenuta comunicazione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità delle schermate della *home page* del sito *internet* di UniCredit S.p.A. con la relativa pubblicazione;

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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PUBBLICAZIONE DI IMPEGNI

Ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni), con provvedimento del 21 dicembre 2016 (consultabile all'indirizzo www.agcm.it), l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito anche "l'Autorità") ha deliberato di accettare, rendendoli vincolanti, gli impegni proposti da UniCredit S.p.A. al fine di eliminare i possibili profili di scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento "PSI0296", avente ad oggetto le condotte commerciali di UniCredit in materia di mancata applicazione dei valori negativi dell'Euribor ai contratti di mutuo immobiliare a tasso variabile

In tale ambito, al fine di consentire all'Autorità di definire il procedimento senza procedere all'accertamento di un'infrazione, UniCredit S.p.A. si è impegnato ad attuare, tra le altre, le seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati.

Il primo impegno concerne i rapporti in essere con i consumatori che hanno stipulato con la Banca contratti che, secondo la prospettazione dell'Autorità, non prevedono clausole espresse di tasso minimo (cd. *floor*).

UniCredit si impegna all'applicazione di una modalità di calcolo del tasso di interesse in virtù della quale eventuali valori negativi dell'Euribor sono sommati algebricamente allo *spread*, sino all'erosione completa di quest'ultimo. La Banca provvederà a tale ricalcolo degli interessi con effetti a partire dal 2 marzo 2015 (primo giorno di valorizzazione negativa del parametro di indicizzazione trimestrale) per tutta la durata del contratto. Le comunicazioni informative inviate periodicamente alla clientela dal 1 gennaio 2017 chiariranno in modo trasparente il meccanismo di calcolo del tasso di interesse.

Il secondo impegno concerne i rapporti in essere con i consumatori che hanno stipulato o stipuleranno con la Banca contratti che prevedono espresse clausole di tasso minimo (*floor*) pari allo *spread*.

UniCredit si impegna ad integrare la modulistica pre-contrattuale e contrattuale, nonché la successiva informativa inviata periodicamente ai clienti, al fine di incrementare la chiarezza e la comprensibilità del meccanismo di calcolo del tasso di interesse nominale annuo, nel senso di chiarire in modo trasparente, completo e non equivoco la presenza, le modalità di funzionamento e gli effetti economici delle suddette clausole comprensive del *floor*. In tutta la documentazione sopra menzionata, la Banca indicherà in modo chiaro e trasparente la presenza della soglia minima che fissa il tasso di interesse nominale annuo in misura pari almeno allo *spread*.

La Banca modificherà la clausola da inserire nei nuovi contratti al fine di renderla ancora più chiara e non equivocabile quanto al meccanismo di calcolo del tasso di interesse ed alla funzione del *floor*.

Nella medesima prospettiva, il riferimento alla presenza del *floor* sarà reso esplicito anche nella denominazione dei prodotti corrispondenti ai contratti in questione, che sarà integrata di conseguenza..

UniCredit S.p.A. si impegna a utilizzare i suddetti documenti, come sopra integrati, a partire dal 15 febbraio 2017.

CLAUSOLE VESSATORIE

CV144 - ALLIANZ-CLAUSOLA CONCILIAZIONE PARITETICA

Provvedimento n. 26255

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 novembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, 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;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA PARTE

1. Allianz S.p.A. (di seguito, Allianz), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 3 del Codice del Consumo.

II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

2. Costituisce oggetto del presente procedimento la clausola rubricata “Condizione Aggiuntiva RC Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica” limitatamente ai rapporti contrattuali tra l’impresa e i clienti consumatori, nelle due versioni di seguito trascritte:

a) la clausola contenuta, tra l’altro, nei moduli contrattuali predisposti da Allianz per la vendita di polizze assicurative per la responsabilità civile auto “Bonus/Malus – autovetture e autotassametri” utilizzati dal 1° febbraio 2014 al 1° aprile 2016, di seguito trascritta: “Condizione Aggiuntiva RC Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica: Per i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto – CARD, l’assicurato si impegna a: - non affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio (ad esempio avvocati /procuratori legali e simili); - ricorrere preliminarmente alla procedura di conciliazione paritetica se l’ammontare del danno non supera i 15.000 euro. In cambio di tale obbligo l’impresa opera lo sconto del 3,5% sul premio annuo netto RCA; per contro se l’assicurato viola il predetto impegno l’impresa applica una penale di 500 euro, da detrarsi dalla somma dovuta a titolo di risarcimento, con il limite di quest’ultimo”;

b) la nuova formulazione della clausola *de quo*, contenuta, tra l’altro, nei moduli contrattuali predisposti da Allianz per la vendita di polizze assicurative per la responsabilità civile auto Bonus/Malus in uso dal 1° aprile 2016 di seguito trascritta: “Condizione aggiuntiva RC “Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica”. Per i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto – CARD, l’assicurato si impegna a: non affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del

patrocinio (ad esempio avvocati/procuratori legali e simili); ricorrere preliminarmente alla procedura di “conciliazione paritetica” se l’ammontare del danno non supera i 15.000 euro. In cambio di tale obbligo l’impresa opera lo sconto del 3,5% sul premio annuo netto RCA; per contro, se l’assicurato viola il predetto impegno, l’impresa applica una penale del 20% del valore del sinistro con il limite massimo di 500 euro da detrarsi dalla somma dovuta a titolo di risarcimento”.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) L’iter del procedimento

a.1) Attività preistruttoria e avvio del procedimento

3. Secondo le informazioni acquisite ai fini dell’applicazione dell’articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e, in particolare, sulla base di una segnalazione dell’IVASS e di alcuni consumatori, in data 22 marzo 2016 è stato avviato il procedimento CV144 nei confronti di Allianz, successivamente integrato in data 8 luglio 2016.

4. Più nello specifico, nel segnalare la vessatorietà della clausola per violazione dell’art. 33, comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo, l’IVASS ha allegato diversi reclami ricevuti da singoli utenti che, analogamente ai consumatori denunciati, lamentavano che a fronte di una richiesta di risarcimento *ex art.* 144 del Codice delle assicurazioni private, da parte dell’assistito – rivolta all’impresa di assicurazione del veicolo responsabile del danno e indirizzata per conoscenza all’Allianz – la Società avrebbe di sua iniziativa attivato la procedura di risarcimento diretto (c.d. CARD) e avrebbe decurtato dalla somma in liquidazione un importo pari a 500 euro a titolo di penale.

5. Nella comunicazione di avvio del procedimento e nella successiva integrazione è stato rappresentato ad Allianz che la clausola, nelle due versioni descritte al punto II del presente provvedimento, in sé e in collegamento con le altre clausole contrattuali, avrebbe potuto essere vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo e tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

a.2) Il procedimento

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, è stata formulata, ai sensi dell’articolo 12, comma 1 del Regolamento, una richiesta di informazioni ad Allianz, chiedendo altresì elementi tali da superare la presunzione di vessatorietà di cui all’articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.

7. Informata l’Autorità nella sua adunanza del 6 aprile 2016, ai sensi dell’art. 23, comma 6, del Regolamento, in data 7 aprile 2016, è stata disposta la consultazione di cui all’articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo tramite la pubblicazione di un comunicato sul sito istituzionale dell’Autorità avente ad oggetto la clausola nella versione vigente fino al 1° aprile 2016. Nell’ambito della consultazione, sono pervenute le osservazioni di cinque associazioni di consumatori - Associazione danneggiati e utenti assicurativi (Aduas), Assoutenti, Casa del Consumatore, Codici, Movimento consumatori – e tre organismi di categoria – il Sindacato Italiano Periti assicurativi (Sipa), il Comitato Unitario Patrocinatori Stragiudiziali Italiani (Cupsit)¹ e l’Organismo unitario dell’avvocatura Italiana (Oua).

¹ Il comitato è composto da professionisti che si occupano della composizione stragiudiziale di controversie generate da danni derivanti da responsabilità civile, con particolare riferimento alla RC Auto.

8. In data 11 maggio 2016 Allianz ha depositato la propria memoria difensiva fornendo, altresì le informazioni richieste nella comunicazione di avvio.
9. In data 22 giugno 2016 Allianz ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni del 17 giugno 2016.
10. In data 23 giugno 2016 Allianz è stata sentita in audizione presso i locali dell'Autorità.
11. Successivamente, in data 8 luglio 2016, il procedimento è stato esteso alla versione della clausola in vigore dal 1° aprile 2016. Nella relativa comunicazione di integrazione oggettiva è stata formulata ai sensi dell'articolo 12, comma 1 del Regolamento, una richiesta di informazioni ad Allianz, chiedendo altresì elementi tali da superare la presunzione di vessatorietà di cui all'articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.
12. Informata l'Autorità nella sua adunanza del 6 luglio 2016, ai sensi dell'art. 23, comma 6, del Regolamento, in data 8 luglio 2016 è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo tramite la pubblicazione di un comunicato sul sito istituzionale dell'Autorità avente ad oggetto la clausola nella versione vigente dal 1° aprile 2016. Nell'ambito della consultazione, non sono pervenute osservazioni.
13. In data 19 luglio 2016 è pervenuta la seconda memoria difensiva di Allianz contenente considerazioni sulle osservazioni pervenute nell'ambito della consultazione pubblica e il riscontro alle richieste di informazioni formulate in sede di audizione.
14. In data 5 agosto 2016 è pervenuta la memoria difensiva e la risposta alla richiesta di informazioni formulata nell'ambito della integrazione oggettiva del procedimento.
15. In data 23 settembre 2016 Allianz è stata sentita in audizione presso i locali dell'Autorità.
16. In data 25 ottobre 2016 è pervenuta la risposta alla richiesta di informazioni formulata il 19 ottobre 2016.
17. In data 27 ottobre 2016 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.
18. In data 16 novembre 2016, la Parte ha fatto pervenire note conclusive.

b) Gli esiti delle consultazioni sul sito internet dell'Autorità

19. Nel corso della consultazione avviata in data 7 aprile 2016, cinque associazioni di consumatori - Associazione danneggiati e utenti assicurativi, Assoutenti, Casa del Consumatore, Codici, Movimento consumatori - e tre organismi di categoria - il Sindacato Italiano Periti assicurativi, il Comitato Unitario Patrocinatori Stragiudiziali Italiani e l'Organismo unitario dell'avvocatura Italiana - hanno rilevato, in sintesi, quanto segue.
20. **Assoutenti, Casa del Consumatore, Codici** - associazioni di consumatori e utenti iscritte al CNCU e promotrici di Rete Consumatori Italia - con osservazioni pervenute in data 4 maggio 2016 hanno rilevato la vessatorietà della clausola dichiarando di non condividere l'applicazione da parte di Allianz del protocollo firmato con alcune associazioni dei consumatori, atteso che la clausola in parola, a loro parere, si traduce in una procedura inutilmente vessatoria e limitativa dei diritti dei consumatori danneggiati sotto molteplici aspetti.
21. Difatti, a parere delle tre associazioni, la clausola sanziona il conferimento di incarico professionale ad un difensore e/o patrocinatore stragiudiziale e induce il consumatore, pena una gravosa sanzione (e quindi, in sostanza, "obbliga"), a ricorrere alla procedura di conciliazione paritetica, in palese contrasto con la *ratio* dell'istituto che non è certo quella di costituire un'obbligatoria devoluzione di controversie ad arbitri, condizionata da clausole vessatorie contrastanti con l'art. 33, lettera *t*), del Codice del Consumo e con l'articolo 24 della Costituzione.

22. Inoltre, secondo le tre associazioni dei consumatori, l'importo della penale deve considerarsi manifestamente eccessivo in violazione dell'art. 33, comma 2, lettera f), del Codice del Consumo, in quanto sproporzionato rispetto al preteso beneficio che ricadrebbe sull'assicurato.

23. Infine, l'illegittimità della clausola in esame sarebbe messa in luce dalla stessa *ratio* della normativa ADR, secondo cui *"Il diritto a un ricorso effettivo e a un giudice imparziale sono diritti fondamentali previsti dall'articolo 47 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea. Pertanto, l'obiettivo delle procedure ADR non dovrebbe essere né quello di sostituire le procedure giudiziali né quello di privare i consumatori o i professionisti del diritto di rivolgersi agli organi giurisdizionali"*².

24. Aduas, con comunicazione del 6 maggio 2016 nel rilevare la vessatorietà della clausola ne ha evidenziato la gravità sottolineando come, a suo parere, la previsione di una clausola limitativa della facoltà dell'assicurato di rivolgersi ad un legale o a uno studio tecnico, in ragione di competenze tecniche più idonee, e al fine di vedere tutelato il proprio diritto ad un giusto indennizzo, debba ritenersi antitetica al dettato dell'art. 24 della Costituzione. Difatti, come chiarito dalla Corte di Cassazione con sentenza n. 11606 del 2005, il diritto del danneggiato a tutelare i propri interessi, affidandosi alla competenza di un legale o di uno studio tecnico, deve essere riconosciuto anche nella fase prodromica al giudizio. In particolare, l'associazione ha ricordato il principio sancito dalla Suprema Corte secondo cui *"il danneggiato può, in ragione del suo diritto di difesa, costituzionalmente garantito, farsi assistere da un legale di fiducia e, in ipotesi di composizione bonaria della vertenza, ottenere il rimborso delle relative spese legali"*.

25. Il Sipa, con nota del 19 aprile 2016, dopo aver rilevato la vessatorietà della clausola anche in ragione del contrasto con l'art. 24 della Costituzione, ha riferito di assicurati Allianz che lamentano di aver ricevuto comunicazioni scritte o orali - nelle quali si ricordava loro di non avere la possibilità di rivolgersi ad un perito assicurativo avendo sottoscritto polizze contenenti la suddetta clausola. L'organismo ha inoltre rilevato che, nella maggioranza dei casi, gli assicurati Allianz sottoscrivono la polizza senza che l'agente informi il cliente della presenza della suddetta clausola - consumatori ignari, ne vengono a conoscenza solo al momento dell'apertura del sinistro, ricevendo una raccomandata, dall'Allianz Assicurazioni, nella quale si fa presente la sottoscrizione della polizza, nella quale è contenuta la clausola, specificando nella missiva, che hanno l'obbligo di non rivolgersi a studi legali e/o tecnici oppure, in caso contrario, verrà loro applicata una penale di euro 500,00 che è sottratta dal risarcimento riconosciuto.

26. Il Cupsit, con comunicazione pervenuta il 6 maggio 2016, ha rilevato la vessatorietà della clausola in esame, osservando come la stessa sia limitativa del diritto del danneggiato ad un pieno diritto alla difesa di un professionista sin dalla fase iniziale in cui maturano i diritti per ottenere un risarcimento integrale del danno subito. Il Comitato ha osservato inoltre che la cosiddetta procedura CARD non incide sul sistema risarcitorio e ha allegato alcuni casi nei quali Allianz ha applicato la penale di 500 euro decurtando l'importo del risarcimento diretto.

27. L'Oua, con osservazioni pervenute il 27 aprile 2016 ha rilevato in premessa che l'inserimento nelle polizze che regolano l'obbligatoria garanzia per la RC auto di clausole che limitano il diritto dell'assicurato ad essere integralmente risarcito del danno patito a causa del fatto illecito del terzo, confligge col quadro generale della materia della responsabilità civile. Secondo l'Oua, la clausola contestata non avrebbe motivo di esistere all'interno del contratto di assicurazione per la RC Auto predisposto da Allianz. Nel caso di specie, infatti, le limitazioni poste dalla clausola nella misura in cui attengono al risarcimento diretto nel quale l'assicurazione agisce quale mandataria della

² Cfr. 45° considerando della Direttiva 2013/11/UE sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE

compagnia assicurativa del responsabile civile risarcendo il proprio assicurato per conto di altra impresa, oltre a non trovare giustificazione tendono a trasformare illegittimamente un rapporto di evidente natura extracontrattuale in un rapporto contrattuale³.

28. Fatte tali premesse, l'Oua ha osservato come il primo concreto effetto della clausola sia quello di integrare un espresso divieto a farsi assistere da un avvocato anche solo per esperire “*la procedura di legge*”. Conseguentemente, pratica applicazione della clausola è che la semplice formulazione di una lettera di richiesta danni prevista dalla normativa di legge ad opera di un avvocato comporta l'applicazione della sanzione anche se l'intervento del difensore risultasse in ipotesi idoneo a comporre stragiudizialmente la solo eventuale controversia.

La norma prevede l'obbligo di fare ricorso “in caso di disaccordo” alla procedura di conciliazione paritetica, disciplinata da un accordo tra l'ANIA e alcune associazioni di consumatori. La complessiva lettura della clausola potrebbe avere come pratico effetto quello che anche la composizione stragiudiziale della vicenda ottenuta *aliunde*, mediante il patrocinio di un “soggetto terzo”, in ipotesi un avvocato, sia idonea ad integrare la “violazione” della pattuizione e la applicazione della sanzione vuoi per aver violato il *patto* di non incaricare “soggetti terzi” per la “gestione del danno”, vuoi per la mancata attivazione della procedura. Quanto ai profili di vessatorietà, l'associazione evidenzia la nullità assoluta di una simile pattuizione stante il contrasto con l'articolo 24 della Costituzione oltre che il suo carattere vessatorio in violazione dell'art. 33, lettera *t*), in quanto sancisce “*a carico del consumatore ...restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi*” quale in tutta evidenza può essere il rapporto di incarico professionale conferito al proprio difensore o a “simili”. Infine, con riferimento alla penale, appare illegittima anche in relazione a quanto previsto all'art. 33, comma 2, lettera *f*), che statuisce la vessatorietà della clausola con la quale si ritiene di “*imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo*”. La penale appare invero manifestamente eccessiva anche avendo riguardo al bilanciamento con i presunti benefici (lo sconto del 3,5%) per l'assicurato. Premesso che non esiste un prezzo predeterminato del premio da versare per la garanzia assicurativa, è noto (fonte ANIA) che il premio medio per la garanzia RC auto è lievemente inferiore ai 500 euro e, a fronte di uno sconto medio inferiore ai 20 euro, una penale di 500 euro è certamente manifestamente eccessiva.

c) Gli elementi forniti dal professionista nel corso del procedimento e le argomentazioni difensive svolte da Allianz

Elementi forniti dal professionista

29. Dalle evidenze in atti emerge che le clausole descritte sono state utilizzate, prevalentemente, nei moduli afferenti ai contratti di assicurazione responsabilità civile auto e corpi veicoli terrestri

³ In particolare, l'art.149 Codice assicurazioni private, norma che prevede il c.d. risarcimento diretto, disciplina la facoltà, ulteriore, attribuita al danneggiato (e non certo un obbligo come chiarito da C. cost. 180/2009) di rivolgersi all'impresa con cui ha stipulato il contratto assicurativo la quale “*...a seguito della presentazione della richiesta di risarcimento diretto, (l'impresa) è obbligata a valutare i danni e a provvedere alla loro liquidazione per conto dell'impresa di assicurazione del veicolo responsabile...*” come, peraltro, riconosciuto anche dall'IVASS. Nell'ipotesi dell'art. 149 C.d.A., il rapporto tra danneggiato e danneggiante non muta la propria natura né assume natura “contrattuale”, e ciò evidentemente al di là di qualsivoglia eventuale limitazione contrattuale al risarcimento, limitazione che al più potrebbe rilevare solo in tema di polizza per i danni. Come chiarito anche dalla Cassazione infatti, “*l'azione diretta di cui al D.Lgs. n. 209 del 2005, art. 149, non origina dal contratto assicurativo, ma dalla legge, che la ricollega al verificarsi del sinistro a certe condizioni, assumendo l'esistenza del contratto assicurativo solo come presupposto legittimante, sicché la posizione del danneggiato non cessa di essere originata dall'illecito e di trovare giustificazione in esso, assumendo la posizione contrattuale del medesimo verso la propria assicurazione soltanto la funzione di sostituire l'assicurazione del danneggiato a quella del responsabile nel rispondere della pretesa risarcitoria. Ne consegue che la posizione del danneggiato resta quella di chi ha subito un illecito civile ...*” (Cass. Civ., ordinanza n. 5928/2012).

"*Bonus/Malus — Autovetture e autotassametri*" e "*Nuova 4R a premio e franchigia variabili — autovetture*". Inoltre, sono state utilizzate anche all'interno dei moduli contrattuali afferenti al prodotto denominato "*SestoSenso KM*", che si caratterizza per essere l'ammontare del premio determinato a seconda della quantità dei Km percorsi, ma che ha avuto una minima diffusione.

30. Emerge, inoltre, che la società ha previsto a favore degli agenti un incentivo economico per la sottoscrizione dei contratti *de quibus*, contenenti la clausola oggetto di valutazione nelle due versioni sub a) e b).

31. Dalle risultanze istruttorie emerge che l'impegno assunto dal consumatore di non "*affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio (ad esempio avvocati/procuratori legali e simili)*" è temporalmente circoscritto al termine previsto per lo svolgimento della procedura di conciliazione paritetica. Qualora la procedura non abbia esito positivo il cliente può accettare la somma proposta dalla società unicamente come anticipo e rivolgersi ai procuratori o legali per adire le vie giudiziali.

32. Nelle note illustrative che accompagnano i predetti moduli si legge: "*La clausola determina: l'impegno dell'assicurato in caso di sinistro RC auto gestibile in regime di indennizzo diretto che abbia causato danni a cose e/o persone, a seguire la procedura di legge senza incaricare alcun patrocinatore e, in caso di disaccordo con l'Assicuratore in tema di liquidazione del danno, ad attivare la procedura di conciliazione paritetica facendosi rappresentare da una associazione di consumatori; uno sconto sul premio RC auto; una penale indicata in contratto in caso di violazione dell'accordo da parte dell'assicurato*".

33. Risulta, inoltre, che il premio assicurativo annuo medio corrisposto dai clienti ad Allianz nel 2015 nell'ambito dei contratti che contengono la clausola sub a), per il complesso delle aree assicurative interessate sulle quali viene applicata la percentuale di sconto del 3,5%, sia per i contratti "*Bonus/Malus*" che per i contratti "*Nuova 4K*" e *Sesto Senso*, è pari a circa [350-450]* euro; mentre nell'ambito dei contratti che contengono la clausola sub b), nel 2016, è pari a circa [350-450] euro.

34. Rispetto alla quantificazione dell'importo della penale prevista nelle due clausole sub a) e b) emerge che la stessa non è stata oggetto di studi puntuali per la determinazione del suo ammontare né di studi di correlazione con la quantificazione dello sconto adottato sul premio assicurativo.

35. Quanto alla clausola nella nuova formulazione adottata da Allianz a partire dal 1° aprile 2016 nella quale la penale è stata parametrata al 20% del valore del sinistro liquidato fino ad un massimo di 500 euro, le evidenze acquisite dimostrano che il 15% circa dei sinistri liquidati nel 2016 lo è stato per un ammontare superiore a 2.500 euro, con conseguente applicazione potenziale di una penale analoga a quella prevista nella precedente formulazione e che, per quasi la metà dei sinistri liquidati per somme inferiori ai 2.500 euro, la penale potenzialmente applicabile è superiore ai 200 euro.

36. La Parte ha poi evidenziato che il costo medio incrementale che Allianz dovrebbe sopportare per gestire i sinistri nel caso in cui il consumatore incarichi soggetti terzi patrocinatori per la loro gestione è pari a circa [1.300 -1.700] euro. Tale valore è determinato quale differenza tra il costo di gestione medio dei sinistri in cui interviene il patrocinatore e il costo di gestione dei sinistri in cui non vi è tale intervento. La documentazione acquisita agli atti, se confrontata con i dati di bilancio, evidenzia che i valori dichiarati da Allianz non si limitano alle sole spese amministrative di gestione del sinistro ma includono i veri e propri risarcimenti.

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

37. Inoltre nel corso del procedimento la Parte ha chiarito che l'ambito di applicazione della clausola ricomprende tutti i sinistri che la legge considera assoggettabili alla procedura di risarcimento diretto e dunque anche le ipotesi in cui il consumatore, nonostante la possibilità di ricorrere alla CARD, si rivolga alla compagnia assicuratrice del veicolo responsabile.

38. Risulta, infine, che la clausola nella sua nuova formulazione sub b) attualmente in uso verrebbe applicata, nel caso di sinistri verificatisi dopo il 1° aprile 2016, anche ai clienti che hanno sottoscritto un contratto prima del 1° aprile 2016.

Argomentazioni difensive

39. Nel merito della valutazione della clausola nelle due versioni interessate dalla comunicazione di avvio del procedimento del 22 marzo 2016 e dalla integrazione oggettiva dell'8 luglio 2016, Allianz ha svolto considerazioni volte a giustificare la *ratio* del loro inserimento nel modulo, nonché del contenuto delle stesse, negandone il carattere vessatorio.

40. In particolare, secondo Allianz la clausola nelle due versioni contestate risulterebbe pienamente conforme alla normativa in materia di clausole vessatorie e attuativa delle *best practice* invocate dall'Autorità stessa all'interno dell'indagine conoscitiva conclusa nel 2013 afferente al sistema RC Auto (*IC-42* o *Indagine*) nonché nei propri più recenti interventi occorsi nel contesto delle letture del DDL concorrenza, attualmente al vaglio del Parlamento. La clausola rappresenterebbe una attuazione pratica dei principi ivi esposti e sarebbe finalizzata a concretizzare gli obiettivi invocati dall'Autorità per creare una soluzione innovativa in grado di "rompere il circolo vizioso" tra aumento dei costi e aumento dei premi, che caratterizza l'intero sistema RC Auto, specialmente in quelle zone d'Italia caratterizzate da forti anomalie nel processo di liquidazione dei danni derivanti da sinistro stradale.

41. Più nello specifico, nell'adottare il modello contrattuale oggetto dell'istruttoria Allianz ritiene di avere correttamente interpretato le condivise conclusioni dell'IC-42 allorché l'Autorità aveva suggerito di adottare modelli contrattuali idonei ad aumentare la capacità di controllo dei costi del risarcimento da parte delle compagnie, sia dando agli assicurati la possibilità di selezionarsi come più virtuosi a fronte di uno specifico sconto, sia consentendo di godere del vantaggio di un premio scontato "... a fronte di alcune (auto) limitazioni ...".

42. Ulteriore elemento che escluderebbe la vessatorietà della clausola sarebbe rappresentato dalla sua natura facoltativa, atteso che il consumatore potrebbe sottoscrivere anche moduli contrattuali privi della clausola oggetto di contestazione ma con premio non scontato. Pertanto, il consumatore che ha ritenuto di aderire ad un modulo contrattuale contenente la clausola avrebbe liberamente valutato che il beneficio immediato di cui poteva fruire giustificava le obbligazioni con essa assunte. La libertà di scelta del consumatore sarebbe idonea ad escludere in radice un giudizio di vessatorietà.

43. Non secondario sarebbe in termini di trasparenza l'impegno della Società volto ad adottare opportune misure di comunicazione nei confronti del consumatore per cui, con riferimento sia alle Linee guida predisposte da Allianz per i propri agenti incaricati della liquidazione dei sinistri, sia alla gestione delle fattispecie concrete si dimostrerebbe come l'intera procedura sia caratterizzata da comunicazioni da indirizzare al singolo cliente per ricordare la presenza e la sottoscrizione della clausola, nonché l'eventuale applicazione della penale.

44. Quanto alla previsione della penale, secondo Allianz, sarebbe da escludere che l'importo contrattualmente individuato in termini fissi nella clausola in vigore sino al 1° aprile e nel termine del 20% del danno liquidato fino ad un massimo di 500 euro nella clausola in vigore dal 1° aprile 2016, sia manifestamente eccessivo.

45. Nel caso di specie, la penale, legata all'inadempimento del consumatore dell'obbligo di non incaricare terzi soggetti patrocinatori per la gestione del sinistro fintanto che non sia stata esperita la procedura di conciliazione paritetica per comporre la controversia (che non può durare più di 30 gg) - evento dal quale conseguirebbe la necessità per Allianz di attivare una propria difesa legale con il conseguente incremento dei costi sopra indicato - risulta connessa ad una obbligazione accessoria rispetto all'oggetto principale del contratto di assicurazione stipulato dal consumatore con Allianz, senza interessare le obbligazioni principali del rapporto assicurativo che non sono in alcun modo ridotte o limitate dall'operatività della clausola.

46. Viceversa, il consumatore riceverebbe un vantaggio dalla clausola rappresentato dallo sconto sul premio assicurativo che la stessa Autorità avrebbe suggerito di introdurre come incentivo affinché i consumatori che si auto-selezionano come più virtuosi, siano indotti a sottoscrivere modelli contrattuali idonei ad aumentare il controllo da parte dell'assicuratore dei costi dei risarcimenti.

47. Allianz ha inoltre evidenziato che l'importo della penale in analisi sarebbe proporzionato rispetto al danno da inadempimento che la Società andrebbe a subire consistente nella necessità di attivare una propria difesa legale che presenterebbe un costo superiore rispetto alla penale, con conseguente insussistenza di una eccessiva onerosità della penale.

48. Ciò varrebbe sia per la penale nella sua vecchia formulazione (che prevedeva un importo fisso di €500) che nella sua nuova formulazione, stante il limite del 20%. La nuova formulazione della clausola, infatti, con l'introduzione di una percentuale rispetto al valore del sinistro, sarebbe idonea a garantire ancora di più una ragionevole proporzionalità con l'interesse dell'assicurato, pur dovendo mantenere al contempo una ragionevole deterrenza all'inadempimento per tentare di aumentare il grado di adesione alle procedure di conciliazione paritetica a fronte del reale ricoso a tale procedura - ritenuto "*sconsolante*" dall'IVASS - ed in tal modo contribuire alla riduzione dei costi di liquidazione dei sinistri e in ultima istanza dei premi assicurativi. Dal punto di vista dell'interesse generale ad assicurare una transizione verso gestioni più efficienti dei sinistri, la penale fungerebbe da meccanismo negoziale idoneo a gravare su chi, violando un impegno contrattuale, contribuisce alla crescita dei costi di liquidazione, in tal modo attenuando l'incidenza di tali costi sulla generalità degli assicurati.

49. Anche la contestazione afferente ad una possibile restrizione della libertà contrattuale del consumatore nei rapporti con i terzi risulterebbe infondata.

50. In primo luogo, in caso di adesione ad un modulo contrattuale contenente la clausola, l'impegno che il consumatore assume di non incaricare per la gestione del danno un patrocinatore professionale sarebbe solo temporaneo e di breve durata, in quanto limitato fino alla conclusione della procedura di conciliazione paritetica, la quale deve comunque concludersi entro 30 giorni. Pertanto, più che di una "*restrizione*" alla libertà contrattuale bisognerebbe più correttamente parlare di una sospensione di tale libertà. E tale temporanea sospensione andrebbe valutata nella sua essenziale funzione di assicurare che la scelta di affidare ad un professionista la gestione del sinistro, da cui derivano automaticamente i ricordati maggiori costi di gestione, venga assunta solo dopo avere ricevuto e valutato l'offerta di risarcimento da parte della Società incaricata ed eventualmente esperito il tentativo di conciliazione. Ciò è inequivocabilmente evidenziato dalle Linee Guida predisposte da Allianz allorché precisano che: "*...nel caso di avvenuto ricorso alla procedura di conciliazione l'assicurato ha adempiuto agli obblighi contrattuali e la posizione potrà quindi essere gestita e trattata secondo le usuali modalità, senza l'applicazione di penalità sull'eventuale liquidazione ...*".

51. Inoltre, come emerge dal testo contrattuale, l'impegno concerne esclusivamente l'attribuzione di un incarico, ad un patrocinatore professionale, di gestione del sinistro e non impedisce il ricorso all'assistenza o alla consulenza del professionista che - anche nella fase di conciliazione paritetica - l'assicurato è libero di attivare.

52. Ciò sarebbe coerente con la *ratio* della temporanea sospensione consistente nel provare ad arginare i comportamenti opportunistici e fraudolenti che occorrono di frequente in sede di liquidazione dei danni derivanti da sinistri stradali, ed in generale tutti quei fenomeni speculativi che incidono sui costi generali delle liquidazioni.

53. Ne sono testimonianza le chiare indicazioni che le Linee Guida danno agli Agenti di non applicare la clausola: (i) nel caso di rinuncia all'incarico al legale; (ii) nel caso di mantenimento dell'incarico con rinuncia espressa degli onorari e (iii) nel caso di notifica di atto di citazione successivo all'esperimento con esito negativo della procedura di conciliazione paritetica. Ciò dimostrerebbe che l'obiettivo della clausola non è la limitazione del diritto dell'assicurato di farsi assistere da un terzo, ma solo quello di evitare che si inneschi il meccanismo di contenzioso prima di avere tentato la conciliazione, con effetto negativo sui costi di gestione. Pertanto, ove tale effetto venga escluso attraverso una espressa rinuncia del terzo agli onorari (ovviamente sempre fino alla conclusione del procedimento di conciliazione), anche il conferimento di un incarico di gestione del sinistro è ritenuto non idoneo a fare scattare la penale.

54. In conclusione, secondo Allianz le censure mosse per lamentare un'asserita violazione dell'articolo 33, comma 2, lettera *t*), del Codice del Consumo risulterebbero infondate nella misura in cui l'effetto della clausola non sarebbe quello di impedire il conferimento di incarico o la consultazione di un patrocinatore e/o legale, e neanche quello di precludere una tutela degli interessi del consumatore, bensì unicamente quello di inserire un "*passaggio intermedio*" per l'esperimento della conciliazione paritetica che possa offrire un elemento di riflessione ulteriore per l'assicurato prima di decidere di rivolgersi a terzi per la gestione di un sinistro e di contrastare la documentata frequenza di costi legali impropri postergando la piena libertà del consumatore di affidare ad un legale e/o patrocinatore la gestione del sinistro a valle di un limitato periodo iniziale. E, in ogni caso, anche in tale arco temporale il consumatore non rimane privo della necessaria assistenza tecnica idonea a soddisfare i propri interessi, nella misura in cui esso viene rappresentato dall'associazione di consumatori cui ha scelto di rivolgersi, e che si fa dunque portavoce degli interessi del danneggiato.

55. Infine, la parte ha rilevato l'infondatezza dell'asserita vessatorietà della clausola per violazione dell'articolo 34, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto il sinistro cui si applica la clausola, come emergerebbe dal testo della stessa, è definito sulla base delle caratteristiche obiettive (quelle descritte agli artt. 149 e 150 CdA e riprodotte nelle Condizioni di Contratto) che individuano i sinistri "*...gestibili in regime di indennizzo diretto...*" in base alla legge, a prescindere da una diversa iniziativa assunta dal cliente di rivolgersi alla compagnia assicuratrice del soggetto responsabile.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

56. Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al punto II lettera a) e b) del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo.

57. In sede di avvio del procedimento nonché di estensione oggettiva è stato indicato ad Allianz che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del

Consumo, è prevista una presunzione legale di vessatorietà con contestuale richiamo dell'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria di detta presunzione.

Osservazioni preliminari

a) L'ambito di applicazione della clausola

58. Preliminarmente appare opportuno chiarire gli obblighi che discendono in capo al consumatore sottoscrittore di un contratto di assicurazione RC auto contenente la clausola nelle due versioni oggetto di valutazione che, come evidenziato, differiscono l'una dall'altra unicamente in relazione all'ammontare della penale, per il quale, nella versione vigente dal 1° aprile 2016 è stato introdotto un valore del 20% per i sinistri di valore inferiore ai 2.500 euro.

59. La clausola che, nelle due versioni sub a) e b) oggetto di valutazione, trova applicazione in "tutti i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto" prevede un duplice obbligo in capo al consumatore: l'impegno a "non affidare la gestione del danno a soggetti terzi (...) avvocati e simili"; l'impegno (*rectius* l'obbligo) a ricorrere "preliminarmente" (a un giudizio) alla procedura di "conciliazione paritetica", che, secondo quanto esplicitato nella nota informativa sono riferiti, rispettivamente, il primo "a seguire la procedura di legge senza incaricare alcun patrocinatore" e il secondo "in caso di disaccordo con l'Assicuratore in tema di liquidazione del danno, ad attivare la procedura di conciliazione paritetica facendosi rappresentare da una Associazione di Consumatori".

60. Pertanto, come confermato dalla stessa Allianz nelle proprie memorie difensive, l'obbligo del consumatore di non fare ricorso all'assistenza di un patrocinatore concerne l'intera "gestione del sinistro" e comprende sia la fase di denuncia del sinistro all'assicurazione-gestionaria sia, in caso di disaccordo, la fase della procedura di conciliazione paritetica. Essendo consentita, in questa fase, unicamente l'assistenza o la consulenza di un professionista senza attribuzione di incarico.

61. Come evidenziato, a fronte della violazione di tali impegni il cliente-assicurato è tenuto al pagamento di una penale pari a 500 euro (sino al 1° aprile 2016) e al 20% della liquidazione del danno fino ad un massimo di 500 euro (dal 1° aprile 2016).

b) Il contesto di riferimento

62. Quanto al contesto di riferimento, va ricordato che rispetto all'origine del diritto al risarcimento da sinistro stradale anche nelle ipotesi di risarcimento diretto *ex art. 149 del C.d.A.* il rapporto tra danneggiato e danneggiante non muta la propria natura di illecito extracontrattuale e ciò al di là di qualsivoglia eventuale limitazione contrattuale al risarcimento.

63. In proposito, la Cassazione ha ribadito che "L'azione diretta di cui al Decreto Legislativo n. 209/2005 art.149 non origina dal contratto assicurativo, ma dalla legge, che la ricollega al verificarsi del sinistro a certe condizioni assumendo l'esistenza del contratto assicurativo solo come presupposto legittimante, sicchè la posizione del danneggiato non cessa di essere originata dall'illecito e di trovare giustificazione in esso, assumendo la posizione contrattuale del medesimo verso la propria assicurazione soltanto la funzione di sostituire l'assicurazione del danneggiato a quella del responsabile nel rispondere della pretesa risarcitoria. Sicchè la posizione del danneggiato resta quella di chi ha subito un illecito civile"⁴.

64. Infatti "nel caso in cui il terzo danneggiato abbia rivolto la sua pretesa risarcitoria nei confronti del proprio assicuratore della r.c.a. secondo la procedura di cui all'art. 149 cit. (...) l'azione diretta che tale disposizione accorda al danneggiato, nei confronti del proprio assicuratore, non è altro che la medesima azione prevista dall'art. 144 cod. ass. per le ipotesi

⁴ Cfr. Cass. Civile, Ordinanza n. 5928/2012.

*ordinarie (e dalla quale pertanto mutua l'intera disciplina) con l'unica particolarità che destinatario ne è l'assicuratore della vittima anziché quello del responsabile*⁵.

65. Con specifico riferimento all'istituto della conciliazione paritetica, si osserva che in nessuna parte del *"Regolamento della procedura di conciliazione tra Ania e Associazioni dei consumatori in tema di sinistri r.c. auto"* è previsto che il consumatore non possa essere assistito da un legale o altro patrocinatore né tanto meno che possa essere applicata una penale da detrarre dall'importo del risarcimento che è dovuto e nascente da un illecito civile che conferisce al danneggiato la possibilità di agire direttamente nei confronti della propria compagnia, come previsto dall'art. 149 del C.d.A..

66. Sempre in via preliminare, occorre rilevare che, diversamente da quanto a più riprese evidenziato da Allianz, il suggerimento dell'Autorità contenuto all'interno dell'indagine conoscitiva conclusa nel 2013 afferente il sistema RC Auto (*IC-42 o Indagine*), concernente l'adozione di modelli contrattuali idonei ad aumentare la capacità di controllo del risarcimento da parte delle compagnie⁶, peraltro specificamente individuati nell'indagine⁷, riguarda la possibilità degli assicurati di auto-selezionarsi come più virtuosi a fronte di uno sconto cospicuo sul premio e non certo mediante la sottoscrizione di clausole vessatorie che, come nel caso di specie, limitino diritti costituzionalmente garantiti, quale il diritto alla difesa, peraltro a fronte di sconti limitati e mediante l'imposizione di penali manifestamente eccessive.

c) L'oggetto del procedimento

67. Quanto all'oggetto del presente procedimento preme evidenziare che, il giudizio di vessatorietà della clausola nelle due versioni di cui alle lettere a) e b) non concerne il riconoscimento di uno sconto sul premio nonché di una eventuale penale non eccessiva a fronte dell'impegno del consumatore a ricorrere preliminarmente, in caso di disaccordo sulla liquidazione del danno, alla conciliazione paritetica, istituto che, di per sé, rappresenta un valido strumento di soluzione alternativa delle controversie in grado di prevenire l'instaurazione di giudizi spesso superflui. Il giudizio attiene, piuttosto, alla previsione di una penale di importo manifestamente eccessivo in quanto non proporzionato allo sconto praticato e all'obbligo del cliente di non ricorrere nella fase stragiudiziale e nella stessa eventuale fase di ADR all'assistenza di procuratori terzi.

Valutazioni nel merito

68. Come noto, l'art. 34 comma 4, del Codice del Consumo sottrae al giudizio di vessatorietà *"le clausole o gli elementi di clausola che siano stati oggetto di trattativa individuale"*.

⁵ Cfr. Cass. Civile, VI, ordinanza n. 20374/2015.

⁶ Nell'indagine infatti si legge: *"In aggiunta all'introduzione di un sistema di incentivi per il controllo dei costi tramite recupero di efficienza, si potrebbero adottare modelli contrattuali che, da una parte, aumentino la capacità di controllo dei risarcimenti da parte delle compagnie e, dall'altra, le possibilità di autoselezione da parte degli assicurati. In altre parole, potrebbero avere un impatto positivo modelli contrattuali per le polizze RC Auto che, a fronte di uno specifico sconto, diano loro la possibilità di autoselezionarsi e quindi segnalarsi alla compagnia come soggetti più virtuosi. Le compagnie, a fronte dello sconto concesso al cliente assicurato, avrebbero a disposizione una serie di strumenti che consentirebbero di controllare meglio i costi dei risarcimenti nonché i fenomeni fraudolenti. Si tratterebbe, ovviamente, di facoltà di scelta date agli assicurati, i quali, a fronte di alcune (auto)limitazioni, godrebbero di vantaggi in termini di premi scontati"*.

⁷ In particolare, alla luce del *"contratto base"* di cui all'art. 22 D.L. 18 ottobre 2012, n. 179, convertito con modificazioni dalla legge 17 dicembre 2012, n. 221, l'Autorità ha suggerito al regolatore di settore di operare affinché vengano introdotte clausole contrattuali, facoltative per l'assicurato e associate a congrui sconti di premio, così articolate: a) Risarcimento in forma specifica del danneggiato presso servizi di riparazione individuati (e remunerati) dalle compagnie; b) Prestazioni di servizi medico-sanitari resi da professionisti individuati (e remunerati) dalle compagnie; c) Installazione della 'scatola nera', ovvero l'adozione di strumenti in grado di consentire la verifica della dinamica del sinistro; d) Il pagamento delle spese per le riparazioni dei veicoli e dei compensi per le eventuali prestazioni professionali soltanto dietro presentazione di fattura (non quindi dietro mera presentazione di altri documenti), o, alternativamente, riparazione presso strutture individuate (e remunerate) dalle compagnie e ricorso a prestazioni medico/legali presso professionisti sempre scelti (e remunerati) dalle compagnie.

69. Con riferimento alla clausola oggetto di valutazione, Allianz ha evidenziato che essa sarebbe stata oggetto di specifica sottoscrizione *ex artt.* 1341 e 1342 c.c. e che la vessatorietà della clausola andrebbe esclusa in ragione della sua natura facoltativa, atteso che il consumatore potrebbe sottoscrivere anche moduli contrattuali senza aderire alla clausola oggetto di contestazione.

70. In proposito, giova ricordare che, né la specifica approvazione per iscritto della clausola – secondo costante giurisprudenza⁸ – né la natura facoltativa della stessa che si traduce nella possibilità per il consumatore di reperire alternative sul mercato o presso lo stesso professionista – sono sufficienti a far ritenere la ricorrenza della trattativa individuale e ad escludere la presunzione legale di vessatorietà.

71. Deve rilevarsi inoltre che la facoltà del consumatore di sottoscrivere o meno una polizza contenente la clausola in contestazione potendo, in alternativa, scegliere presso Allianz una polizza che ne sia priva non si traduce nella facoltà del consumatore di concordare con il professionista il contenuto della clausola, sul quale verte il presente procedimento.

72. Ciò posto, la clausola descritta al punto II della presente comunicazione, appare vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*, e *t*), del Codice del Consumo, in quanto tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto. I profili di vessatorietà rilevati permangono anche sulla base della lettura e dell'interpretazione della clausola alla luce del contesto complessivo dell'intero contratto per adesione in cui è inserita.

La previsione di una penale manifestamente eccessiva

73. In primo luogo, la clausola *de quo* appare vessatoria in violazione dell'articolo 33, comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo nella misura in cui addossa a carico del cliente una penale che risulta manifestamente eccessiva.

74. Il giudizio relativo alla manifesta eccessività della penale discende, anzitutto, dal ridotto vantaggio economico per la stragrande maggioranza dei clienti ai quali è riconosciuto uno sconto sul premio assicurativo che, oltre a risultare limitato, è di gran lunga inferiore rispetto all'ammontare della penale.

75. Difatti, a fronte di una penale di 500 euro nella versione in uso fino al 1° aprile 2016 e al 20% del valore del sinistro con il limite massimo di 500 euro nella versione in uso dal 1° aprile 2016, le risultanze istruttorie dimostrano che lo sconto medio praticato ai clienti di Allianz che hanno sottoscritto contratti contenenti la clausola sub a) e sub b) è compreso tra [11-16] euro e [11-16] euro.

76. La stessa Allianz, del resto, ha dichiarato che la quantificazione dell'importo della penale prevista nelle due clausole sub a) e b) non è stata oggetto di studi puntuali per la determinazione del suo ammontare né di studi di correlazione con la quantificazione dello sconto sul premio assicurativo.

⁸ Secondo la giurisprudenza la trattativa “*quale presupposto che rileva, per l'appunto, ai fini della applicazione o meno della disciplina di tutela in questione e non già dell'accertamento della vessatorietà o abusività della clausola*” deve essere caratterizzata “*dagli indefettibili requisiti della individualità, serietà ed effettività*”. Pertanto “*L'eventuale clausola derogatoria aggiunta a penna nel contratto concluso mediante moduli o formulari, oppure la mera approvazione per iscritto di una tale clausola, non sono idonee ai fini della prova positiva della trattativa, sia quale fatto storico che della relativa effettività, e pertanto dell'idoneità della medesima a precludere l'applicabilità della disciplina di tutela del consumatore posta dal codice del consumo*” (Cfr. Cass. Civ. Sez. III, 20 marzo 2010, n. 6802 nonché Cass. Civ. Sez. III n. 24262 del 26 settembre 2008). In senso analogo cfr. Tribunale di Genova 19 febbraio 2003 ove si legge: “*La trattativa specifica che deve riguardare la clausola vessatoria ai danni del consumatore non può consistere nella mera approvazione, per iscritto, della clausola stessa, ma deve consistere in una partecipazione attiva del consumatore sin dalla fase della predisposizione della clausola*”.

77. Né, peraltro, l'eccessiva onerosità della penale potrebbe essere esclusa in ragione di quanto evidenziato da Allianz circa il danno da inadempimento che la Società andrebbe a subire, derivante dalla necessità di attivare una propria difesa legale e consistente nella necessità di sostenere un costo medio superiore o comunque, proporzionato, all'importo della penale.

78. Al riguardo basti evidenziare che, da un lato, l'attivazione di una difesa legale nella fase stragiudiziale è del tutto volontaria e legata ad una iniziativa della società; dall'altro che, in ogni caso, i valori di costo incrementale dichiarati da Allianz per la liquidazione dei sinistri in caso di intervento di un legale includono non solo le spese amministrative di gestione del sinistro ma anche i veri e propri risarcimenti, non potendo dunque essere imputati alla sola necessità della società di attivare una propria difesa legale.

79. La manifesta eccessività della penale deriva anche dalla natura degli inadempimenti alla quale è associata. Difatti, le circostanze per l'applicazione della penale, vale a dire il mancato ricorso alla conciliazione paritetica e/o l'affidamento della gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio, da un lato, non rappresentano l'obbligazione principale posta a carico dell'assicurato e, dall'altro, attengono ad un obbligo che ha per oggetto una restrizione alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi.

80. Rileva altresì il tipo di rapporto assicurativo su cui si innesta la clausola che, come evidenziato, è destinata ad operare nel sistema di risarcimento diretto del danno. Un sistema nell'ambito del quale il risarcimento è effettuato da Allianz in qualità di impresa gestoria per conto dell'impresa di assicurazione del veicolo responsabile a favore del cliente assicurato che ha subito il danno e dunque in un contesto nel quale, come evidenziato, la posizione del danneggiato resta quella di chi ha subito un illecito civile, all'interno del quale la stessa previsione di una clausola penale non appare giustificata⁹.

La previsione di una restrizione della libertà contrattuale del consumatore nei rapporti con i terzi

81. Inoltre, proprio alla luce dello squilibrio creato dalla manifesta eccessività della penale, la clausola in esame nelle due versioni sub a) e b), nella parte in cui prevede che il consumatore si impegni a “non affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio (ad esempio avvocati /procuratori legali e simili)”, si pone in contrasto con l'art. 33, comma 2, lettera t), del Codice del Consumo, ai sensi del quale si presume vessatoria fino a prova contraria la clausola che ha per oggetto o per effetto di sancire a carico del consumatore restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti con i terzi. La limitazione nella facoltà di rivolgersi a terzi quali professionisti o patrocinatori discende infatti dal disincentivo a tale comportamento indotto dalle pesanti conseguenze determinate dall'imposizione della penale.

82. Come confermato dalla stessa Allianz nelle proprie memorie difensive, l'obbligo del consumatore di non fare ricorso all'assistenza di un patrocinatore concerne l'intera “gestione del sinistro” e comprende sia la fase di denuncia del sinistro all'assicurazione-gestoria sia, in caso di disaccordo, la fase della procedura di conciliazione paritetica nell'ambito della quale, è consentita, unicamente l'assistenza o la consulenza di un professionista senza attribuzione di incarico.

83. Come chiarito dalla Corte di Cassazione, il diritto del danneggiato a tutelare i propri interessi, affidandosi alla competenza di un legale o di uno studio tecnico, deve essere riconosciuto anche nella fase prodromica al giudizio, assistenza che è espressamente ritenuta dalla Cassazione

⁹ In tal senso e sulla clausola oggetto di valutazione si è espresso il Giudice di Pace di Catania con pronuncia del 18 maggio 2016 giudizio 1356.

“necessitata e giustificata in funzione dell’attività di esercizio stragiudiziale del diritto al risarcimento”¹¹.

84. Si tratta di una previsione che oltre a costituire una limitazione alla autonomia contrattuale del consumatore nei rapporto con terzi soggetti, nel caso di specie, integra anche un illegittimo pregiudizio all’esercizio del diritto di difesa costituzionalmente garantito.

La formulazione della clausola in modo oscuro e incomprensibile

85. Infine, la clausola nelle due formulazioni sub a) e b) risulta integrare una violazione dell’art. 34, comma 2, del Codice del Consumo in quanto, attenendo ad una obbligazione che, anche se di natura accessoria, contribuisce a determinare l’oggetto del contratto, non risulta formulata in modo chiaro e comprensibile traducendosi in una difficoltà per il destinatario di comprendere la portata degli impegni assunti dal consumatore.

86. Difatti, così come dichiarato dalla stessa Società, la clausola viene applicata, non solo “*per i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto - CARD*” a fronte di una iniziativa in tal senso da parte del cliente, così come lascerebbe intendere la formulazione della clausola inserita nelle polizze, ma per tutti i sinistri che per legge potrebbero essere assoggettati al risarcimento diretto e, dunque, anche nel caso in cui il cliente, nonostante la possibilità di ricorrere alla CARD, avvalendosi della facoltà di esperire la tutela tradizionale, indirizzi la propria pretesa risarcitoria direttamente alla compagnia assicuratrice del veicolo responsabile.

RITENUTO che per le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento e della comunicazione di integrazione oggettiva vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, e che Allianz non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo;

RITENUTO che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito dell’Autorità e di Allianz ai sensi dell’articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell’articolo 21, comma 8, del Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito di Allianz abbia la durata di venti giorni consecutivi; e che non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, sub a), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la clausola descritta al punto II, sub b), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione.

¹¹ Cfr. Cass. Civ. 21 gennaio 2010, n. 997; in senso conforme Cass. 31 maggio 2005 n. 11606 e 12 luglio 2005 n. 14594.

DISPONE

a) che la società Allianz S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

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

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

c) la pubblicazione dovrà ricalcare in toto impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* di pubblicazione dell'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del parere stesso.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

CV144 - ALLIANZ-CLAUSOLA CONCILIAZIONE PARITETICA

Allegato al provvedimento n. 26255

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 30 novembre 2016 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie ex articolo 37 bis del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

Costituisce oggetto del presente procedimento la clausola rubricata “*Condizione Aggiuntiva RC Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica*” limitatamente ai rapporti contrattuali tra l'impresa e i clienti consumatori, nelle due versioni di seguito trascritte:

a) la clausola contenuta, tra l'altro, nei moduli contrattuali predisposti da Allianz per la vendita di polizze assicurative per la responsabilità civile auto “*Bonus/Malus – autovetture e autotassametri*” utilizzati dal 1° febbraio 2014 al 1° aprile 2016, di seguito trascritta: “*Condizione Aggiuntiva RC Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica: Per i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto – CARD, l'assicurato si impegna a: - non affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio (ad esempio avvocati /procuratori legali e simili); - ricorrere preliminarmente alla procedura di conciliazione paritetica se l'ammontare del danno non supera i 15.000 euro. In cambio di tale obbligo l'impresa opera lo sconto del 3,5% sul premio annuo netto RCA; per contro se l'assicurato viola il predetto impegno l'impresa applica una penale di 500 euro, da detrarsi dalla somma dovuta a titolo di risarcimento, con il limite di quest'ultimo*”;

b) la nuova formulazione della clausola *de quo*, contenuta, tra l'altro, nei moduli contrattuali predisposti da Allianz per la vendita di polizze assicurative per la responsabilità civile auto Bonus/Malus in uso dal 1° aprile 2016 di seguito trascritta: “*Condizione aggiuntiva RC “Accordo per la risoluzione delle controversie mediante ricorso alla procedura di conciliazione paritetica”. Per i sinistri gestiti con la procedura di risarcimento diretto – CARD, l'assicurato si impegna a: non affidare la gestione del danno a soggetti terzi che operino professionalmente nel campo del patrocinio (ad esempio avvocati/procuratori legali e simili); ricorrere preliminarmente alla procedura di “conciliazione paritetica” se l'ammontare del danno non supera i 15.000 euro. In cambio di tale obbligo l'impresa opera lo sconto del 3,5% sul premio annuo netto RCA; per contro, se l'assicurato viola il predetto impegno, l'impresa applica una penale del 20% del valore del sinistro con il limite massimo di 500 euro da detrarsi dalla somma dovuta a titolo di risarcimento”.*

[OMISSIS]

In data 22 marzo 2016 è stato avviato il procedimento CV144 nei confronti di Allianz, successivamente integrato in data 8 luglio 2016.

[OMISSIS]

Nella comunicazione di avvio del procedimento e nella successiva integrazione è stato rappresentato ad Allianz che la clausola nelle due versioni descritte al punto II del presente

provvedimento, in sé e in collegamento con le altre clausole contrattuali, avrebbe potuto essere vessatoria a sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 1, del Codice del Consumo e in quanto tale da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento sono vessatorie ai sensi degli articoli 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

DELIBERA

a) che la clausola descritta al punto II, sub a), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la clausola descritta al punto II, sub b), del presente provvedimento integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), nonché 34, comma 2, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione.

VARIE

NOMINA DEL RESPONSABILE DELLA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E DELLA TRASPARENZA

Provvedimento n. 26281

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 dicembre 2016;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato";

VISTO il Decreto Legislativo. 14 marzo 2013, n. 33 recante "*Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*"

VISTA la legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione*";

VISTO il Decreto Legislativo 25 maggio 2016, n. 97, recante "*Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche*", che ha apportato significative modifiche in materia di prevenzione della corruzione e di trasparenza;

VISTO che l'Autorità, nell'adunanza dell'11 settembre 2013, ha deliberato la nomina dei Responsabili per la trasparenza;

VISTA la delibera n. 24941 del 9 aprile 2014, con cui l'Autorità, sebbene non rientri nell'ambito soggettivo di applicazione della legge n. 190 del 2012, ha ritenuto opportuno nominare il Responsabile della prevenzione della corruzione;

VISTE le modifiche apportate alla legge n. 190/2012 e al Decreto Legislativo. n. 33/2013 con riguardo al Responsabile per la prevenzione della corruzione e della trasparenza;

RITENUTO opportuno accogliere l'indicazione contenuta nel Piano Nazionale Anticorruzione 2016 (delibera n. 831 del 3 agosto 2016), con cui l'Autorità Nazionale Anticorruzione suggerisce l'unificazione in capo ad un unico soggetto delle due responsabilità e, pertanto, procedere alla nomina di un unico Responsabile per la prevenzione della corruzione e della trasparenza;

DELIBERA

di nominare Responsabile della prevenzione della corruzione e della trasparenza la Dott.ssa Serena Stella.

La presente delibera sarà pubblicata nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, e nel sito istituzionale nella sezione «Autorità Trasparente».

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

ABROGAZIONE DELLE DELIBERE AGCM N. 24518 E N. 24767 IN MATERIA DI TRASPARENZA

Provvedimento n. 26282

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 dicembre 2016;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato";

VISTO il d.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 recante "*Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*"

VISTA la legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione*";

VISTO il d.lgs. 25 maggio 2016, n. 97, recante "*Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche*", che ha apportato significative modifiche in materia di prevenzione della corruzione e di trasparenza;

RITENUTO che, alla luce delle norme citate, è venuta meno la cogenza del "*Regolamento sugli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi del d.lgs. 14 marzo 2013, n. 33*" adottato con delibera n. 24518 del 16 luglio 2013 e 12 agosto 2013, pubblicata sul Bollettino dell'Autorità n. 38 del 30 settembre 2013 (ultima modifica delibera n. 25317 dell'11 febbraio 2015), nonché della delibera n. 24767 del 29 gennaio 2014, pubblicata sul Bollettino n. 7 del 17 febbraio 2014, recante la "*Disciplina dei periodi di tempo di pubblicazione di dati, informazioni e documenti dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*" (ultima modifica delibera n. 25318 dell'11 febbraio 2015) e, pertanto, tali delibere sono abrogate, dovendo trovare diretta applicazione la disciplina di cui al citato d.lgs. n. 33/2013, come successivamente modificato;

CONSIDERATO che, in data odierna, l'Autorità ha deliberato la proroga degli incarichi conferiti ai Responsabili delle Direzioni e Uffici per ulteriori sei mesi;

VISTO l'art. 14, comma 1-*bis* del d.lgs. n. 33/2013, come da ultimo modificato, che ha ampliato i dati e le informazioni che devono essere obbligatoriamente pubblicati sul sito con riguardo ai titolari di incarichi amministrativi di vertice, ai titolari di incarichi dirigenziali di vertice, nonché ai titolari di incarichi dirigenziali, a qualsiasi titolo conferiti, con particolare riguardo alle dichiarazioni reddituali e patrimoniali di cui all'art.14, comma 1, lettera f), d.lgs. n. 33/2013;

RITENUTO di doversi adeguare agli ulteriori obblighi di pubblicità, dando mandato agli Uffici di acquisire dai titolari di incarichi amministrativi di vertice, dai titolari di incarichi dirigenziali di vertice, nonché dai titolari di incarichi dirigenziali, rinnovati in data odierna, i dati e le informazioni sopra indicati, che dovranno essere fornite entro il 9 gennaio 2017 per la successiva immediata pubblicazione;

DELIBERA

a) l'abrogazione del *“Regolamento sugli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi del d.lgs. 14 marzo 2013, n. 33”* adottato con delibera n. 24518 del 16 luglio 2013 e 12 agosto 2013, pubblicata sul Bollettino dell’Autorità n. 38 del 30 settembre 2013 e successive modifiche, nonché della delibera n. 24767 del 29 gennaio 2014, pubblicata sul Bollettino n. 7 del 17 febbraio 2014, recante la *“Disciplina dei periodi di tempo di pubblicazione di dati, informazioni e documenti dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato”* e successive modifiche;

b) di dare mandato agli Uffici di acquisire dai titolari di incarichi amministrativi di vertice, dai titolari di incarichi dirigenziali di vertice, nonché dai titolari di incarichi dirigenziali, rinnovati in data odierna, i dati e le informazioni sopra indicati, che dovranno essere fornite entro il 9 gennaio 2017 per la successiva immediata pubblicazione.

La presente delibera sarà pubblicata nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, e nel sito istituzionale nella sezione «Autorità Trasparente».

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXVI- N. 46 - 2016

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

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

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

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
