

PS6928 - GIGART-OSTACOLI AL RECESSO

Provvedimento n. 24077

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 novembre 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

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 pratiche commerciali scorrette*", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTI i propri provvedimenti del 14 marzo 2012, con i quali sono stati disposti accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le società Gigart S.r.l., Gigart Finance S.r.l. e Gigart Art Finance S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 4 luglio 2012, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 31 maggio 2012, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 27 settembre 2012, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, in ragione della consistenza e complessità della documentazione prodotta;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Gigart S.r.l. (di seguito anche Gigart), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, costituita nel 2006, è attiva nel commercio al dettaglio di opere d'arte e, al 31 dicembre 2011, ha realizzato un fatturato di 1.988.000 euro e 55.000 euro circa di utili.

2. La società Gigart Finance S.r.l. (di seguito anche GF), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, costituita nel 2008, ha per oggetto sociale l'attività di mediazione creditizia, al fine di mettere in relazione, anche attraverso attività di consulenza, banche o altri intermediari finanziari con la potenziale clientela in vista della concessione di finanziamenti sotto qualsiasi forma. La società è tuttavia inattiva.

3. Gigart Art Finance S.r.l. (di seguito anche GAF), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Al 31 dicembre 2011, la società non ha realizzato alcun fatturato, in ragione della recente costituzione nello stesso anno.

4. Il Sig. Danilo Gigante, in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. Il Sig. Gigante è la persona fisica che controlla le società del gruppo Gigart¹, è amministratore unico di ciascuna società del gruppo e figura quale intestatario del sito *internet* www.gigartcoloit.it, che promuove le opere commercializzate da Gigart e la possibilità di investire in arte tramite la consulenza offerta da GAF.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

5. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere da alcune società del Gruppo Gigart, consistenti nel promuovere l'acquisto a domicilio di opere d'arte² e nel pubblicizzare attraverso i siti *internet* www.gigartfinance.com e www.gigartcoloit.it³ la possibilità di investire in arte usufruendo del c.d. "diritto di prestito".

6. Più precisamente, con riferimento alle modalità di vendita a domicilio, le suindicate società del gruppo Gigart hanno:

i) rappresentato ai consumatori in modo ingannevole e, per taluni aspetti, aggressivo le reali finalità della visita a domicilio (la presentazione di un'altra opera a pagamento anziché la semplice consegna di un omaggio in realtà inesistente), la natura del documento sottoposto alla firma dei consumatori (una proposta di contratto anziché una

¹ [Cfr. *Il gruppo Gigart comprende anche la società Gigart Real Estate S.r.l., che svolge attività di locazione immobiliare di beni propri o in leasing.*]

² [Cfr. *le segnalazioni di cui ai docc. 1 e 3.*]

³ [Cfr. *le rilevazioni effettuate d'ufficio il 21 gennaio 2011 e il 29 settembre 2011, docc. 4 e 5.*]

prenotazione non impegnativa), le condizioni economiche del finanziamento, l'identità del soggetto erogatore, l'esistenza e le modalità di esercizio del diritto di recesso;

ii) condizionato indebitamente la libertà di scelta del consumatore attraverso lo svolgimento di lunghe presentazioni a domicilio, sollecitando il pagamento di prodotti non richiesti consapevolmente.

7. Con riferimento, invece, ai messaggi diffusi tramite internet, le Parti hanno:

i) promosso la possibilità di realizzare investimenti sicuri con l'acquisto delle opere d'arte promosse, esaltando la specifica competenza e qualifica dei propri incaricati alle vendite i (c.d. Promotori o Consulenti Artistici), prospettando l'esistenza di condizioni di mercato non corrispondenti alla realtà del settore e un mercato secondario tramite il quale poter rivendere tali opere;

ii) fornito informazioni inesatte e/o incomplete sulle modalità di calcolo dell'importo riconosciuto a titolo del cd. "*diritto di prestito*", vale a dire di una percentuale annua versata al cliente quale corrispettivo per lasciare a disposizione di Gigart l'opera acquistata per esposizioni, gallerie, mostre ecc..

8. Ciò premesso, la pratica commerciale oggetto del presente procedimento è costituita dalle modalità, ingannevoli e aggressive, di vendita a domicilio di opere d'arte e dall'ingannevolezza e incompletezza dei messaggi pubblicitari diffusi tramite *internet*, in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 23, lettera f), 24, 25 e 26, lettere b), f) e h), del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

9. A seguito di documentazione acquisita d'ufficio e di segnalazioni pervenute a gennaio e marzo 2011, relative ad acquisti effettuati nei mesi di settembre e ottobre 2010, in data 9 marzo 2012, è stato avviato un procedimento nei confronti di tre società del Gruppo Gigante (Gigart S.r.l., Gigart Art Finance S.r.l. e Gigart Finance S.r.l.) e del Sig. Danilo Gigante, che – a capo dell'omonimo gruppo – rappresenta e controlla, direttamente o indirettamente, ciascuna delle predette società e ha registrato il sito *www.gigartico.it*. Il procedimento riguarda i comportamenti posti in essere nel promuovere l'acquisto a domicilio di opere d'arte e nel pubblicizzare attraverso i siti *internet* *www.gigartfinance.com* e *www.gigartico.it* la possibilità di investire in arte, usufruendo del c.d. "*diritto di prestito*", ipotizzando la violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera f), 24, 25 e 26, lettere b), f) e h), del Codice del Consumo.

10. Nella medesima comunicazione di avvio del procedimento, è stato altresì richiesto ai professionisti, ai sensi dell'articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'articolo 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria, con riferimento ad alcune affermazioni contenute nei suddetti siti *internet*, relative alle qualifiche professionali e al ruolo dei Promotori artistici, nonché all'effettiva corresponsione e alle modalità di calcolo del "*diritto di prestito*".

11. Il 14 marzo 2012 è stato deliberato di svolgere accertamenti ispettivi nei confronti delle menzionate società del gruppo Gigartico. Tuttavia, i tentati accessi del 22 e del 29 marzo 2012 non sono andati a buon fine, poiché i locali delle società "Gigart" sono risultati in entrambi i casi chiusi e privi di addetti.

12. L'avvio del procedimento è stato comunicato ai professionisti, nella persona del Sig. Gigante in proprio e in quanto rappresentante legale delle società del gruppo Gigart parti del procedimento, soltanto il 20 aprile 2012, quando il medesimo, contattato per le vie brevi nei giorni dei tentati accessi, si è recato presso gli Uffici per ricevere la comunicazione e accedere agli atti del procedimento.

13. Il 31 maggio 2012, i professionisti hanno presentato copiosa documentazione, nonché, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

14. Con delibere del 4 luglio e del 27 settembre 2012, il termine di chiusura del procedimento è stato prorogato, rispettivamente, in ragione dell'aggravio procedimentale derivante dalla valutazione degli impegni proposti e della consistenza e complessità della documentazione prodotta.

15. Il 22 ottobre 2012, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

i) Le modalità di vendita di opere d'arte

16. Dalla documentazione agli atti risulta che le vendite al dettaglio sono effettuate tramite visita al domicilio dei clienti/potenziali clienti da collaboratori delle Parti, i c.d. Consulenti Artistici, previo appuntamento concordato dagli operatori telefonici. Secondo quanto comunicato, attualmente, la rete di vendita si compone di 10 collaboratori. I nominativi dei clienti da contattare sono acquisiti da contatti professionali personali del Sig. Gigante o dei singoli addetti alle vendite, in occasione di eventi, manifestazioni artistiche e mostre di opere d'arte, da elenchi cartacei ed elettronici a disposizione del pubblico, da forum e *blog* su *internet* specializzati nel settore dell'arte, in cui gli utenti comunicano dati per essere contattati. I professionisti non si avvalgono di *Call Center* esterni.

17. I Consulenti percepiscono un compenso commisurato percentualmente al valore netto degli affari conclusi e andati a buon fine, nonché ulteriori premi al raggiungimento di determinati obiettivi, secondo criteri e periodi di riferimento stabiliti da Gigart⁴.

18. Dagli atti del procedimento risulta che a tutti i consulenti addetti alla vendita viene consegnato un codice deontologico (di seguito anche "Codice") che contiene specifiche istruzioni sul comportamento da seguire per assicurare il rispetto del consumatore, alla luce dei principi di correttezza e trasparenza che ne costituiscono la premessa⁵. L'articolo 24 del "Codice" prevede che, *"in caso di problemi del rapporto con il cliente che derivino da un comportamento del Consulente Artistico contrario alle prescrizioni del presente Codice o in generale della Legge, potranno essere attuate le seguenti azioni dirette a ristabilire un corretto e cordiale rapporto con il Cliente: a) cancellazioni di ordini, ritorno di merce acquistata; b) rimborso di pagamenti, costi o altre azioni appropriate; c) cancellazione o terminazione di contratti (...) e storno delle relative provvigioni pagate"*; l'articolo 25 prevede che, *"in caso di comportamento in violazione delle indicazioni del presente Codice o qualsiasi altra norma di ogni genere (...) saranno presi i seguenti provvedimenti: a) addebito dei costi derivanti dal comportamento; b) richiamo per iscritto; c) risoluzione del rapporto di collaborazione"*.

19. Le Parti hanno prodotto numerosi contratti stipulati nel biennio 2011-2012, relativi a clienti ai quali è stato liquidato il diritto di prestito, anticipatamente e per intero. Molti di tali contratti sono stati stipulati da soggetti, pensionati, in età particolarmente avanzata (nati prima del 1935)^{6 7} e sono relativi all'acquisto di opere d'arte per importi elevati, come risulta dalla tabella che segue, dove è evidenziata, per tali clienti, la data di stipula del contratto, l'importo e il consulente artistico intervenuto.

Cliente	Data	Importo e Consulente Artistico
[omissis]	06/07/11	4.000€ [omissis]
[omissis]	12/07/11	3.950€ [omissis]
[omissis]	21/09/11	7.000€ [omissis]
[omissis]	22/09/11	3.000€ [omissis]
[omissis]	10/10/11	20.000€ [omissis]
[omissis]	18/10/11	3.063€ [omissis]
[omissis]	02/04/12	4.200€ [omissis]
[omissis]	07/10/11	10.500€ [omissis]
[omissis]	08/03/12	15.250€ [omissis]
[omissis]	20/02/12	7.750€ [omissis]
[omissis]	30/03/12	21.800€ [omissis]
[omissis]	02/04/12	30.000€ [omissis]
[omissis]	20/04/12	6.400€ [omissis]
[omissis]	03/04/12	25.000€ [omissis]
[omissis]	31/01/12	38.000€ [omissis]
[omissis]	20/02/12	4.000€ [omissis]
[omissis]	23/01/12	14.500€ [omissis]
[omissis]	21/02/12	36.000€ [omissis]
[omissis]	01/02/12	12.062,50€ [omissis]

⁴ [Cfr. All. A.7 al doc. 15.]

⁵ [Cfr. All. A.9 al doc. 15. Il codice deontologico, in particolare, prevede un obbligo di Chiarezza (art. 1) sui termini dell'offerta che devono essere comunicati al Cliente per iscritto, in modo chiaro e non ambiguo; i consulenti artistici devono identificarsi esibendo un tesserino e indicare subito le ragioni della visita (art. 4) e non devono confondere le idee al Cliente per quanto riguarda l'identità di Gigart Art Finance, promozioni etc. (art. 5); i Consulenti Artistici devono non devono creare confusione al cliente, abusare della fiducia e della pazienza del cliente, sfruttare la mancanza di esperienza e conoscenza del cliente stesso (artt. 6 e 9); le offerte di vendita diretta devono essere fatte in modo preciso e veritiero per quanto riguarda le caratteristiche del prodotto, le condizioni di prezzo e di credito, le altre condizioni di vendita, la consegna, la restituzione, il servizio assistenza, il riconoscimento o l'approvazione ufficiale, la certificazione (art. 7); il Consulente Artistico deve lasciare al cliente il tempo di leggere attentamente il contratto (art. 10) senza far ricorso a dichiarazioni o dimostrazioni che, a causa di omissioni, ambiguità, esagerazioni, possano ingannare il Cliente sui termini dell'offerta (Art. 11), ecc..]

⁶ [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

⁷ [Cfr. All. B.3 al doc. 15 e i contratti dei sigg.ri [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis], [omissis]. Anche molti dei reclami prodotti sub All. A.13 riguardano contratti sottoscritti da ultraottantenni e pensionati.]

Cliente	Data	Importo e Consulente Artistico
[omissis]	21/02/12	7.000€ [omissis]

20. Esaminando i reclami prodotti dalle Parti, emerge che frequentemente i clienti hanno lamentato contatti telefonici volti a fissare l'appuntamento per la mera consegna a domicilio di un riconoscimento, di documenti o di biglietti per accedere a una mostra e senza scopi commerciali⁸ e, più in generale, difformità fra quanto prospettato telefonicamente e quanto indicato nel contratto circa la natura del processo di vendita o le caratteristiche dell'opera⁹, oltre a false promesse fatte dai Consulenti Artistici nel corso della visita a domicilio (es. la possibilità di rivendita e/o di rivalutazione delle opere tramite il rilascio di certificati riconosciuti e spendibili a livello europeo o la necessità di completare l'opera tramite ulteriori acquisti per poterla rivendere)¹⁰. In tali reclami i consumatori lamentano, altresì, l'eccessiva durata della visita a domicilio e/o di essere stati sottoposti ad una pressione psicologica tale da essersi sentiti costretti ad effettuare l'ordine *"per porre fine a questo strazio"*¹¹.

21. Nel corso della visita a domicilio, ai clienti viene proposto un contratto che, quanto meno nella versione relativa alla società Gigart, riporta, sul retro, le condizioni generali, fra cui le norme sul diritto di recesso al § 4, possibile nei dieci giorni lavorativi dalla sottoscrizione o, con il pagamento di una penale, anche successivamente¹².

22. Altri reclami prodotti dalle Parti evidenziano l'esistenza di più contratti stipulati in data ravvicinata, spesso da clienti anziani o con evidenti disabilità¹³ o il rigetto della comunicazione di recesso, in quanto tardiva, ancorché inviata, ad esempio, l'undicesimo giorno lavorativo dalla sottoscrizione del contratto o l'accoglimento della richiesta di recesso soltanto dopo l'invio di più raccomandate, numerose telefonate, il ricorso alle vie legali, compresa, in alcuni casi, la formalizzazione della denuncia – querela e aver subito il protesto degli assegni emessi in sede di stipula¹⁴.

23. Gigart, infine, ha prodotto l'elenco completo delle date e dei *partner* coinvolti, di tutti gli eventi (mostre, collezioni, etc.) organizzati negli ultimi due anni, a riprova della non ingannevolezza del *claim* circa l'organizzazione di *"mostre nei musei"*, corredato da cataloghi degli eventi, fatture relative all'evento pagate da Gigart, etc. in cui risultano esposte le opere vendute ai propri clienti¹⁵.

ii) I siti internet

24. A gennaio, settembre e dicembre 2011, sono state acquisite varie pagine dei siti *internet* www.gigartico.it e www.gigartfinance.com, mentre, a ottobre 2011, tramite la piattaforma Whois, è stato verificato che il sito www.gigartico.it è intestato al Sig. Gigante¹⁶.

25. Da tali rilevazioni risulta che sull'*home page* del sito www.gigartico.it, in cui compare il logo di Gigart Finance - sotto ad una finestra contenente l'invito *"Scopri come investire nell'arte con la formula del "diritto di prestito" e guadagna il 3% di utile all'anno per i primi 5 anni CHIAMA ORA!"* - è riportata l'affermazione **"Benvenuti nel mondo dell'Art Finance. Gigart è partner di numerosi operatori sia del mercato dell'arte che dell'Art Finance e della Finanza classica. Tra questi diverse gallerie italiane affidano costantemente le proprie opere a Gigart per renderle disponibili ai più selezionati collezionisti ed art – lovers di tutta Italia. I nostri servizi: vendita di opere uniche di artisti già affermati (...); Monitoraggio e analisi del mercato dell'arte con la finalità di collocare le migliori opere ai fini di**

⁸ [Cfr. All. A.13 al doc. 15 e, in particolare, i reclami 2010 dei Sigg.ri [omissis], i reclami 2011 dei Sigg.ri [omissis].]

⁹ [Cfr. All. A.13 al doc. 15 e, in particolare, i reclami 2010 dei Sigg.ri [omissis] e i reclami 2012 dei Sigg.ri [omissis].]

¹⁰ [Cfr. All. A.13 al doc. 15 e, in particolare, i reclami 2010 dei Sigg.ri [omissis], i reclami 2011 dei Sigg.ri [omissis], e quelli 2012 dei Sigg.ri [omissis].]

¹¹ [Cfr. All. A.13 al doc. 15 e, in particolare, i reclami 2010 dei Sigg.ri [omissis]; i reclami 2011 dei Sigg.ri [omissis].]

¹² [Cfr. all. A.4 al doc. 15. Il punto 4, relativo al diritto di recesso, prevede: "4.1 Il Cliente ha diritto di recedere dal Contratto mediante invio di una lettera raccomandata con avviso di ricevimento indirizzata a Gigart Art Finance (...) entro il decimo giorno lavorativo successivo alla data dell'Accettazione. Un eventuale preannuncio a mezzo fax, telex, posta elettronica o telegramma entro il predetto termine di 10 giorni avrà efficacia solo se seguito e confermato entro 48 ore dalla lettera raccomandata sopra descritta. 4.2 Decorso inutilmente tale termine, il Cliente potrà recedere unilateralmente dal Contratto pagando a Gigart il 30% del prezzo pattuito per la vendita a titolo di multa penitenziale. In tal caso gli eventuali pagamenti effettuati dal Cliente saranno direttamente imputati a/pagamento di tale multa penitenziale. 4.3 In entrambi i casi di cui ai punti 4.1 e 4.2, nell'ipotesi in cui il Prodotto sia stato già spedito al Cliente, il diritto di recesso sarà esercitabile solo a condizione che il bene sia restituito integro e non danneggiato e/o incompleto. Le eventuali spese di spedizione relative alla restituzione del Prodotto ed il rischio di danneggiamento dello stesso sono in capo al Cliente. Nell'ipotesi di decadenza dal diritto di recesso per le ragioni appena esposte, Gigart provvederà a re-inviare al Cliente il Prodotto acquistato ed eventualmente da questi restituito, addebitando al Cliente stesso le spese di spedizione e conservando il diritto all'integrale pagamento del prezzo pattuito nel Contratto".]

¹³ [Cfr., nei reclami 2011, la posizione della Sig.ra [omissis], anziana, che attraverso acquisti effettuati sulla base di promesse di incremento del valore economico il 30 marzo, 21 aprile, 25 maggio e 14 luglio 2011, ha pagato 41.250€, quella della Sig.ra [omissis], anziana con disabilità evidenti cui è stato fatto fare un bonifico senza rilasciare copia del contratto e [omissis].]

¹⁴ [Cfr. i reclami 2010 dei Sigg.ri [omissis], i reclami 2011 dei Sigg.ri [omissis] e i reclami 2012 dei Sigg.ri [omissis], peraltro in evidenti precarie condizioni di salute.]

¹⁵ [Cfr. quanto descritto nella memoria del 31 maggio 2012, § 10, e documentato agli all. A.15-A.21 a tale memoria.]

¹⁶ [Cfr. docc. 4-7.]

investimento (Art – Finance); (...); Consulenza a domicilio gratuita; (...) Servizi di Art-Advisory: assistenza all'acquisto (fase di investimento) e alla vendita (fase di disinvestimento) di opere d'arte attraverso il miglior canale disponibile (case d'asta, gallerie, altri collezionisti, etc.): commercio elettronico di opere d'arte. Si garantisce l'informazione a circa 100.000 collezionisti all'anno con una rete capillare di circa 40 consulenti artistici sul territorio nazionale" (sottolineature aggiunte)¹⁷.

26. La sezione "Consulenza" afferma "Il promotore artistico quale profondo conoscitore dell'arte, e grazie alle sue ottime competenze, è una figura necessaria per il privato che (...) intravede (...) molteplici possibilità di investimento (...). Il Promotore artistico è l'unica persona in grado, attraverso la sua innata attinenza con il mondo dell'Arte, di guidare il collezionista verso una visione artistica e finanziaria delle opere che daranno valore alla sua casa (...). Il Promotore artistico rappresenta per il collezionista l'unica figura in assoluto in grado di seguirlo e consigliarlo in una transazione monetaria di opere d'Arte grazie proprio alla sua profonda competenza nel mondo dell'Art Finance. (...). Uno dei nostri Promotori verrà a casa vostra in forma assolutamente gratuita (...). Contatta subito Gigart per richiedere un promotore d'Arte direttamente a casa tua" (sottolineatura aggiunta).

27. L'home page del sito www.gigartfinance.com indica "Scopri come investire nell'arte con la formula del "diritto di prestito" e guadagna il 3% di utile all'anno per i primi 5 anni. Chiamaci subito". Alla sezione "News" si legge: "INVESTI NELL'ARTE CON IL DIRITTO DI PRESTITO. HAI MAI PENSATO DI GUADAGNARE INVESTENDO NELL'ARTE? COS'E' GIGART

Il mondo delle imprese, della finanza e più in generale dell'economia, oggi, hanno scoperto l'Arte. Ormai tutti i giornali economici dedicano uno spazio crescente ad articoli e rubriche che si occupano del binomio arte ed economia. Arte come investimento sicuro, lento ma crescente e comunque svincolato dall'andamento delle borse. In questo segmento si pone GIGART, azienda leader nell'art finance, specializzata nell'offerta globale di servizi e prodotti. (...). Il team di esperti della società, di cui è presidente Danilo Gigante, fornisce servizi per ricerche storico-artistiche, compilazione di expertise, stime e verifiche di autenticità, analisi tecnico-scientifiche, redazione di condition report; un know-how unico nel mercato, frutto di un monitoraggio costante sia dal punto di vista artistico che da quello economico- finanziario, consente a Gigart di affiancare collezionisti ed appassionati in ogni fase della loro scelta. Gigart, insieme ai suoi partners organizza mostre nei musei. (...). Con questi progetti GIGART è riuscita a coinvolgere i collezionisti facendoli partecipare vivamente con la formula del "diritto di prestito" e quindi spalmando parte dell'utile dell'evento.

COS'E' IL DIRITTO DI PRESTITO

Il cliente deve, per 5 anni, tenere a disposizione l'opera per Gigart per eventuali mostre. La società per questo impegno riconosce un 3% netto sul valore dell'opera. Dopo 5 anni il cliente è libero di rivendere l'opera.

ALLORA NON ATTENDERE OLTRE, CHIAMACI" (sottolineature aggiunte).

28. Il 19 aprile 2012, è stata acquisita al fascicolo copia di una lettera di un consumatore pubblicata sull'indirizzo internet http://sostonline.aduc.it/lettera/gigart_225932.php.

iii) La risposta all'attribuzione dell'onere della prova

29. L'onere della prova attribuito nella comunicazione di avvio del procedimento verteva su tre profili. Riguardo al primo profilo, relativo alla *formazione/qualificazione professionale* dei Consulenti Artistici, Gigart ha prodotto copia delle qualifiche dei 50 collaboratori di cui si è avvalsa negli ultimi quattro anni: 25 di essi provenivano da attività di vendita, anche porta a porta, di prodotti diversi da quelli commercializzati dalla stessa Gigart, quali elettrodomestici, automobili, prodotti odontoiatrici o di benessere, vini etc. o da attività eterogenee, quali ad esempio chef, arredatore d'interni, calcio professionistico, ecc.; 20 operavano già nel settore della vendita porta a porta di opere d'arte o editoriali di pregio; 5 provenivano dal settore assicurativo¹⁸. Inoltre Gigart, dopo aver ricordato il codice deontologico distribuito ai Consulenti Artistici e l'attività di formazione/aggiornamento espletata, ha prodotto copia del documento "*Gigart Corso per consulente in opere d'arte JUNIOR*", contenente, in una cinquantina di pagine, gli elementi di base per riconoscere tecniche, materiali e fasi di realizzazione di un'opera d'arte¹⁹.

30. Rispetto al secondo profilo, relativo al *claim* che presenta l'acquisto di opere d'arte come un "*investimento sicuro, lento ma crescente*", Gigart ha svolto considerazioni generali sul significato da attribuire all'espressione in questione e non ha prodotto documentazione relativa alla rivalutazione delle opere vendute.

31. Rispetto, infine, al terzo profilo, relativo all'effettivo riconoscimento e ai criteri di calcolo del diritto di prestito, Gigart ha dichiarato di averlo introdotto solo dal mese di gennaio 2011 e che attraverso tale formula convenzionale riconosce al cliente un corrispettivo del 3% calcolato sul prezzo di acquisto dell'opera (al netto dell'IVA) a fronte della messa a disposizione da parte del cliente a favore di Gigart dell'opera medesima per eventuali mostre per un periodo di cinque anni. Il cliente è libero di rivendere l'opera in ogni momento, perdendo unicamente il diritto alla liquidazione del corrispettivo, mentre questo matura anche in caso di mancata richiesta dell'opera per l'esposizione da parte di Gigart.

32. Gigart ha prodotto l'elenco di circa 230 clienti che, nel periodo gennaio 2011 – aprile 2012 hanno usufruito del diritto di prestito, liquidato anticipatamente per l'intero o a cadenza annuale, nonché copia degli assegni circolari

¹⁷ [Cfr. docc. 4, 5 e 6.]

¹⁸ [Cfr. All. A.8 al doc. 15.]

¹⁹ [Cfr., rispettivamente, All. A.9 e B.1 al doc. 15.]

emessi nel mese di maggio 2012 a favore dei clienti del periodo gennaio – aprile 2011. Fra l'altro, l'elenco indica, per ciascun cliente, il costo d'acquisto dell'opera (al lordo IVA) e la somma liquidata/da liquidarsi a titolo di diritto di prestito (3% sul costo dell'opera al netto IVA)²⁰.

33. Gigart ha altresì allegato copia di alcune schede tecniche consegnate ai propri clienti in relazione alle opere da questi acquistate, nelle quali, dopo aver descritto l'opera e indicato il prezzo al pubblico (fra i 6.000 e i 12.000€), e in alcuni casi anche quello inferiore per i collezionisti Gigart, il diritto di prestito viene così presentato: *"L'opera è legata al progetto "Mostre". L'utente si impegna a metterla a disposizione della società Gigart Srl per la durata di anni 5, la quale per questo vincolo si impegna a riconoscere un utile pari al 3% dell'imponibile dell'opera, pari a € (125-375) all'anno a partire dalla data del contratto. Per un totale di 300-1875€ nei cinque anni. L'utile deriva dalle mostre che la società organizzerà. Chiaramente il cliente dopo 5 anni è libero da vincoli e può rivendere l'opera. Se dovesse rivenderla prima della scadenza, decade la percentuale di guadagno"*²¹.

iv) L'individuazione dei professionisti

34. Le pagine del sito www.gigartico.it acquisite d'ufficio il 21 gennaio 2011 recano nell'intestazione la denominazione "GIGART Art Finance – Investimenti in arte" ma il riferimento è alla società Gigart, con sede legale a Roma e sede operativa a Salerno²². Analoga situazione compare nelle acquisizioni successive, relative al periodo settembre-dicembre 2011 e al sito www.gigartfinance.com²³.

35. Sulla base delle visure camerali prodotte unitamente alla memoria pervenuta il 31 maggio 2012, risulta che Gigart, costituita in data 20 ottobre 2006, principalmente, per vendere al dettaglio, anche porta a porta, oggetti d'arte, è stata iscritta in data 25 ottobre 2010 nel Registro delle imprese di Salerno, in quanto la sede legale della società è stata trasferita allo stesso indirizzo delle altre società del Gruppo, ed è ancora attiva; Gigart Art Finance è stata costituita in data 31 maggio 2011, sempre per la vendita al dettaglio di oggetti d'arte, anche con il metodo porta a porta, mentre Gigart Finance, costituita nel 2008 per l'attività di mediazione creditizia, non ha mai operato ed è inattiva²⁴.

36. Inoltre, le società Gigart sopra indicate fanno parte, insieme anche a Gigart Real Estate S.r.l., del Gruppo Gigante, riconducibile al Sig. Gigante, che, a sua volta, controlla direttamente o indirettamente le predette società, di cui è anche l'amministratore unico.

37. I contratti prodotti dalle Parti, relativi al periodo gennaio 2011 – aprile 2012 in relazione a clienti ai quali il diritto di prestito è stato liquidato anticipatamente e per l'intero²⁵, evidenziano i seguenti elementi: a) Gigart Art Finance ha iniziato a raccogliere ordini almeno dal 29 marzo 2012²⁶; b) Gigart ha continuato a stipulare contratti anche nel mese di aprile 2012²⁷; c) ai contratti stipulati da Gigart Art Finance sono allegate le schede tecniche che recano i dati identificativi di Gigart²⁸; d) i Consulenti Artistici che hanno condotto le vendite per GAF sono gli stessi di Gigartico

38. Infine, molti degli assegni circolari prodotti in copia dalle Parti per provare l'effettivo pagamento del diritto di prestito risalgono al mese di maggio 2012 e provengono da Gigart²⁹.

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

39. Nella propria memoria del 31 maggio 2012, preliminarmente, le Parti hanno affermato che l'attività di vendita porta a porta sarebbe stata posta in essere da Gigart fino a marzo 2012, e successivamente, di fatto, da Gigart Art Finance. Nessun riferimento, invece, potrebbe essere fatto a Gigart Finance, perché inattiva, e al Sig. Gigante.

40. Riguardo alle modalità di vendita porta a porta, le Parti hanno evidenziato che le segnalazioni agli atti del procedimento si riferiscono a due soli episodi di insoddisfazione (fra l'altro infondata) in circa un anno e mezzo, ciò che non potrebbe delineare l'esistenza di pratiche commerciali.

41. In merito alle lamentele sulla mancata consegna dell'omaggio, i professionisti hanno affermato di prevedere occasionalmente la consegna di omaggi a clienti consolidati o a potenziali clienti, ma di non subordinarne la consegna all'acquisto di altre opere. Inoltre, le copie delle fatture di acquisto di tali omaggi proverebbero che l'eventuale mancata consegna degli stessi sarebbe da attribuire a circostanze eccezionali e non a una prassi commerciale.

²⁰ [Cfr. All. A.10, B.2 e B.3 al doc. 15. Gigart ha, inoltre, precisato che, con regolarità dal mese di marzo 2012 per tutti i clienti, liquida per l'intero e anticipatamente tale diritto. Tali clienti sono indicati nell'elenco sub All. A.10 con la dicitura "diritto pagato" o "diritto anticipato", mentre negli altri casi, in cui il diritto di prestito viene pagato annualmente, appare la dicitura "diritto da pagare".]

²¹ [Cfr. All. A.12 al doc. 15.]

²² [Cfr. doc. 4.]

²³ [Cfr. docc. 5 e 7.]

²⁴ [Cfr. All. A1-A3 al doc. 15.]

²⁵ [Cfr. All. B.3 al doc. 15.]

²⁶ [Cfr. contratto della Sig.ra [omissis].]

²⁷ [Cfr., ad esempio, i contratti dei Sigg.ri [omissis].]

²⁸ [Cfr. ad esempio, i contratti dei Sigg.ri [omissis].]

²⁹ [Cfr. gli elenchi di gennaio, marzo e aprile 2011, contenuti nell'All. B.2 al doc. 15.]

42. Quanto alla prima segnalazione pervenuta, Gigart ha evidenziato che, per espressa ammissione del segnalante, il consulente artistico si sarebbe qualificato correttamente e, pertanto, non poteva esserci confusione circa la natura dell'iniziativa; comunque, a causa del tempo trascorso e poiché detto Consulente Artistico non lavora più per Gigart, non sarebbe possibile ricostruire le ragioni della mancata consegna dell'omaggio. Inoltre, a fronte delle persistenti doglianze del segnalante, ancorché tardive, la società avrebbe raggiunto un accordo transattivo che avrebbe di fatto lasciato gratuitamente l'opera al consumatore per circa un anno e mezzo³⁰.

43. Sulla seconda segnalazione pervenuta, Gigart ha precisato di non aver avuto lamentele o comunicazioni di recesso da parte del segnalante; il contratto prevedeva di pagare la nuova opera del valore di 24.000 €, rendendo a Gigart un'altra opera in possesso del cliente, del valore di 7.000€. Tuttavia, mentre Gigart avrebbe consegnato al cliente la nuova opera, questi non avrebbe reso la propria. In ogni caso, Gigart, per venire incontro alle difficoltà economiche del cliente, gli avrebbe offerto di effettuare gratuitamente inserzioni (in realtà a pagamento) in un sito *internet* dedicato, per tentare di ricollocare l'opera.

44. Le Parti hanno poi sottolineato di utilizzare clausole relative all'esercizio del diritto di recesso più favorevoli al cliente, in quanto, in deroga all'articolo 1373, comma 1, c.c., esercitabile anche dopo l'inizio dell'esecuzione del rapporto.

45. Inoltre, le Parti hanno affermato di non aver ricevuto reclami in merito al riconoscimento/calcolo del "diritto di prestito". I professionisti hanno, altresì, prodotto il solo elenco delle richieste di recesso ricevute nel periodo 2010 – 2012³¹, indicando che la mancanza della lettera di comunicazione di recesso deriverebbe dal fatto di aver accettato richieste verbali del cliente, mentre quella delle risposte fornite e delle misure di conseguenza adottate deriverebbe dalla circostanza di non aver richiesto ricevute di pagamento ai clienti ai quali aveva restituito gli importi versati.

46. Infine, essi hanno sottolineato di non aver mai frapposto ostacoli all'esercizio del diritto di recesso dei clienti, accordandolo senza opporre eccezioni formali. In particolare, ciò sarebbe avvenuto in 19 casi nel 2010, in 9 casi nel 2011 e in 5 casi nel 2012, senza pretendere la multa penitenziale prevista dalle condizioni di contratto³².

47. Con riferimento alle istruzioni impartite alla propria rete di vendita e agli operatori telefonici, le Parti hanno sottolineato che, seppure non formulate nello stile dei c.d. *script*, esse sarebbero estremamente chiare nel delineare il comportamento che deve essere osservato dai propri addetti alle vendite; inoltre, organizzerebbero regolarmente e frequentemente riunioni settimanali e *meeting* operativi di formazione o aggiornamento della durata di più giorni.

48. Per quanto riguarda la frequenza media delle visite da parte degli addetti alle vendite, è stato sostenuto che i clienti consolidati sarebbero contattati 2 - 4 volte all'anno, mentre i potenziali clienti potrebbero essere contattati in media 1 - 3 volte all'anno. La durata delle visite a domicilio varierebbe in funzione delle esigenze e richieste del singolo cliente, ma non supererebbe i 30 minuti.

49. Le Parti hanno altresì dichiarato di effettuare un controllo sull'operato degli addetti alle vendite a campione, tramite contatto telefonico con i clienti volto a verificarne la soddisfazione anche sull'operato dei consulenti.

50. Rispetto alla possibilità di investire proficuamente in arte, pubblicizzata sui propri siti *internet*, le Parti hanno affermato che il *claim* "*investimento sicuro, lento ma crescente*" sarebbe servito a focalizzare l'attenzione del consumatore sulla circostanza che certamente l'acquisto di un'opera d'arte non comporta di per sé un immediato arricchimento, né un ritorno economico prevedibile, tanto meno nel tempo e, pertanto, diversamente da altre forme di investimento, sarebbe "lento".

51. Le Parti hanno indicato di intrattenere rapporti diretti prevalentemente con la società "Spirale Milano", primario ed eccellente "*Art dealer*" accreditato sul mercato nazionale ed internazionale, che gestisce un *network* di selezionati operatori di settore nell'ambito del quale acquisterebbe opere d'arte attraverso canali preferenziali qualificati (es. acquisizione diretta dagli artisti, rapporti diretti con Fondazioni e Musei e con più di 100 gallerie sul territorio nazionale ed estero) e le rivenderebbe a società selezionate nel settore (come Gigart). Inoltre, Gigart collaborerebbe con Spirale di Milano — attraverso l'Associazione Spirale d'Idee — anche nel settore dell'organizzazione e sponsorizzazione di eventi e mostre d'arte, con ciò adoperandosi in favore dei propri clienti al fine di poter agevolare la visibilità delle opere da questi, visibilità che di certo può contribuire a valorizzarle sul mercato.

52. Nella medesima memoria del 31 maggio 2012, i professionisti hanno dichiarato di aver eliminato dai propri siti *internet* e da tutto il materiale promozionale i *claim* "*investimento sicuro, lento ma crescente*" e "*...diverse gallerie italiane affidano costantemente le proprie opere a Gigart per renderle disponibili ai propri selezionati collezionisti ed art-lovers di tutta Italia*".

IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAI PROFESSIONISTI

53. In data 31 maggio 2012, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, i professionisti hanno presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione.

³⁰ [Cfr. le copie del bonifico in favore della finanziaria e del segnalante, rispettivamente sub All. A. 23 e A. 24 al doc. 15.]

³¹ [Cfr. All. A.13 al doc. 15.]

³² [Gigart cita i casi dei Sigg.ri [omissis] (2010), dei Sigg.ri: [omissis] (2011) e dei Sigg.ri [omissis] (2012).]

54. In primo luogo, i professionisti si sono impegnati a non reintrodurre i *claim* censurati ed eliminati cautelativamente dai propri siti e materiale promozionale. Inoltre, al fine di rendere ancora più agevole la possibilità di recedere dal contratto, le Parti si sono impegnate a:

i) dare ulteriore evidenza al diritto di recesso nelle condizioni generali di contratto, utilizzando caratteri di scrittura superiori rispetto a quelli degli altri elementi indicati nelle condizioni generali e comunque adottando modalità grafiche che attirino l'attenzione del consumatore in ordine al diritto di recesso;

ii) specificare che l'esercizio del diritto di recesso legale entro i dieci giorni non comporta alcuna penalità e non richiede alcuno specifico motivo;

iii) chiarire e dare maggiore evidenza al fatto che, ricevendo la comunicazione di recesso da parte del cliente nel termine di legge, questo è sciolto dall'obbligazione di effettuare il pagamento del prezzo, fatta salva la restituzione dell'opera in caso di avvenuta consegna.

55. Quanto al diritto di prestito, i professionisti si impegnano a non applicare nel futuro tale formula e a chiarire ai consumatori che dovessero aver ricevuto materiale informativo al riguardo che questa iniziativa non avrà più seguito.

56. Inoltre, le Parti si impegnano a predisporre, in aggiunta al codice deontologico già esistente, istruzioni scritte (*script*) per gli addetti alle vendite che includano in particolare dettagliate prescrizioni da seguire nelle visite a domicilio, specificando con frasi esemplificative i principi e le regole del (già esistente) codice deontologico in chiave operativa.

57. Inoltre, si impegnano a: farsi rilasciare ricevute per la consegna dell'omaggio (ove prevista) al fine di controllare l'operato degli addetti alle vendite e tenere traccia dei casi in cui l'omaggio non possa essere consegnato per motivi eccezionali e procedere alla consegna in un secondo momento; predisporre istruzioni scritte da impartire agli operatori telefonici che contattano i clienti per prendere appuntamenti, che includano in particolare specifiche prescrizioni da seguire nel caso in cui sia prevista la consegna di omaggi (es. frasi-tipo, o *script*, che rendano chiaro al consumatore l'intento commerciale dell'appuntamento, specificando che esso comunque è legato alla presentazione delle opere d'arte vendute da Gigart; migliorare il sistema di monitoraggio sulla soddisfazione dei clienti e sull'operato degli addetti alle vendite e degli operatori telefonici, prevedendo obbligatoriamente verifiche periodiche (es. mensili) e a campione, per controllare in particolare che le istruzioni impartite siano puntualmente osservate; predisporre procedure standard di risposta per iscritto alle dichiarazioni di recesso per trattenere evidenza della relativa corrispondenza, nonché di istruttoria per l'esame di reclami anche ove i reclami siano contenuti all'interno di lettere di recesso; introdurre un idoneo sistema sanzionatorio nei confronti di addetti alle vendite ed operatori telefonici in caso di fondati reclami da parte dei clienti e/o nel caso in cui venga accertata, anche all'esito delle procedure di monitoraggio anzidette, una violazione delle istruzioni del codice deontologico.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

58. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso siti *internet*, in data 2 novembre 2012, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

59. Con parere pervenuto in data 27 novembre 2012, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame, limitatamente alla condotta del professionista relativa ai messaggi diffusi tramite *internet*, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 23, lettera f), del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- il professionista non risulta aver adempiuto all'onere probatorio come imposto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato;

- in particolare, appare esagerata l'esaltazione di competenza e la vantata qualificazione di esperienza relativamente ai "promotori artistici" di cui il professionista si avvale, oltre a non risultare dimostrata la -per altro verso, il professionista prospetta in maniera inesatta e/o incompleta le modalità di calcolo dell'importo riconosciuto nell'ambito del c.d. "diritto di prestito", non precisando la base di calcolo della percentuale riconosciuta, né il momento in cui tale percentuale deve essere calcolata.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

i. Questioni preliminari

60. In via preliminare, occorre rilevare che destinatarie del presente provvedimento sono unicamente le società Gigart e Gigart Art Finance, in quanto, all'esito dell'istruttoria, è emerso che unicamente tali società sono attive nello specifico settore interessato dal procedimento (ovvero la promozione e vendita di opere d'arte anche mediante visite a domicilio) e che il Sig. Gigante non risulta aver compiuto attività diverse da quelle normalmente connesse alla sua qualità di amministratore unico di tali società e di persona fisica a capo dell'omonimo Gruppo di cui esse fanno parte.

61. Secondo le Parti, Gigart avrebbe operato fino a marzo 2012, quando, di fatto, avrebbe iniziato ad operare Gigart Art Finance. Tuttavia, tali allegazioni non trovano riscontro nelle risultanze descritte ai §§ 24-25 del provvedimento, dalle quali risulta che: Gigart non è né cessata né in liquidazione, ha concluso contratti anche nel mese di aprile 2012 e sono a lei riferite le schede tecniche allegate ai contratti conclusi da GAF, nonché numerosi pagamenti effettuati nel mese di maggio 2012 per liquidare il diritto di prestito a numerosi clienti; i Consulenti Artistici sono gli stessi per

entrambe le società. Gigart, pertanto, continua a intervenire nell'attività di promozione e vendita di opere d'arte del Gruppo Gigante.

62. Per comodità espositiva, nel prosieguo, a meno che non sia necessario distinguere fra le due società per condotte o situazioni specifiche, il termine Gigart comprenderà anche GAF.

63. Infine, occorre considerare che le condotte contestate nella comunicazione di avvio appaiono costituire un'unica e complessa pratica commerciale, in quanto articolazioni di una medesima strategia di promozione e vendita di opere d'arte, come dimostrano, fra l'altro, i contratti (sottoscritti a domicilio) prodotti in relazione al diritto di prestito pagato anticipatamente e per l'intero³³.

ii. Valutazioni di merito

64. Nel merito, appaiono confermate le contestazioni formulate nella comunicazione di avvio del procedimento sia con riguardo alle modalità, ingannevoli e aggressive, di vendita a domicilio dei prodotti Gigart, sia relativamente alla diffusione sui siti www.gigartcoloit.it e www.gigartfinance.com di messaggi ingannevoli, in quanto omissivi e non veritieri.

65. Riguardo all'ingannevolezza delle informazioni fornite in sede di vendita circa la natura dell'iniziativa, le reali caratteristiche dell'offerta e i risultati conseguibili "investendo" in arte, giova ricordare quanto evidenziato nei numerosi reclami agli atti nei quali si lamentano false promesse, durante la presentazione, sui possibili sicuri investimenti realizzabili con l'acquisto di opere d'arte, il rilascio di certificazioni riconosciute³⁴ o, ancora, la mancata consegna dell'omaggio prospettato al momento dell'"aggancio" dei consumatori al fine di indurli ad accettare la visita, in realtà, finalizzata alla vendita di un altro bene (§ 31).

66. Ampiamente superabili appaiono, pertanto, le argomentazioni difensive circa l'occasionale ed eccezionale mancata consegna degli omaggi, in quanto tale contestazione non mette in discussione la facoltà del professionista di scegliere tempi, contenuto e destinatario di un omaggio, ma il fatto che, ove promesso o addirittura presentato come il motivo della visita del Consulente Artistico al domicilio del cliente, sia effettivamente consegnato e costituisca l'unico motivo della visita stessa. Ciò discende dal generale e consolidato dovere di correttezza e completezza delle comunicazioni pubblicitarie fin dal primo contatto con il cliente³⁵.

67. Va inoltre rigettato l'argomento di Gigart, secondo cui due sole segnalazioni in cui si lamenta, tra gli altri, anche tale profilo escluderebbero l'esistenza di una pratica commerciale generalizzata. In primo luogo, poiché i fatti segnalati hanno trovato riscontro nella stessa documentazione prodotta dalle Parti, si ritiene che *"essi siano suscettibili di ripetersi nel tempo, in quanto espressione di una determinata organizzazione ovvero di una strategia di impresa"*³⁶ e che quindi costituiscano una pratica commerciale ai sensi dell'articolo 18, lettera d), del Codice del Consumo. In ogni caso, è sufficiente ricordare che, secondo un orientamento consolidato del giudice amministrativo, per l'accertamento della scorrettezza non è necessario dimostrare che una pratica commerciale abbia avuto una concreta attuazione pregiudizievole per le ragioni dei consumatori essendo sufficiente la potenziale lesività che consente di ascriverla nel quadro dell'illecito di mero pericolo³⁷.

68. Nello specifico delle due segnalazioni, poi, gli elementi a difesa invocati da Gigart non appaiono dirimenti, sia perché incentrati sulla mera impossibilità contingente di ricostruire l'accaduto, sia perché l'eventuale accordo successivamente raggiunto con il cliente non esclude, ma anzi conferma quantomeno la ragionevolezza delle lamentele sollevate.

69. Rispetto al ricorso a modalità di vendita aggressive, l'istruttoria ha evidenziato che, contrariamente a quanto sostenuto da Gigart, le visite a domicilio non durano al massimo 30 minuti, ma si protraggono oltremodo, anche perché, in alcuni casi, il Consulente Artistico ha sistematicamente ignorato l'invito dei consumatori ad uscire dal proprio domicilio. Inoltre, le presentazioni domiciliari sono state percepite come uno *"strazio"* dai consumatori, i quali hanno lamentato una vera e propria pressione psicologica tale da indurli a sottoscrivere contratti di acquisto di ammontare molto elevato, con riserva di recesso, pur di riuscire ad allontanare il Consulente Artistico³⁸.

³³ [Cfr. All. B.3 al doc. 15.]

³⁴ [Cfr. i reclami indicati, a titolo di esempio, al § 31.]

³⁵ [Cfr. ex multis, Tar Lazio, Sez. I, 21 luglio 2010, n. 27458 e sent. 9 marzo 2012, 2387/2012 – FMR – Vendite a domicilio libri di pregio, nella quale il giudice di prime cure ha definito "granitica" la giurisprudenza sul punto, "in quanto una volta determinato il c.d. "aggancio" del consumatore, il solo fatto che il medesimo sia indotto ad altri contatti con il professionista aumenta le possibilità che il consumatore possa poi effettivamente decidere di fruire delle sue prestazioni, per cui l'intento promozionale può dirsi di per sé raggiunto, una volta che l'aggancio abbia avuto l'esito sperato".]

³⁶ [TAR del Lazio, sez. I, sentenza n. 33668 del 19 novembre 2010, Passante di Mestre.]

³⁷ [Cfr. le sentenze del TAR Lazio, 19 maggio 2010, n. 12277, Accord Italia - Carta Auchan, n. 3287 del 3 marzo 2010 - Studio Erredue - Assistenza Infortunistica Stradale, n. 1947 dell'11 febbraio 2010 - Argo Promozioni Immobiliari, n. 2828 del 23 febbraio 2010 - Fotovoltaico - Multiutility.It, n. 4931 del 29 marzo 2010 - Wind Absolute Tariffa, n. 36114 del 13 dicembre 2010 - Corso Wall Street, n. 35333 del 3 dicembre 2010 - It.Leo.Net - Suonerie e Loghi.]

³⁸ [Cfr. gli altri reclami descritti al § 31.]

70. Analogamente, la frequenza delle visite accertata è stata, in alcuni casi, maggiore di quella indicata dai Professionisti, come si evince anche dalla tab. riportata al § 19 che mostra chiaramente che molti consumatori, spesso anziani, hanno sottoscritto più contratti nell'arco di pochi mesi e non di un anno³⁹.

71. A questo riguardo, anche i reclami/recessi prodotti dalle Parti evidenziano che la maggioranza dei clienti è costituita da soggetti che per età, status sociale e salute potrebbero avere meccanismi di difesa e di vigilanza particolarmente aggirabili, rispetto ai quali le modalità di promozione e vendita seguite dai Professionisti (vendita a domicilio) possono più facilmente raggiungere l'obiettivo di vendita prefigurato⁴⁰.

72. Non è un caso che gli Orientamenti della Commissione per l'applicazione della Direttiva sulle pratiche commerciali sleali, al punto 2.3.2, qualificano espressamente come aggressivi i metodi di vendita porta a porta nei confronti di consumatori anziani, più esposti "all'esercizio di indebite pressioni".

73. In questo quadro, si ritiene applicabile la giurisprudenza che ravvisa un indebito condizionamento in tutti i casi in cui la pratica commerciale può indurre il consumatore a stipulare il contratto "pur in presenza di un giudizio negativo sulla sua convenienza"⁴¹.

74. Più in generale, quanto sopra evidenzia l'inadeguatezza del Codice deontologico ad assicurare, di per sé solo, il rispetto delle regole di correttezza e trasparenza nell'attività commerciale da parte dei Consulenti Artistici, nella misura in cui le violazioni lamentate (anche e spesso nelle comunicazioni di recesso) non siano seguite da misure effettive e credibili di controllo e sanzione sull'operato dei collaboratori stessi da parte del professionista: non soltanto, l'articolo 24 del "Codice" individua come meramente eventuale l'applicazione concreta delle sanzioni individuate ("potranno essere attuate le seguenti misure"), ma ne subordina (l'eventuale) applicazione al sorgere di problemi del rapporto con il cliente, di modo che il reclamo "recuperato" dal professionista consente di mantenere lo stesso *modus operandi* della rete di vendita; l'articolo 25 non risulta essere stato applicato da Gigart, pur a fronte delle sopra descritte violazioni.

75. Gigart ha poi sottolineato che le condizioni di recesso applicate e descritte nel § 4 del modello di contratto prodotto⁴² sarebbero più favorevoli per il consumatore e di aver dato comunque corso alle richieste di recesso, senza in linea di massima opporre eccezioni formali pur invocabili.

76. In realtà, risulta che, anche a fronte del recesso esercitato l'11° giorno dalla conclusione del contratto, Gigart avrebbe opposto la tardività dello stesso e confermato il contratto, senza fare applicazione della possibilità di pagare soltanto il 30% del dovuto a titolo di penale (§ 32), e che alcuni consumatori, anche anziani, hanno dovuto inviare più raccomandate o fare più telefonate o addirittura vedersi protestati gli assegni emessi in sede di stipula o dover ricorrere alle vie legali, compresa la proposizione di denuncia-querela, prima di veder risolto il contratto⁴³.

77. Al riguardo, esigere che il consumatore, per effetto del contatto stabilito dal professionista, debba attivarsi ripetutamente, sostenendo anche ulteriori e significativi oneri, per liberarsi da un contratto rispetto al quale era prevista, come riconosciuto nella memoria del 31 maggio 2012, la possibilità di risoluzione anche ad esecuzione iniziata previo pagamento di una penale, equivale a impedire l'esercizio di diritti contrattuali e, in definitiva, a esercitare una forma di coercizione della volontà del consumatore quanto al fatto di restare vincolato a un rapporto giuridico non voluto.

78. Quanto al secondo profilo, relativo all'ingannevolezza delle informazioni diffuse nei siti *www.gigartico.it* e *www.gigartfinance.com*, i *claim* relativi all'esperienza professionale dei Consulenti Artistici e della società, nonché alla possibilità di realizzare un "investimento sicuro, lento ma crescente" e all'effettivo riconoscimento e alle modalità di calcolo del diritto di prestito, sono stati oggetto dell'onere della prova attribuito contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento.

79. In proposito, in risposta alla decantata esperienza professionale dei Consulenti Artistici e della società, la documentazione prodotta evidenzia che almeno la metà dei consulenti impiegati nell'ultimo triennio da Gigart proveniva da settori di attività del tutto eterogenei rispetto a quello interessato dal procedimento (vendita di elettrodomestici, prodotti *wellness*, alimentari o arredatore d'interni, *chef* ecc., cfr. § 34). A fronte di tale circostanza, il "Corso per consulente in opere d'arte Junior" consiste necessariamente in una sorta di compendio di elementi base dell'arte e non contiene elementi di finanza.

80. Pertanto, i vanti di profonda esperienza/competenza del Promotore artistico nel mondo dell'Art Finance, contenuti nei siti *internet* sopra descritti (§11-13), non risultano provati.

81. Quanto alla possibilità di realizzare un "investimento sicuro, lento ma crescente" acquistando le proprie opere, Gigart si è limitata a svolgere considerazioni generali sul significato attribuibile ai termini impiegati, ma non ha provato, attraverso studi, "articoli e rubriche che si occupano del binomio arte-economia" l'effettivo incremento di valore delle opere vendute e il "monitoraggio costante" anche dal punto di vista economico-finanziario offerto alla clientela. Anzi, avendo affermato che un'opera può incrementare il proprio valore attraverso successive esposizioni, ecc., ha di fatto riconosciuto che tale risultato è tutt'altro che "sicuro".

³⁹ [Cfr. le date di alcune posizioni contrattuali riportate nella Tabella e al § 32.]

⁴⁰ [Cfr. §§ 30-31.]

⁴¹ [Cfr. sentenza CdS n. 3763/11, PS2760 Accord.]

⁴² [Cfr. All. A.9 al doc. 15.]

⁴³ [Cfr. i reclami descritti al § 32.]

82. Pertanto, diffondere, in un contesto di profonda crisi economica, messaggi volti ad accreditare l'idea di poter realizzare investimenti sicuri, anche a lungo termine, appare scorretta, ove non supportata – come nel caso di specie – da concreti elementi probatori.

83. Infine, con riferimento al diritto di prestito, le evidenze fornite da Gigart consentono di affermare che se, da un lato, tale formula di remunerazione convenzionale è stata effettivamente riconosciuta, dall'altro, i messaggi non indicano in maniera chiara e completa i valori di riferimento da prendere in considerazione per consentire al consumatore di calcolare l'entità effettiva del compenso maturato e verificarne la corretta liquidazione da parte del professionista.

84. Le schede prodotte da Gigart indicano che il diritto di prestito corrisponde al *"3% sul prezzo al netto IVA"*⁴⁴, mentre i messaggi diffusi da Gigart parlano di *"3% di utile all'anno"* – difficile da quantificare – e di *"3% dell'imponibile"* nelle schede tecniche o di *"3% netto sul valore dell'opera"*, che, invece è calcolato al lordo IVA. In un caso, quindi, le informazioni sono incomplete, mancando elementi di riferimento da porre a base del calcolo della percentuale pubblicizzata e, nell'altro, sono inesatte, in quanto superiori a quelle effettivamente pagate.

85. In definitiva, non risulta essere stato assolto, da parte di Gigart e GAF, l'onere della prova sui punti individuati in seno alla comunicazione di avvio del procedimento, in relazione ai messaggi pubblicitari diffusi sui siti www.gigartcoloit e www.gigartfinance.com, con riguardo ai vantaggi di esperienza della rete di vendita, ai risultati economici ottenibili acquistando opere d'arte e al calcolo del diritto di prestito.

iii. La valutazione degli impegni proposti

86. Gli impegni proposti dal professionista nel corso del procedimento non possono essere accolti in quanto relativi a condotte *"manifestamente scorrette e gravi"*, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non può trovare applicazione. Tali condotte, infatti, appaiono caratterizzate da un elevato grado di offensività in quanto realizzate attraverso metodi invasivi, quali lunghe visite a domicilio, destinate spesso a consumatori anziani o in evidenti precarie condizioni di salute, idonee ad indurre i consumatori ad effettuare acquisti non voluti per diverse migliaia di euro, ostacolandone in non pochi casi l'esercizio dei diritti contrattuali. In ogni caso, le misure proposte sarebbero comunque inidonee a porre fine all'infrazione, in quanto l'obbligo di non diffondere ulteriormente *claim* ingannevoli od omissivi deriverebbe già dalla diffida del presente provvedimento e la mancanza, ad oggi, di istruzioni precise per la vendita e i contatti telefonici, di sistemi di controllo sull'operato dei collaboratori, di evidenze scritte su pagamenti e prodotti consegnati, che i professionisti si sarebbero impegnati a introdurre, denotano semplicemente l'esistenza di un difetto di organizzazione strutturale, cui dovrebbero comunque porre rimedio, in virtù dei canoni di diligenza normalmente esigibile nel settore. Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione.

iv. Conclusioni

87. In base al complesso degli elementi sopra descritti, la condotta posta in essere dai Professionisti risulta integrare una fattispecie di pratica commerciale scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni non veritiere e/o incomplete, a indurre il consumatore medio a concludere al proprio domicilio contratti per l'acquisto di opere d'arte, nonché suscettibile, mediante modalità aggressive di vendita, idonee a far sottoscrivere contratti in maniera non pienamente consapevole e informata alla clientela – spesso anziana –, di condizionare indebitamente la libertà di scelta dei consumatori.

88. Il comportamento di Gigart deve, inoltre, ritenersi contrario al grado di diligenza ragionevolmente esigibile nel caso di specie. Infatti, attesa la peculiarità dei beni venduti, la prospettata possibilità di realizzare sicuri e proficui investimenti acquistando opere d'arte (che risulta assai convincente soprattutto per clienti molto anziani), nonché la consapevolezza circa la natura e la dimensione delle lamentele (testimoniata dai reclami/recorsi agli atti), Gigart e GAF avrebbero dovuto assumere tempestivamente misure e iniziative efficaci e adeguate per assicurare l'acquisizione di un consenso pienamente consapevole da parte dei consumatori. Diversamente, la mancanza di *script* per gli operatori telefonici e gli addetti alle vendite a domicilio, l'assenza di controlli e sanzioni efficaci e certi sull'operato della rete di vendita, l'assenza di procedure di trattazione e monitoraggio dei reclami, cui i Professionisti intendevano porre rimedio attraverso gli impegni proposti, denotano un grave *deficit* di organizzazione strutturale, idoneo a facilitare la diffusione della pratica.

89. Alla luce di tutto quanto sopra evidenziato e del mancato assolvimento, ex articolo 27, comma 5, del Codice del Consumo, dell'onere della prova sui punti specifici individuati nella comunicazione di avvio, si ritiene che la pratica in esame integri una violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 23, lettera f), 24, 25 e 26, lettere b), f) e h), del Codice del Consumo.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

⁴⁴ [Cfr. All. B.2 al doc. 15.]

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.

91. 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.

92. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica dei professionisti, appartenenti al Gruppo Gigante e del fatto che Gigart è la società di riferimento del gruppo e del settore, della diffusione e penetrazione della pratica, realizzata con modalità (messaggi *internet* e visite a domicilio) invasive e suscettibili di raggiungere un gran numero di consumatori, anche anziani, nonché della molteplicità dei profili riscontrati e della consistenza degli esborsi richiesti ai consumatori.

93. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere da Gigart quantomeno dal 2010 a maggio 2012 e da Gigart Art Finance – costituita nel 2011 – almeno da marzo a maggio 2012.

94. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Gigart nella misura di 80.000 € (ottantamila euro) e di quella applicabile a Gigart Art Finance nella misura di 20.000 € (ventimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 23, lettera f), 24, 25 e 26, lettere b), f) e h), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni non veritiere e/o incomplete volte a indurre la conclusione presso il domicilio dei consumatori di contratti per l'acquisto di opere d'arte, nonché mediante modalità aggressive di vendita per far sottoscrivere contratti alla clientela in maniera non pienamente consapevole e informata, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Gigart S.r.l. e Gigart Art Finance S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), e 23, lettera f), 24, 25 e 26, lettere b), f) e h), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Gigart S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000 € (ottantamila euro) e alla società Gigart Art Finance S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 € (ventimila euro);

c) che i professionisti comunichino 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).

Le sanzioni amministrative di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di sessanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al decreto legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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 verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza al provvedimento l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'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