

PS8326 - RISERVA CASTELLINI-STAPPA E VINCI

Provvedimento n. 24169

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 16 gennaio 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO 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;

VISTO il proprio provvedimento del 18 luglio 2012, con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 20 novembre 2012, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di 30 giorni del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. GESCAL S.r.l. (di seguito, anche Gescal), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, con sede legale in Porto Viro (RO) è attiva, tra l'altro, nel settore turistico alberghiero e gestisce punti vendita, anche aperti al pubblico, per la somministrazione di alimenti e bevande, compresi alcolici e superalcolici¹.

2. MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO (di seguito, anche MSE), in qualità di segnalante.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne le modalità di pubblicizzazione del concorso a premi denominato "*Stappa & Vinci*" promosso da Gescal, al fine di incentivare l'acquisto di prodotti vinicoli, attraverso il portale web www.riservacastellini.it (di seguito anche il *Sito*), nonché tramite la diffusione di *dépliant* pubblicitari su diverse riviste a cadenza sia mensile che settimanale (Quattroruote, Motosprint, Oggi, ecc.).

4. In particolare, sulla base delle richieste di intervento pervenute, nel periodo maggio - giugno 2012², da parte di numerosi consumatori, delle informazioni fornite da parte del MSE, nonché di ulteriore documentazione acquisita ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo³, è emerso che le informazioni relative alla suddetta attività promozionale, riportate negli opuscoli pubblicitari e nello stesso regolamento pubblicato nel *Sito*, potevano risultare ambigue ed incomplete avuto riguardo alle modalità di partecipazione al concorso; inoltre, una molteplicità di consumatori sarebbe stata indotta in errore con riferimento all'effettiva attribuzione dei premi promessi ed invogliata ad utilizzare un servizio ulteriore e a pagamento, consistente nel chiamare un numero telefonico a tariffazione maggiorata (899...), proprio per effettuare la scelta del premio appartenente alla categoria per la quale il consumatore sarebbe già risultato vincitore⁴.

¹ [La società, secondo l'ultimo bilancio disponibile (31/12/2010), non presenta ricavi di alcuna rilevanza Dati Cerved.]

² [Cfr. documenti nn. 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 17, 21 e 22 di cui all'indice del fascicolo.]

³ [Oltre alle segnalazioni, con verbale del 18 giugno 2012 sono state acquisite agli atti del fascicolo PS/8326 complessive n. 36 pagine web, di cui n. 6 pagine tratte dal sito internet www.riservacastellini.it e rilevate nel periodo 12 - 18 giugno 2012. Alla stessa data è stato acquisito su supporto CD-R un file audio, registrato in data 15 giugno 2012, relativo alle informazioni fornite dalla segreteria telefonica istituita nell'ambito del concorso Stappa & Vinci attivata componendo il numero telefonico 0299339933. Cfr. documento non. 15 di cui all'indice del fascicolo.]

⁴ [Il concorso, infatti, prevedeva: i) PREMI DI CATEGORIA "ORO" (tra i quali, ad es., N. 1 APPLE MacBook Pro 13"); ii) PREMI DI CATEGORIA "ARGENTO" (tra i quali, ad es., N. 500 Iphone 4S 16 GB); iii) PREMI DI CATEGORIA "BRONZO" ; iv) PREMIO AD ESTRAZIONE (N. 1 Cantinetta Frigo per 116 Bottiglie di vino h. 1.40).]

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 26 giugno 2012 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8326 nei confronti del professionista Gescal S.r.l. per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, comma 2, 23, lettera u), 24 e 26, lettera h), del Codice del Consumo⁵.

6. In data 28 giugno 2012, il MSE ha trasmesso il proprio decreto n. 140280, emanato il 19 giugno 2012, con il quale ha reso noto di aver disposto la cessazione della manifestazione a premi denominata *Stappa & Vinci*.

7. Considerando gli elementi acquisiti al momento della comunicazione di avvio del procedimento sono stati, altresì, ritenuti sussistenti i presupposti per la sospensione provvisoria della pratica commerciale, successivamente disposta dall'Autorità con il provvedimento n. 23748, adottato in data 18 luglio 2012.

8. Con il citato provvedimento n. 23748, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, ha deliberato che la società Gescal S.r.l.: **a)** sospendesse ogni attività diretta alla promozione, esecuzione o svolgimento della manifestazione relativa al concorso a premi "*Stappa & Vinci*"; **b)** comunicasse all'Autorità l'avvenuta esecuzione del provvedimento di sospensione e le relative modalità, inviando una relazione dettagliata al fine di illustrare le misure adottate.

9. In data 23 luglio 2012, sono state richieste informazioni sia alle case editrici ospitanti gli opuscoli pubblicitari del concorso *Stappa & Vinci*, sia alla società risultante assegnataria dell'arco di numerazione in cui era ricompreso il numero telefonico a tariffazione maggiorata oggetto del procedimento.

10. In data 28 agosto 2012, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

11. In data 1° ottobre 2012 è stato richiesto, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo, il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, successivamente pervenuto in data 6 novembre 2012.

12. In data 20 novembre è stata disposta la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento.

2) Le evidenze acquisite

A) I messaggi pubblicitari

13. Nei mesi di maggio e giugno 2012, su diverse riviste a cadenza sia mensile che settimanale (Quattroruote, Motosprint, Oggi, ecc.)⁶, il professionista ha diffuso un *dépliant* pubblicitario (cfr. successiva immagine n. 1) relativo al concorso a premi denominato "*Stappa & Vinci*" - il cui periodo di svolgimento è stato inizialmente previsto dal 23 aprile al 15 settembre 2012 - sul quale era presente una patina dorata raschiando la quale era possibile rinvenire la scritta "*COMPLIMENTI HAI VINTO*", seguita da un codice numerico di sette cifre, oppure "*SPIACENTE NON HAI VINTO*".

Immagine n. 1

⁵ [In tale sede veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza delle informazioni riportate negli opuscoli pubblicitari e nello stesso regolamento pubblicato nel sito internet www.riservacastellini.it avuto riguardo alle modalità di partecipazione al concorso *Stappa & Vinci*. Nello specifico, una molteplicità di consumatori sarebbe stata indotta in errore circa la possibilità di vincere un premio di rilevante valore e richiamo, nonché invogliata ad utilizzare un servizio ulteriore e a pagamento consistente nel chiamare un numero telefonico a tariffazione maggiorata (899191920) per effettuare la scelta del premio appartenente alla categoria per la quale era risultato vincitore. Cfr. documento n. 23 di cui all'indice del fascicolo.]

La comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS8326 è stata pubblicata sul Bollettino Ufficiale dell'Autorità n. 25 del 09 luglio 2012.]

⁶ [Al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione circa la sussistenza della pratica commerciale scorretta oggetto del procedimento, è stato richiesto a n. 4 società editrici di fornire copia del contratto intercorso con Gescal s.r.l. e/o di qualsiasi ulteriore documentazione dalla quale si potesse evincere la tipologia ed il numero delle riviste che hanno ospitato gli opuscoli pubblicitari relativi al citato concorso "*Stappa & Vinci*", il numero complessivo dei *dépliant* veicolati al pubblico, nonché il loro periodo di diffusione con riferimento ad ognuna delle riviste editte dalle società stesse. Dalla documentazione disponibile in atti è risultato che le riviste che hanno ospitato i pieghevoli pubblicitari sopra descritti, nel periodo maggio – giugno 2012, sono state: Oggi, Visto e Novella 2000, editte da RCS MediaGroup S.p.A.; Autosprint, Motosprint, Automese e Guerin Sportivo, editte da Conti Editore S.p.A.; Quattroruote, edita da Editoriale Domus S.p.A.; In Sella, edita da Casa editrice Unibeta srl. Da ulteriore documentazione acquisita al fascicolo risulta, altresì, che anche le case editrici Universo S.r.l. e Unimedia hanno veicolato l'iniziativa promozionale oggetto del presente procedimento. Cfr. documenti nn. 5, 16, 18, 19 e 40 di cui all'indice del fascicolo.]



14. In caso di vincita, nello stesso *dépliant* veniva indicato un numero a tariffazione urbana (02/99339933) da comporre per conoscere il premio corrispondente al codice numerico e fornire i dati richiesti per la consegna del premio a domicilio direttamente a cura del professionista, oppure inviare il *coupon* integro e debitamente compilato ad un indirizzo specificato (vedi successiva immagine n. 2); solo chiamando tale numero, attraverso un messaggio registrato⁷ il consumatore veniva invece informato della necessità di chiamare un numero a tariffazione maggiorata (899191920) per la scelta del premio⁸.

Immagine n. 2

⁷ [Il testo del messaggio registrato che era possibile ascoltare, nel periodo di vigenza del concorso, era il seguente: "Benvenuto nel concorso a premi Stappa & Vinci! Digita dopo il bip il codice di sette cifre riportato sotto la scritta Hai Vinto! – [Dopo aver digitato il codice di 7 cifre] - Complimenti! Ti informiamo che hai vinto un premio di categoria argento! Ora, solo se vuoi scegliere il premio che desideri della tua categoria tra Iphone4s, Affettatrice elettrica e Nintendo wii fit plus pack, chiama da rete fissa se abilitato o da rete mobile da qualsiasi operatore telefonico il numero 899191920. Ripetiamo 899191920. Ti verrà rilasciato il tuo codice personale relativo al premio scelto e ti verranno chiesti i dati per la spedizione del premio direttamente all'indirizzo che indicherai. Se invece non vuoi scegliere il premio, ne riceverai uno a nostra scelta tra quelli appartenenti alla tua categoria spedendo il coupon debitamente compilato all'indirizzo indicato. Grazie per aver chiamato e complimenti per la vincita! Se vuoi risentire il numero telefonico da chiamare per la scelta del premio, premi 1 – Se vuoi conoscere i costi della chiamata al numero 899191920 premi 2. I costi della chiamata sono (....)" - Detto numero aveva un costo di euro 0,6 per scatto alla risposta e di euro 1,82 al minuto IVA inclusa se si chiama da rete fissa; euro 0,18 scatto alla risposta ed euro 2,42 al minuto IVA inclusa se si chiama da Tim; euro 0,16 scatto alla risposta e euro 1,87 al minuto IVA inclusa se si chiama da Vodafone e H3G; euro 0,15 scatto alla risposta e 1,88 IVA inclusa se si chiama da Wind. La durata massima della telefonata è inferiore a 4 minuti e mezzo.]

⁸ [Una registrazione del messaggio, effettuata in data 15 giugno 2012, è stata acquisita agli atti del presente procedimento. Cfr. documento n. 15 di cui all'indice del fascicolo. Alcune segnalazioni, inoltre, hanno evidenziato che, una volta contattato il numero a pagamento, anche digitando un codice inventato, si risultasse sempre vincitori. La registrazione di cui al testo, acquisita digitando il codice 3746164 rilevato dalla copia del coupon allegato ad una delle segnalazioni pervenute da parte di un consumatore, prova il fatto che anche digitando lo stesso codice più volte, dalla stessa o da diversa persona, fosse possibile risultare vincitori di altrettanti premi (o comunque indotti a chiamare più volte il numero a pagamento 899....). Ulteriori segnalazioni hanno evidenziato, altresì, che i tempi per la conclusione della chiamata fossero artatamente prolungati rispetto a quelli necessari per fornire i dati richiesti.]

SE HAI VINTO

Se sotto l'oro trovi la scritta "Hai Vinto!", significa che ti sei aggiudicato uno dei premi raffigurati all'interno della cartolina di partecipazione. Chiama il numero 02/99339933 per sapere subito la tua vincita e fornisci tutte le indicazioni richieste per ricevere il premio direttamente a casa. Oppure, se preferisci, puoi inviare il coupon integro e debitamente compilato in stampello a: Riserva Castellini - "Concorso Stappa e Vinci", via Delle Acque 6 - 36050 Bolzano Vicentino (VI).

SE NON HAI VINTO

Se sotto l'oro trovi la scritta "Non Hai Vinto!" puoi comunque partecipare all'estrazione della Cantinetta Vini, oltre a tutti i premi eventualmente non assegnati semplicemente inviando il coupon debitamente compilato in ogni sua parte a: Riserva Castellini - "Concorso Stappa e Vinci", via Delle Acque 6 - 36050 Bolzano Vicentino (VI). L'estrazione avverrà il giorno 29/09/2012 ed i dati ricevuti faranno fede per la titolarità del premio eventualmente estratto.

REGOLAMENTO

Il Concorso a Premi denominato "Stappa e Vinci" è valido dal 23/04/2012 al 15/9/2012. Il montepremi complessivo è di euro 81.730,00 (Ottantunmillesettecentotrenta/00). L'estrazione di tutti i premi non assegnati e del primo premio "Cantinetta Vini" avverrà il giorno 29/09/2012. Il regolamento completo è disponibile e consultabile online presso il sito internet www.riservacastellini.it. La partecipazione è completamente gratuita e non è vincolata ad alcun obbligo d'acquisto.

MODULO DI PARTECIPAZIONE

Da compilare in stampello e spedire in busta chiusa a: "Concorso a Premi Stappa e Vinci" - Riserva Castellini, via Delle Acque 6 - 36050 Bolzano Vicentino (VI). In caso di vincita è possibile, se preferisci, spedire una copia ricompletata del modulo, ma è indispensabile che compila e invii il coupon integralmente compilato. In caso contrario la partecipazione sarà annullata. Il modulo deve essere compilato e consegnato entro il 15/09/2012. Il modulo deve essere compilato e consegnato entro il 15/09/2012.

SCRIVERE IN STAMPATELLO LEGGIBILE

Cognome:

Nome:

Via: N.

Cap: Città:

Provincia:

Cellulare: Telefono:

E-mail:

Orario di consegna: mattina dalle alle pomeriggio dalle alle

Prima di usare il modulo assicurarsi che il modulo sia compilato correttamente. Il modulo deve essere compilato e consegnato entro il 15/09/2012. Il modulo deve essere compilato e consegnato entro il 15/09/2012. Il modulo deve essere compilato e consegnato entro il 15/09/2012.

15. In caso di mancata vincita veniva richiesto di spedire direttamente il *coupon* alla società promotrice per partecipare all'estrazione di una *Cantinetta Vini* o dei premi eventualmente non assegnati⁹.
16. Il numero complessivo di *dépliant* pubblicati, nel periodo maggio – giugno 2012, nelle riviste sopra citate, è risultato pari ad oltre 1.000.000, per un costo stimato dell'intera campagna pubblicitaria di oltre 50.000 euro¹⁰.
17. Dagli atti acquisiti al fascicolo nel corso del procedimento e, in particolare, dalle numerose segnalazioni pervenute, anche successivamente all'avvio dell'istruttoria, non risulta che il professionista abbia attribuito alcun premio ad alcun consumatore.

B) Il regolamento pubblicato sul sito internet www.riservacastellini.it

18. Nel regolamento pubblicato sul *Sito*, così come rilevato in data 12 giugno 2012¹¹, venivano previste diverse categorie di premi¹², nonché descritte le modalità di partecipazione al concorso, senza però specificare, anche in questo caso, che la segreteria telefonica, attivata effettuando il citato numero di linea urbana (02/99339933), invitava a digitare un numero a tariffazione maggiorata (899191920) per la scelta del premio (cfr. successiva immagine n. 3)¹³.

Immagine n. 3

⁹ [In una nota pervenuta per conoscenza all'Autorità in fase preistruttoria, una delle case editrici delle riviste ospitanti l'opuscolo pubblicitario ingannevole ha reso noto - sulla base di un controllo eseguito, al manifestarsi delle numerose segnalazioni di protesta dei lettori, sui coupon inviati da Gescal contenuti in bancali giacenti presso la tipografia e destinati al successivo inserimento all'interno di alcune delle proprie riviste mensili - di aver riscontrato, grattando l'argentatura, che la maggior parte dei coupon prelevati nella parte superiore dei bancali risultavano "Non vincenti", mentre quelli prelevati a campione nella parte media e inferiore dei bancali, erano per la quasi totalità "Vincenti", motivo per il quale decideva l'immediata sospensione delle ulteriori veicolazioni pubblicitarie che il professionista aveva commissionato. Cfr. documento n. 27 di cui all'indice del fascicolo.]

¹⁰ [Cfr. documenti nn. 43, 44 e 46 di cui all'indice del fascicolo.]

¹¹ [Cfr. documento n. 15 di cui all'indice del fascicolo.]

¹² [Cfr. precedente nota n. 4.]

¹³ [Dai documenti disponibili in atti risulta che il regolamento del concorso Stappa & Vinci, sebbene con l'inserimento di alcuni chiarimenti da parte del professionista, fosse ancora reperibile sul sito www.riservacastellini.it alla data del 16 luglio 2012. Cfr. documento n. 59 di cui all'indice del fascicolo.]

HOME AZIENDA IL VINO CURIOSITA' RECESSO CONTATTI

Concorso a Premi

ISTRUZIONI

Se sei un concorrente **VINCITORE** del Concorso a Premi Stappa & Vinci, segui le istruzioni di partecipazione e leggi il regolamento qui di seguito riportato:

Se sei il possessore di un coupon vincente chiama il numero 02/99339933 riportato nel coupon e segui le istruzioni vocali. Una volta effettuata la telefonata conoscerai istantaneamente la categoria di premio vinta. A questo punto avrai due possibilità:

1. **Spedire il coupon debitamente compilato a:** Gesca (...)
- oppure:
2. **Seguire le indicazioni telefoniche** per la scelta del premio appartenente alla tua categoria e proseguire (attraverso il numero telefonico fornito) alla registrazione dei tuoi dati personali senza dover necessariamente spedire il coupon di partecipazione.

Tutti i premi saranno consegnati agli indirizzi di cui sopra, entro agosto, aggiuntovi entro 180 giorni dalla data di partecipazione.

REGOLAMENTO DEL CONCORSO A PREMI

Denominato:
"STAPPA & VINCI"

CONCORSO A PREMI INDETTO DA:
GESCA SRL
Sede Legale: Porto Viro (RO) Via Roma 28 E-mail: 01348002092

Area:
Veneto, Marche, Umbria, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna.

Finalità:
L'obiettivo del concorso è quello di promuovere il prodotto vino, attraverso il canale radiofonico, e di favorire la conoscenza del territorio e del territorio stesso.

Finalità:
L'obiettivo del concorso è quello di promuovere il prodotto vino, attraverso il canale radiofonico, e di favorire la conoscenza del territorio e del territorio stesso.

19. Infatti, nella pagina web presente sul Sito, poteva testualmente leggersi: "Se sei un concorrente **VINCITORE** del concorso a premi Stappa & Vinci, segui le **istruzioni** di partecipazione e leggi il **regolamento** di seguito riportato: **ISTRUZIONI** – Se sei il possessore di un coupon vincente **chiama il numero 02/99339933** riportato nel coupon e segui le istruzioni vocali. Una volta effettuata la telefonata **conoscerai istantaneamente la categoria di premio vinta**. A questo punto avrai due possibilità: 1. **Spedire il coupon debitamente compilato a:** Gesca (...) oppure: 2. **Seguire le indicazioni telefoniche** per la scelta del premio appartenente alla tua categoria e proseguire (attraverso il numero telefonico fornito)¹⁴ alla **registrazione dei tuoi dati personali senza dover necessariamente spedire il coupon di partecipazione**". In relazione alla seconda opzione, non si riscontra alcun cenno al fatto che il numero telefonico fosse a tariffazione maggiorata (899..).

C) Le informazioni acquisite dal MSE

20. In relazione al concorso a premi in esame, il MSE, a conclusione di un procedimento amministrativo avviato nei confronti di Gesca¹⁵, in data 28 giugno 2012 ha trasmesso il decreto di cessazione della manifestazione a premi Stappa & Vinci, emanato il 19 giugno 2012 a seguito all'accertamento della violazione del DPR 26 ottobre 2001, n. 430, recante: "Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della L. 27 dicembre 1997, n. 449".

21. In particolare, l'accertamento ha riguardato la violazione dei seguenti articoli del DPR 430/2001: **i)** articolo 8, comma 1, lettera a), in quanto la manifestazione a premio si è svolta con meccanica che non garantiva la pubblica fede e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti, rendendo illusoria la partecipazione al concorso dal momento che numerosi consumatori hanno denunciato di aver vinto anche fornendo un codice inventato, allo scopo di indurre i consumatori ad effettuare la telefonata utilizzando il servizio a pagamento 899 per poter scegliere una delle tre tipologie di premi disponibili per la categoria vinta; **ii)** articolo 1, comma 5, in quanto la partecipazione al concorso non risulta gratuita poiché, dopo aver telefonato al numero di linea urbana, scegliendo l'opzione della telefonata si eccede dalle ordinarie spese telefoniche necessarie ai fini della partecipazione stessa, traendo indebito profitto; **iii)** articolo 7, per non aver prestato una cauzione che garantisca un montepremi adeguato rispetto alle vincite fino ad ora realizzate dai partecipanti.

22. In corso di istruttoria, inoltre, il MSE ha prodotto copia del regolamento del concorso trasmessogli da Gesca, nonché delle successive modificazioni allo stesso apportate dal professionista che hanno riguardato, in particolare, il periodo di svolgimento della manifestazione a premi e l'adeguamento dell'ammontare della fidejussione prestata ai

¹⁴ [Sottolineatura aggiunta.]

¹⁵ [L'avvio del procedimento amministrativo è stato comunicato all'Autorità contestualmente alla richiesta di intervento del Ministero, per i profili di competenza dell'Autorità, pervenuta in data 6 giugno 2012. Cfr. doc. n. 5 di cui all'indice del fascicolo.]

sensi dell'articolo 7 del DPR 430/2001. In relazione a quest'ultima modifica, peraltro, il decreto di cessazione della citata manifestazione dà atto che Gescal non ha mai integrato l'importo della cauzione *de quo*.

23. Anche nel regolamento, in relazione alle *Modalità di svolgimento* del concorso, non interessato da modifiche rispetto alla versione originaria, non è rinvenibile alcun cenno circa la necessità di contattare il numero 899191920 a tariffazione maggiorata per la scelta del premio.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

24. In via preliminare, si rappresenta che tutte le comunicazioni inviate dall'Autorità a Gescal, a partire da quella relativa all'avvio del procedimento, sono state restituite al mittente per compiuta giacenza, motivo per il quale si è proceduto alla pubblicazione delle stesse sul Bollettino Ufficiale dell'Autorità, alla pagina *web* www.agcm.it.

25. Soltanto durante la fase preistruttoria sono pervenute, per conoscenza, due distinte note indirizzate dal professionista al MSE nell'ambito del procedimento amministrativo da questi avviato¹⁶.

26. In dette note, Gescal afferma che lo svolgimento del concorso non sarebbe illusorio e non violerebbe la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti. Infatti, il tagliando di partecipazione sarebbe assolutamente conforme a quanto richiesto dal DPR n. 430/2001. Sarebbe altresì garantita la parità di trattamento in quanto i tagliandi vincenti, rispetto a quelli non vincenti, sono stati inseriti in modo casuale rendendo la partecipazione del tutto imparziale rispetto alla platea dei destinatari.

27. Il meccanismo previsto dal professionista per l'assegnazione del premio sarebbe, poi, totalmente gratuito, fatte salve le ordinarie spese di spedizione della cartolina di partecipazione in quanto l'utilizzo del numero 899 sarebbe soltanto un servizio d'informazione facoltativo e non necessario ai fini della partecipazione stessa, mentre, per rispondere all'iniziativa commerciale, sarebbe sufficiente telefonare al numero 02, attraverso il quale al vincitore viene comunicata la categoria di appartenenza del proprio premio (tra Oro, Argento e Bronzo) ed indicate le modalità di spedizione della cartolina necessarie al ricevimento del premio. Pertanto, sarebbe facoltà del vincitore scegliere la tipologia di premio utilizzando il servizio aggiuntivo offertogli tramite il numero 899.

28. Gescal, inoltre, in data 8 giugno 2012 avrebbe inviato tramite il portale del MSE dedicato (impresa.gov), le modifiche inerenti il numero di premi messo in palio ed il montepremi, nonché conguagliata la fideiussione bancaria per un ammontare definitivo pari ad euro 459.260¹⁷.

29. Secondo il professionista, poi, non esisterebbero codici casuali, in quanto l'unico codice valido per il ricevimento del premio è quello riportato sul *coupon* di partecipazione, precisando che il numero di *coupon* stampati è stato pari a 3 milioni dei quali solo 39.833 recanti la scritta *complimenti hai vinto* + un codice numerico di 7 cifre (compreso tra il codice 1428448 ed il codice 4438448).

30. Al *software* del numero 02 è stato dato l'input di "pescare" 3 codici di categoria oro, 630 codici di categoria argento e 39.200 codici di categoria bronzo.

31. Infine, Gescal ha affermato che il profitto alla stessa derivante dalle telefonate effettuate al numero 899 per la scelta del premio non raggiungerebbe neppure il 10% dell'investimento complessivo per l'operazione promozionale svolta.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

32. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e *internet*, in data 1° ottobre 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, anche, AGCOM), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

33. Con parere pervenuto in data 6 novembre 2012, la suddetta Autorità ha ritenuto di esprimere il parere richiesto con riferimento al profilo di scorrettezza riguardante la possibile induzione in errore dei destinatari della pratica commerciale circa la possibilità di vincere un bene di rilevante valore in ragione dell'avvenuta diffusione dei messaggi in esame via *internet* ed a mezzo stampa.

34. L'AGCOM ha ritenuto che la pratica commerciale in esame, per i profili relativi alle condizioni di partecipazione al concorso, in quanto non contiene in modo evidente e chiaro adeguate informazioni in ordine ai premi messi in palio, è tale da indurre in errore il consumatore, facendogli assumere, con riguardo ai propri diritti, una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

35. Alla luce di quanto esposto, avuto specifico riguardo al profilo concernente il concorso a premi e la possibilità di vincere un bene di rilevante valore, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha deliberato che la pratica commerciale in esame viola il disposto di cui agli articoli 20, 21, 22, comma 2, 23, lettera u), e 26, lettera h), del Codice del Consumo.

¹⁶ [Cfr. documenti nn. 13 e 20 di cui all'indice del fascicolo.]

¹⁷ [Come già evidenziato nel testo, contrariamente a quanto dichiarato dal professionista, nel decreto di cessazione della manifestazione a premi emanato dal MSE si dà atto che il professionista non ha mai provveduto all'integrazione della fideiussione bancaria.]

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

A) Premessa

36. Le manifestazioni a premi vengono autorizzate dal MSE (Parte del presente procedimento in qualità di segnalante) in base al D.P.R. n. 430/01. In particolare, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449¹⁸, il Ministero approva il regolamento e verifica la sussistenza dei premi.

37. La circolare 28 marzo 2002 n. 1/AMTC¹⁹, all'articolo 9.4, rubricato *Materiale pubblicitario ed informazione ai consumatori*, richiama l'attenzione dei promotori delle manifestazioni a premio circa il rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole, di cui al Decreto Legislativo n. 74 del 1992²⁰, le quali assumono rilevanza anche in relazione a quanto disposto dall'articolo 10, comma 2, del D.P.R. n. 430/01 che, all'ultimo periodo, vieta la pubblicizzazione e lo svolgimento di concorsi a premio in difformità dal regolamento, e sue eventuali modifiche, depositato presso il Ministero delle attività produttive²¹.

38. Nel caso di specie, l'intervento dell'Autorità, sollecitato dallo stesso MSE, non riguarda gli aspetti di liceità/regolarità del concorso in esame - a garanzia della pubblica fede e della parità di trattamento e di opportunità di tutti i partecipanti - bensì l'ingannevolezza ed omissività della comunicazione pubblicitaria con la quale la manifestazione è stata diffusa presso il pubblico dei consumatori.

B) La violazione degli articoli 20, 21, 22, comma 2, 23, lettera u), del Codice del Consumo

39. La pratica commerciale posta in essere da Gescal S.r.l. consiste nell'adozione della condotta descritta al precedente punto II del presente provvedimento e concerne le modalità di pubblicizzazione del concorso a premi denominato *"Stappa & Vinci"*.

40. Nel caso di specie, la *"pratica commerciale"* consiste nell'aver diffuso informazioni sugli opuscoli pubblicitari annessi a primarie riviste a cadenza periodica e sul sito *internet* www.riservacastellini.it, suscettibili di indurre in errore una molteplicità di consumatori circa la possibilità di vincere un bene di rilevante valore e richiamo, semplicemente seguendo le istruzioni pubblicate dal professionista per la partecipazione al concorso.

41. L'ingannevolezza della condotta, infatti, appare particolarmente grave ove si consideri che, ad oggi, non risulta consegnato alcun premio al cospicuo numero di partecipanti risultati vincitori, come risulta anche dall'accertamento effettuato dal MSE circa l'illusorietà della manifestazione e l'inadeguatezza della cauzione prestata a garanzia della veridicità e liceità del concorso a premi posto in essere dal professionista, cauzione peraltro mai integrata dalla società che aveva dichiarato, sempre al MSE, di volere incrementare la consistenza del montepremi rispetto a quello originariamente previsto²².

42. Se si considera, altresì, la possibilità di reiterazione dello stesso numero di codice reperito sui *coupon*, o di un codice inventato, che consentiva di essere ugualmente dichiarati vincitori del concorso, emergono evidenti incongruenze con una manifestazione a premi di numero e valore predefinito che conduce a qualificare come ingannevole la condotta di Gescal proprio con riferimento all'effettiva attribuzione dei premi promessi.

43. Pertanto, la pratica commerciale *de quo*, conformemente al parere dell'AGCOM, è da considerarsi in ogni caso ingannevole, ai sensi degli articoli 21 e 23, lettera u), del Codice del Consumo, dal momento che si concretizza nell'organizzazione di un concorso a premi senza che il professionista abbia attribuito ai partecipanti i premi descritti o un equivalente ragionevole.

44. Con particolare riferimento alle informazioni veicolate attraverso i *dépliant* pubblicitari e sul sito *internet* www.riservacastellini.it rileva, inoltre, l'assenza di avvertenze circa la necessità di contattare un numero telefonico a tariffazione maggiorata (899...) per effettuare la scelta del premio appartenente alla categoria per la quale il consumatore sarebbe risultato vincitore, inducendo i consumatori in errore circa la necessità di sostenere costi aggiuntivi oltre quelli normalmente consentiti per rispondere alla pratica commerciale.

45. Infatti, avuto riguardo alle azioni richieste ai consumatori per reclamare il premio, le risultanze istruttorie hanno evidenziato che il possessore del *coupon*, una volta raschiata la patina dorata per reperire il codice di 7 cifre che lo

¹⁸ [La legge 27 dicembre 1997, n. 449, concerne: "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica". In particolare, l'articolo 19, comma 4, prevede che con regolamento, ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta del Ministro delle finanze, di concerto con il Ministro dell'Industria, del commercio e dell'artigianato e con il Ministro dell'interno, si procede alla revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio nonché delle manifestazioni di sorte locali.]

¹⁹ [Circolare n. 1/AMTC del 28-3-2002, concernente: "Prime indicazioni esplicative ed operative in merito la nuova disciplina sulle manifestazioni a premio (decreto del Presidente della Repubblica n. 430 del 26 ottobre 2001)". Emanata dal Ministero delle attività produttive. Pubblicata nella Gazz. Uff. 11 aprile 2002, S.O. n. 73.]

²⁰ [Oggi confluito nelle norme recate dal Codice del Consumo.]

²¹ [Lo stesso articolo 9.4 della citata circolare prevede che la comunicazione commerciale deve essere palese e corretta e non deve contenere, direttamente o indirettamente, indicazioni lacunose o non veritiere tali da ingenerare nel consumatore un'idea errata sul prodotto o servizio offerto in premio con la manifestazione e che si potrebbe tradurre in un pregiudizio nella scelta o in un eventuale danno economico, richiamando a tal proposito proprio gli interventi dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in relazione, tra l'altro, all'omessa indicazione di ulteriori e necessarie condizioni per la partecipazione alla manifestazione.]

²² [Dalle evidenze acquisite, in particolare dalle informazioni trasmesse dal MSE, nonché da quanto dichiarato dalle case editrici nelle loro risposte alla richiesta di informazioni avanzate dall'Autorità, il numero degli apparenti vincitori è apparso proporzionalmente esorbitante rispetto al montepremi dichiarato dal professionista.]

informava di essere vincitore di una delle categorie *bronzo*, *argento* o *oro*, avrebbe avuto due possibilità: 1) telefonare al numero fisso 02/99339933, digitare il codice di controllo e fornire i dati richiesti; 2) spedire direttamente il *coupon* completo e debitamente compilato all'indirizzo indicato dal professionista.

46. Appare plausibile ritenere che l'attivazione della prima delle due procedure previste (la chiamata al numero a tariffazione urbana), fosse quella normalmente percorribile proprio per la sua particolare immediatezza, facilità di risposta all'iniziativa commerciale e, soprattutto, assenza di costi se non quelli richiesti per la chiamata a tariffazione urbana. Appare, al riguardo, scorretto, in quanto omissivo, che i consumatori non venissero avvertiti del fatto che per *scegliere* il premio preferito, fosse necessario comporre un numero telefonico a pagamento (899191920), inducendoli a proseguire nell'iter indicato dal professionista al fine di acquisire il premio asseritamente vinto.

47. In tal modo i consumatori non venivano informati della necessità di svolgere un'ulteriore azione (nella fattispecie la chiamata ad un numero a tariffazione maggiorata 899) che richiede costi ulteriori e ben superiori rispetto a quelli normalmente richiesti per rispondere all'iniziativa commerciale posta in essere dal professionista²³. La condotta in esame, pertanto, conformemente al parere AGCOM, si configura anche come omissiva ai sensi dell'articolo 22, comma 2, del Codice del Consumo.

48. Sulla base delle motivazioni sopra illustrate, si ritiene che la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento, nel denotare l'assoluta mancanza di diligenza professionale da parte del professionista, il cui comportamento è risultato del tutto privo di quel livello di attenzione ragionevolmente esigibile in base ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore specifico, integri la violazione degli articoli 20, 21, 22, comma 2, e 23, lettera *u*), del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

49. 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

50. 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.

51. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'apprezzabile entità del pregiudizio economico arrecato all'insieme dei consumatori che hanno risposto alla pratica commerciale posta in essere dal professionista contattando il numero telefonico a tariffazione maggiorata che, secondo la documentazione disponibile in atti, ha comportato un esborso complessivo stimabile in oltre 200.000 euro.

52. Inoltre, la pratica in esame è da ritenersi particolarmente grave in ragione del fatto che essa appare scorretta sotto una pluralità di profili, relativi sia ad affermazioni sia ad omissioni particolarmente ingannevoli e, in particolare, perché volta all'ottenimento di rilevanti profitti attraverso un meccanismo che lascia intendere, contrariamente al vero, che il consumatore abbia già vinto, vincerà o potrà vincere, compiendo una determinata azione, un premio o una vincita equivalente, mentre in effetti non esiste alcun premio o vincita equivalente.

53. Infine, appare apprezzabile anche la capacità di penetrazione della pratica, diffusa tramite opuscoli pubblicitari annessi a primarie riviste a cadenza periodica, nonché sul sito *internet* del professionista.

54. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 23 aprile 2012 (data di inizio di svolgimento del concorso) almeno fino al 6 luglio 2012 (data in cui, dalla documentazione disponibile in atti, è stato disattivato il numero telefonico a pagamento 899191920)²⁴.

55. Sulla base di tali elementi, tenendo conto anche dell'intervento effettuato dal MSE, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Gescal S.r.l. nella misura di 50.000 € (cinquantamila 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, 22, comma 2, 23, lettera *u*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad indurre in errore una molteplicità di consumatori riguardo alla possibilità di vincere un bene di rilevante valore e richiamo, nonché relativamente all'omissione di informazioni, nei messaggi pubblicitari veicolati, circa le modalità onerose richieste per la scelta del premio asseritamente vinto;

²³ [Si rileva che la citata circolare del Ministero delle attività produttive 28-3-2002 n. 1/AMTC espressamente prevede che "Allorquando, invece, l'eventuale esborso di una somma di denaro venga richiesto per consentire al destinatario la possibilità di partecipare all'assegnazione del premio promesso, il principio della gratuità viene garantito se quel costo viene contenuto nei limiti della ordinaria spesa da sostenere per l'invio della cartolina o per una telefonata a tariffa unica o agevolata che non si protragga oltre il tempo necessario per comunicare il riferimento alla manifestazione ed i dati personali". Il Ministero stesso, nella sua segnalazione, indica che l'ordinaria spesa da sostenere per l'invio della cartolina o per una telefonata a tariffa unica o agevolata non deve superare l'importo di 1 euro.]

²⁴ [Cfr. documento n. 45 di cui all'indice del fascicolo.]

DELIBERA

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

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

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

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

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