

IP140 - ITALIA A CASA

Provvedimento n. 24037

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 novembre 2012;

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, in particolare il combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, 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, in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTA la propria delibera n. 21878 del 9 dicembre 2010, con la quale l'Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere, anteriormente al 2007 e fino a novembre 2009, dalla società Italia a Casa S.r.l., consistente nel fornire ai consumatori informazioni inesatte, incomplete o non vere in ordine alla natura, alle caratteristiche e alle condizioni economiche della propria offerta promozionale, nonché la complessiva ingannevolezza delle modalità utilizzate da quest'ultimo al fine di indurre i consumatori a concludere, inconsapevolmente, contratti finalizzati all'acquisto di articoli per la casa;

VISTA la propria delibera n. 23708 del 4 luglio 2012, con la quale l'Autorità ha contestato alla società Italia a Casa S.r.l. la violazione di cui all'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla menzionata delibera dell'Autorità n. 21878, del 9 dicembre 2010;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. Con provvedimento n. 21878 del 9 dicembre 2010, notificato in data 22 dicembre 2010, l'Autorità ha deliberato la scorrettezza della condotta di Italia a Casa S.r.l., consistente nel promuovere, mediante *telemarketing* e successiva visita al domicilio dei consumatori, una tessera servizi gratuita, denominata "*Card-Tessera di servizio*", che avrebbe consentito agli aderenti di acquistare, da catalogo o presso punti vendita asseritamente di prossima apertura, articoli di vario genere con sconti variabili dal 30% al 50%, per una spesa massima compresa tra 1.500 e 2.600 euro e in un arco temporale di cinque anni. In particolare, dal testo di uno *script* agli atti del procedimento si evince che i consumatori contattati telefonicamente dal professionista non erano posti nella condizione di poter conoscere, sin da tale primo contatto, la reale natura e le effettive condizioni della proposta commerciale loro fatta, essendo invece indotti a ritenere che l'iniziativa promossa riguardasse solo e semplicemente l'offerta gratuita "*Card-Tessera di servizio*" per eventuali futuri acquisti, non obbligatori¹. Secondo quanto accertato, inoltre, le caratteristiche, la natura e convenienza economica dell'offerta non erano chiarite dal professionista neppure in occasione del primo incontro presso il domicilio dei consumatori, né erano presenti sufficienti informazioni sul modulo loro sottoposto alla firma. Solo nel corso di una seconda visita a domicilio, quando erano ormai vincolati al contratto sottoscritto, i consumatori venivano informati che la reale finalità dell'iniziativa commerciale del professionista era l'impegno ad acquistare beni (articoli per la casa, elettrodomestici e simili) per somme anche rilevanti, essendo altresì indotti a ritenere di non poter più avvalersi del diritto di recesso in ragione dell'intervenuta scadenza dei termini di legge indicati nel retro del modulo contrattuale². L'Autorità ha ritenuto la pratica commerciale posta in essere da Italia a Casa S.r.l. è in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere b) e d), e 22 del Codice del Consumo e ne ha vietato l'ulteriore diffusione.

2. La menzionata delibera è stata impugnata innanzi al TAR del Lazio che, con ordinanza n. 1233 del 7 aprile 2011, ne ha respinto la domanda incidentale di sospensione, per assenza di "*fumus boni iuris in relazione all'ampia ed*

¹ [Il §14 della citata delibera n. 21878 descrive il contenuto dello script telefonico acquisito agli atti, in base al quale il consumatore viene contattato nell'ambito di una indagine di mercato, in un contesto in cui l'azienda "in occasione di questo periodo di crisi ha studiato un nuovo sistema per far risparmiare (...), assegnandole un codice personale che darà la possibilità di avere delle agevolazioni con degli sconti che vanno dal 20% al 50% sugli acquisti. (...). Il codice avrà una durata di 60 mesi (...) domani passerà nella sua zona un nostro operatore che consegnerà il numero del suo codice personale e per spiegarle l'utilizzo". Il successivo § 31 "si trova nella zona proprio in questi giorni". In base al § 31 della medesima delibera, "Lo script non contiene alcuna indicazione in merito alla necessità di chiarire al destinatario l'effettivo scopo della successiva visita a domicilio, consistente, in realtà, nella sottoscrizione di un contratto di acquisto di prodotti del professionista per un determinato ammontare di spesa".]

² [Cfr. §§ 33, 34 e 36 della medesima delibera.]

esauriente motivazione" della delibera stessa, in cui l'Autorità "si è data carico anche di modulare l'entità della sanzione pecuniaria in funzione delle modeste dimensioni del professionista".

3. Con richiesta di intervento pervenuta in data 25 ottobre e integrata il 28 ottobre 2011³, una consumatrice della provincia di Monza e Brianza ha segnalato la reiterazione della pratica commerciale oggetto del provvedimento sopra citato e in particolare che, a seguito di una visita ricevuta presso la propria abitazione il 22 settembre 2011, da parte di un presunto agente di "Casa Market-Gruppo Italia a Casa srl", avrebbe sottoscritto un modulo, presentato come necessario per ottenere un codice da utilizzare per eventuali e non obbligatori futuri acquisti di merce, a prezzo scontato, per un valore massimo di 2.690 euro+iva. In realtà, in occasione di una seconda visita a domicilio da parte di un agente del professionista, la consumatrice sarebbe stata edotta della circostanza che, avendo sottoscritto il modulo presentato in precedenza, si era impegnata ad acquistare articoli commercializzati da Casa Market, per un valore di 2.690 euro+iva.

4. Fatti analoghi sono stati segnalati il 20 dicembre 2011 da un consumatore della provincia di Treviso, al quale per telefono era stata proposta la visita di un rappresentante per mostrare il catalogo della società. In occasione del primo incontro, avvenuto presso il suo domicilio il 4 novembre 2011, dopo una lunga presentazione dei prodotti in catalogo, il consumatore ha dovuto firmare un modulo, per ricevere il codice cliente, presentato come necessario per beneficiare di condizioni vantaggiose in caso di futuri acquisti, descritti come non obbligatori. In realtà, in occasione della visita di un secondo agente avvenuta il 23 novembre 2011 per consegnare il codice cliente, al consumatore sarebbe stato chiesto di pagare 2.200 euro+iva per un materasso asseritamente ordinato con il modulo precedentemente firmato. Infine, nonostante il recesso comunicato tempestivamente alla società dal consumatore, questi si è visto inviare da una società finanziaria dei solleciti di pagamento per l'importo stabilito⁴.

5. Il 13 gennaio 2012 è stata acquisita copia della visura camerale relativa alla società Italia a Casa S.r.l., da cui risulta che è ancora attiva e che, nonostante la diversa denominazione impiegata nei nuovi moduli in diffusione (Casa Market in luogo di Italia a Casa S.r.l.), il numero di partita IVA e l'indirizzo sono sempre quelli della società Italia a Casa S.r.l.. Inoltre, è stata acquisita copia dei moduli contrattuali oggetto del procedimento definito dalla delibera n. 21878 del 9 dicembre 2010, rispetto ai quali quelli attualmente in uso presentano soltanto alcune differenze grafiche del tutto marginali, mentre continuano a indicare un elenco di prodotti, a riportare notazioni scritte a mano dall'agente circa la necessità o l'importanza "*fondamentale*" di effettuare almeno un acquisto, e a inserire indicazioni specifiche sui prodotti acquistati o da acquistare nelle sezioni "*Note per l'agente*" e "*Modalità di pagamento*"⁵.

6. Il 20 marzo 2012, è stato chiesto alla consumatrice della provincia di Monza e Brianza di descrivere il contenuto della telefonata ricevuta da "Casa Market", con particolare riguardo ai motivi della visita indicati dall'operatore telefonico⁶.

7. Il 10 aprile 2012, la consumatrice in questione ha dichiarato che l'operatrice "*ha esordito dicendo se ero disponibile a una piccola intervista telefonica. Dato il mio assenso, mi chiedeva se confermavo se c'era crisi economica diffusa, i prezzi dei prodotti erano aumentati, il potere d'acquisto era diminuito. Date le mie risposte affermative lei mi diceva che nella mia zona, proprio in quei giorni, c'era un agente che poteva venire a casa per illustrarmi i prodotti che loro, rappresentanti di "Casa Market", vendevano porta a porta, con sconti dal 20 al 50%. Erano prodotti per la casa, da pentole a lenzuola, piumoni, elettrodomestici etc.. Mi assicurava inoltre che mi avrebbe portato via solo 10 minuti, tanto che io l'avevo interpretata come la consegna dei cataloghi dei surgelati che vendono porta a porta e che a volte ti lasciano direttamente nella cassetta della posta. Avevo quindi dato disponibilità a ricevere l'agente per la consegna del catalogo*"⁷.

8. Il 4 maggio 2012, sono state acquisite agli atti del presente procedimento tre segnalazioni relative alle stesse condotte appena descritte, poste in essere nei mesi di marzo-aprile 2012 nelle province di Udine, Venezia e Siena. In particolare, due di esse hanno evidenziato che tali condotte erano state attuate da "Casa Market – Gruppo Italia a Casa S.r.l.", fornendo i dati identificativi del professionista e l'altra precisava che, durante la visita a domicilio, l'incaricato del professionista avrebbe fatto prima sottoscrivere la commissione alla segnalante e poi, distraendola, avrebbe inserito a mano le reali condizioni dell'offerta, ovvero l'obbligo di procedere almeno a un acquisto minimo di 2.690 euro+IVA entro cinque anni⁸.

9. Nel periodo 3-14 maggio 2012, l'associazione Federconsumatori Regionale Toscana, ha inviato più comunicazioni relative alle telefonate ricevute e agli ordini "Casa Market" inconsapevolmente sottoscritti da due associate della provincia di Firenze nel mese di aprile 2012. In particolare, tali segnalazioni evidenziano che "*Il 04/04/2012, la nostra assistita veniva contattata telefonicamente da una signora dell'Azienda Casa Market srl che le chiedeva se era*

³ [Cfr. docc. 1 e 2.]

⁴ [Cfr. docc. 3 e 4.]

⁵ [Cfr. doc. 5.]

⁶ [Cfr. doc. 6.]

⁷ [Cfr. doc. 7, comprendente anche copia della comunicazione del 14 ottobre 2011, con cui il professionista dichiarava annullata la commissione sottoscritta dal consumatore.]

⁸ [Cfr. doc. 8. La terza segnalazione interessata, presentata da un'associazione di consumatori a tutela del proprio associato, completa quella già presentata individualmente dallo stesso consumatore interessato, della provincia di Treviso.]

"interessata a visionare un Catalogo con dei prodotti per poter usufruire di sconti e/o prezzi bloccati per 60 mesi". La signora (...) accetta l'incontro fissato per il giorno successivo senza ulteriori delucidazioni. Il 05/04/2012 un incaricato della Casa Market srl si presenta presso l'abitazione della signora (...) e inizia a illustrare il Catalogo. La signora terminata la illustrazione manifestava difficoltà economiche che al momento non le consentivano alcun impegno finanziario oltre che non essere peraltro interessata ai prodotti del catalogo. L'incaricato insistentemente continuava a illustrare i vantaggi dei prezzi scontati e bloccati per cinque anni bastava apporre la firma sul contratto e successivamente sarebbe stata contattata da un rappresentante di zona. La signora (...) estenuata dall'incontro apponeva la firma non riuscendo neanche a capire perché l'incaricato scrivesse tanto a mano su quel foglio anche dopo la firma della signora. Su preciso appuntamento, in data 27/04/2012 la signora riceve l'incaricato di Casa Market che sollecita la scelta dal prodotto da acquistare. La signora riferisce che al momento non è interessata ad alcunché ma a quel punto il referente obbliga la signora alla scelta e al versamento della somma di euro 2,600,00. Pur ribadendo le difficoltà economiche e l'impossibilità di accollarsi la spesa la signora dietro minaccia di ricorso alle vie legali è costretta a ordinare" alcuni prodotti presenti nel catalogo⁹.

10. Il 16 maggio 2012, un'altra consumatrice della provincia Genova ha fatto pervenire una segnalazione riguardante la visita a domicilio di un agente di Casa Market per la consegna di un codice personale (avvenuta il 17 aprile 2012), nonché l'annotazione a penna inserite dall'agente sul modulo contrattuale, ma senza fornire informazioni circa la natura obbligatoria degli acquisti inseriti nel documento¹⁰.

11. La pratica commerciale presenta il medesimo profilo di scorrettezza già accertato. Pertanto, con provvedimento del 4 luglio 2012, n. 23708, l'Autorità ha contestato alla ditta Italia a Casa S.r.l. di aver violato la delibera del 9 dicembre 2010, n. 21878.

12. Successivamente all'avvio del presente procedimento, l'11 ottobre 2012, è pervenuta un'ulteriore segnalazione da parte di una consumatrice della provincia di Venezia, relativa a fatti analoghi, verificatisi nel mese di settembre 2012, a quelli accertati nella menzionata delibera del 9 dicembre 2010 e descritti nelle altre segnalazioni successivamente pervenute¹¹.

II. LE ARGOMENTAZIONI DELLA PARTE

13. Il provvedimento di contestazione dell'inottemperanza alla citata delibera del 9 dicembre 2010 è stata notificata al professionista il 13 luglio 2012. Quest'ultimo non ha presentato memorie e documenti, né ha chiesto di essere sentito.

III. VALUTAZIONI

14. Alla luce delle risultanze istruttorie, si ritiene che il comportamento posto in essere dal professionista costituisce inottemperanza alla delibera del 9 dicembre 2010, n. 21878, in quanto la società Italia a Casa S.r.l. continua a svolgere la propria attività senza fornire informazioni chiare circa la reale natura e le effettive condizioni della proposta, né in occasione del primo contatto telefonico, né durante la prima visita a domicilio, né, infine, nel modulo contrattuale fatto sottoscrivere ai clienti.

15. Più precisamente, i contatti telefonici descritti nelle segnalazioni in atti continuano ad agganciare il consumatore nell'ambito di un'indagine di mercato (sulla crisi economica) promuovendo la consegna, o la visione, al domicilio dei consumatori di un catalogo di prodotti per la casa a prezzi molto convenienti¹²; il successivo primo incontro risulta ancora finalizzato a far sottoscrivere moduli asseritamente finalizzati a ricevere il codice cliente necessario per beneficiare di sconti in caso di futuri acquisti, sempre prospettati come non obbligatori¹³; i moduli in questione, al netto di alcune differenze grafiche del tutto marginali rispetto a quelli valutati nella delibera del 9 dicembre 2010, continuano a indicare un elenco di prodotti, a riportare notazioni scritte a mano dall'agente circa la necessità o l'importanza *"fondamentale"* di effettuare almeno un acquisto, e a inserire indicazioni specifiche sui prodotti acquistati o da acquistare nelle sezioni *"Note per l'agente"* e *"Modalità di pagamento"*¹⁴.

16. In definitiva, quindi, dalla documentazione agli atti emerge che, almeno nel periodo settembre 2011 – settembre 2012, i consumatori sono stati messi in grado di comprendere la reale natura della proposta commerciale del professionista e di conoscerne gli effettivi termini economici soltanto nel corso della seconda visita a domicilio, quando oramai sono già vincolati, in base al contratto sottoscritto in precedenza, ad acquistare i prodotti del catalogo, entro il termine di cinque anni e per un importo minimo di spesa significativo (oltre 2.000 euro). Pertanto, il professionista non ha posto fine alla pratica scorretta accertata nella delibera del 9 dicembre 2010, n. 21878.

⁹ [Cfr. docc. 9 e 10.]

¹⁰ [Cfr. doc. 11.]

¹¹ [Cr. doc. 13.]

¹² [Cfr. docc. 3, 4, 7, 9, 10, 13.]

¹³ [Cfr. docc. 1-4, 9, 10, 13.]

¹⁴ [Cfr. doc. 5.]

IV. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

17. 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 ai provvedimenti inibitori l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

18. 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, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

19. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, da un lato, della modesta dimensione economica del professionista e, dall'altro, dell'entità del potenziale impatto economico della pratica commerciale in esame, in considerazione della rilevanza degli impegni minimi di spesa ai quali i consumatori venivano inconsapevolmente indotti a vincolarsi.

20. Per quanto riguarda la durata della violazione, la pratica commerciale ha continuato a essere diffusa almeno nel periodo settembre 2011 – settembre 2012.

21. In considerazione di tali elementi si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Italia a Casa S.r.l. nella misura di 30.000 € (trentamila euro).

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che il comportamento della società Italia a Casa S.r.l., consistito nell'aver violato la delibera del 9 dicembre 2010, n. 21878, costituisce inottemperanza a quest'ultima;

b) di irrogare alla società Italia a Casa S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 30.000 € (trentamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera 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.

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

IL PRESIDENTE

Roberto Chieppa

Giovanni Pitruzzella