

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 agosto 2015;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 30 aprile 2015 , con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. DAVINIO ZANETTI, TITOLARE DELL'IMPRESA INDIVIDUALE ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO (ZION), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo ha

quale attività prevalente il commercio al dettaglio di materiale informatico (hardware e software) e accessoristica varia del settore elettronico e risultava operare attraverso il sito web individuato dal dominio *www.zionsmartshop.com*. Si evidenzia che il sito web attraverso il quale operava la Parte è posto in modalità *off line* almeno dalla data del 20 maggio 2015. Non risultano disponibili evidenze contabili per determinare il fatturato del professionista.

2. ALTROCONSUMO è un'associazione italiana di consumatori senza fini di lucro, la prima e la più diffusa, con oltre 370.000 soci. È nata nel 1973 sotto il nome di Comitato Difesa Consumatori. Si pone come obiettivo l'informazione e la tutela dei consumatori, attraverso le sue numerose pubblicazioni, i servizi di consulenza e l'azione di lobby politica a difesa dell'interesse generale tanto a livello nazionale che internazionale. L'associazione è infatti membro BEUC (organizzazione europea di consumatori) e di Consumers International. La sede nazionale è a Milano, ma vi sono anche rappresentanti regionali in Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio, Trento, Bolzano, Campania, Calabria, Sicilia, Sardegna, Umbria, Puglia e Abruzzo.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista nell'attività di vendita *on line* tramite il proprio sito web *www.zionsmartshop.com*., consistenti nelle seguenti pratiche commerciali: A) nel diffondere informazioni non veritiere circa la disponibilità ed i tempi di consegna dei prodotti offerti *on line*; B) nell'opporre difficoltà di varia natura ai consumatori, rispetto all'esercizio di taluni loro diritti contrattuali.

4. Con riferimento alla pratica A), nel periodo compreso tra febbraio e giugno 2015 sono pervenute all'Autorità 136 segnalazioni, con le quali i consumatori denunciavano di aver concluso *on line* contratti di vendita con il professionista, ma di non aver ricevuto la merce acquistata, nonché il mancato rimborso del prezzo pagato. In particolare, attraverso il proprio sito web, l'operatore avrebbe proposto in vendita alcuni prodotti indicandoli come disponibili ovvero impegnandosi ad inviarli entro un determinato termine, senza procedere successivamente alla consegna o consegnandoli con significativi ritardi.

5. In alcuni casi il professionista avrebbe inputato il ritardo nella consegna a generiche difficoltà insorte con i fornitori, offrendo comunque garanzie sulla

bontà della consegna dei prodotti ordinati e regolarmente pagati o mostrandosi disponibile alla restituzione del prezzo pagato, salvo poi non procedere in tal senso.

6. In particolare un consumatore segnala che il professionista non avrebbe adeguatamente evidenziato il fatto che i prodotti offerti non fossero disponibili presso i suoi magazzini ed inoltre avrebbe proceduto alla modifica dei termini di consegna (da 10 giorni a 15 giorni lavorativi) in una fase successiva all'ordine¹. In un'altra occasione il professionista, a seguito delle reiterate proteste di un acquirente per la mancata consegna di un telefono portatile, faceva riferimento a non meglio precisati problemi di gestione del personale e di surplus di ordini per giustificare l'inadempimento². Un altro consumatore, acquirente di uno *smartphone*, evidenzia che a seguito di numerose chiamate infruttifere procedeva a pubblicare una serie di reclami sulla pagina *facebook* del professionista. Quest'ultimo si affrettava a rimuoverle garantendo telefonicamente la consegna, che non è mai avvenuta³.

7. Un altro segnalante evidenzia che avrebbe proceduto all'acquisto di uno *smartphone* sulla base dell'informazione presente sul sito che questo risultava disponibile in 1.500 pezzi mentre, da accertamenti successivi, risultava che il prodotto non era più commercializzato da mesi dalla casa produttrice⁴.

8. Con riferimento alla pratica B) dalle segnalazioni pervenute si evidenzia come il professionista ha tenuto un comportamento dilatorio e fuorviante successivamente alla mancata spedizione, rassicurando i vari consumatori circa la possibilità di ottenere, in alternativa, il rimborso del prezzo pagato; circostanze che in realtà non si sarebbero poi verificate.

9. Tutti i consumatori lamentano di non aver ottenuto la restituzione del prezzo pagato per i prodotti ordinati e mai consegnati e di aver incontrato difficoltà a contattare l'impresa sia attraverso il telefono che attraverso i canali telematici⁵. A fronte di tale difficoltà, il professionista avrebbe telefonato ad un consumatore⁶, che aveva effettuato molte chiamate, per chiedere di cancellare i commenti negativi pubblicati su un blog a seguito della mancata consegna, minacciandolo di denuncia. Analoghe

¹ Segnalazione del 4 febbraio 2015 prot.15289

² Segnalazione del 5 marzo 2015 prot.21283

³ Segnalazione del 13 aprile 2015 prot.28443

⁴ Segnalazione del 16 aprile 2015 prot. 29302

⁵ Tra molte, segnalazione del 12 febbraio 2015 prot.16950, segnalazione del 19 febbraio 2015 prot.18324 e segnalazione prot. 21013 del 4 marzo 2015.

⁶ Segnalazione del 23 febbraio 2015 prot.18875.

intimidazioni sarebbero state rivolte ad un altro segnalante per il solo fatto di aver chiesto di essere rimborsato a seguito della mancata consegna dello *smartphone* ordinato⁷.

10. In un altro caso⁸ un consumatore, a seguito del recesso, si sarebbe dovuto recare personalmente presso la sede dell'impresa per ottenere la restituzione di quanto anticipatamente versato.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

11. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 13 marzo 2015 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10002. In tale sede è stata ipotizzata, per ciascuna delle condotte descritte al precedente punto II, l'integrazione di altrettante pratiche commerciali scorrette. Nello specifico è stata contestata:

- quanto alla pratica A), la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 22, comma 1 e 23, lettera e) del Codice del Consumo;

- quanto alla pratica B), la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo.

Nella stessa sede, il professionista è stato invitato a fornire alcuni dati e informazioni concernenti l'attività di commercio *on line* esercitata e gli ordini ricevuti attraverso tale canale, con particolare riguardo agli ordini rimasti totalmente o parzialmente inevasi.

12. Il professionista è intervenuto nel procedimento in data 7 aprile 2015 attraverso una nota con la quale faceva contestuale richiesta di accedere al fascicolo e di essere sentito in audizione. La richiesta di accesso agli atti veniva accolta in data 8 aprile 2015 e l'accesso agli atti si svolgeva in data 10 aprile 2015 tramite delegato del professionista. Anche la richiesta di audizione è stata positivamente riscontrata attraverso la fissazione della stessa per il giorno 15 aprile 2015.

13. Con provvedimento del 30 aprile 2015, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, l'Autorità ha disposto la sospensione della pratica relativa alla vendita di prodotti non disponibili nonché all'addebito dei costi sulla carta di credito di prodotti non

⁷ Segnalazione prot. 20057 del 27 febbraio 2015.

⁸ Segnalazione del 3 marzo 2015 prot. 20726.

realmente pronti per la consegna.

14. A seguito del provvedimento con cui veniva disposta la sospensione della pratica trasmesso al professionista in data 13 maggio 2015, il professionista, in data 19 maggio 2015, comunicava di aver oscurato il sito.

15. Il 1° giugno 2015 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

2) Le evidenze acquisite

Le argomentazioni difensive della Parte

16. Nel corso dell'audizione, svoltasi il 15 aprile 2015, la parte ha fornito la documentazione richiesta contestualmente all'avvio del procedimento e ha illustrato le procedure attraverso le quali svolge la sua attività, evidenziando che raccoglieva gli ordini attraverso il sito internet e attraverso il punto vendita fisico sito in Novara. L'operatore ha sottolineato che il processo di acquisizione iniziava solo dopo il pagamento del prezzo da parte del consumatore. Ha dichiarato inoltre che l'attività in questione era cresciuta a un ritmo sostenuto anche in considerazione di prezzi particolarmente competitivi - talvolta sottocosto - praticati ai consumatori. L'incremento delle vendite avrebbe determinato il mancato rispetto dei tempi di consegna indicati nel sito. Il professionista ha giustificato tale carenza contrattuale sottolineando che la modesta dimensione organizzativa rappresentava il motivo principale per il quale riusciva a praticare prezzi più bassi della concorrenza.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo internet, in data 23 giugno 2015 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

18. Con parere pervenuto in data 23 luglio 2015, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha limitato le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l'eventuale scorrettezza della medesima pratica. Su tale premessa, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che: (i) il consumatore, indotto alla consultazione

diretta del sito internet per ottenere informazioni potrebbe poi concretamente fruire delle prestazioni del professionista, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line; (ii) le segnalazioni sono convergenti nell'affermare che, al momento dell'invio dell'ordine, il prodotto scelto era dichiarato disponibile sul sito internet del professionista www.zionsmartshop.com.

19. Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Osservazioni preliminari

20. L'istruttoria in esame riguarda il settore dell'e-commerce, comparto in forte crescita e caratterizzato da una concorrenza molto accesa, nel quale la spersonalizzazione del rapporto d'acquisto indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista. Da qui la necessità di offrire all'utente, in modo chiaro e comprensibile, nella fase prodromica alla scelta d'acquisto, un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle caratteristiche essenziali dei prodotti venduti e alle modalità di esecuzione del relativo regolamento contrattuale, al fine di consentire al consumatore la verifica della convenienza della transazione e della conformità dei beni/servizi forniti alle dichiarazioni del professionista. Peraltro, considerate le caratteristiche e l'articolazione del mezzo Internet, un maggior dettaglio nell'offrire informazioni complete ed esaurienti, in modo chiaro e comprensibile, sin dal primo contatto con il consumatore, rispetto ad una transazione commerciale tradizionale, non comporta alcun maggior aggravio per il professionista⁹.

21. Nel settore dell'e-commerce gli obblighi informativi in capo al professionista permangono, sebbene con valenza diversa, anche a seguito dell'inoltro di un ordine: nella fase di esecuzione del rapporto di consumo rilevano, infatti, non solo la rapida esecuzione di una transazione ma anche la divulgazione di informazioni corrette sullo stato effettivo e sugli sviluppi

⁹ Cfr. PS/9192 Marco Polo Expert – Vendite On line

concreti di un ordine di acquisto. E ciò anche perché, attesa l'elevata concorrenza nell'e-commerce, se prontamente e adeguatamente informato sull'eventuale impossibilità di evadere l'ordine alle condizioni prospettate, il consumatore può sostituire agevolmente il professionista inadempiente con un suo diretto competitor.

Le pratiche commerciali di cui alle lettere A) e B) del punto II

Le condotte descritte alle lettere A) e B) del punto II del presente provvedimento integrano due pratiche commerciali distinte, in ragione della rispettiva autonomia strutturale derivante sia dalla diversa fase del rapporto di consumo cui ineriscono, sia dalle differenti modalità con le quali si concretizza l'influenza sul normale processo di formazione della volontà del consumatore, sia, infine, dalle specifiche finalità perseguite.

A) Informazioni relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna

22. Le osservazioni preliminari inducono a ritenere che le condotte del professionista relative alla promozione e vendita di prodotti sul sito non siano conformi al livello di diligenza professionale imposto dalle specificità dell'e-commerce e dal pertinente dettato normativo, bensì idonee a integrare una violazione delle norme a tutela del consumatore in materia di pratiche scorrette.

23. Si osserva infatti che, nella fase prodromica alla scelta d'acquisto, la comunicazione ai potenziali consumatori acquirenti sull'immediata disponibilità e sugli effettivi tempi di consegna dei prodotti offerti sul Sito si è rivelata in molti casi falsa e ingannevole. Ciò in quanto, ancorché nel primo contatto con il consumatore che si connette al Sito per effettuare un acquisto sono fornite informazioni in merito alla disponibilità dei prodotti e ai tempi di consegna, le evidenze istruttorie hanno dimostrato che il professionista promuove come immediatamente disponibile anche merce che tale non è.

24. Le informazioni diffuse sul Sito da parte del professionista, relative all'immediata disponibilità e agli effettivi tempi di consegna dei prodotti offerti *on line*, risultano idonee a indurre in errore i consumatori, che si determinano all'acquisto degli stessi prodotti proprio in ragione delle informazioni trasmesse nel primo contatto sul Sito, spingendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

25. E invero, dalle segnalazioni ricevute, dalle informazioni fornite e dal modello di business adottato dallo stesso professionista, risulta che i prodotti in offerta e acquistati dai consumatori non erano effettivamente nella disponibilità del professionista che procedeva ad acquistarli solo dopo aver ricevuto l'ordine da parte dei consumatori.

26. Il numero di operazioni non andate a buon fine, infatti, appare significativo sia in assoluto, ove si tenga conto dell'arco temporale interessato, sia, soprattutto, in considerazione del fatto che le segnalazioni appaiono rappresentative solo di una parte dei casi di mancata consegna.

27. In relazione a quanto esposto dai segnalanti che lamentano di non avere ricevuto la merce, anche a distanza di mesi dalla conclusione del contratto e dal pagamento del prezzo, si rileva che agli atti del fascicolo istruttorio vi sono vari documenti, allegati ad una serie di segnalazioni, da cui si evince con chiara evidenza il comportamento tenuto dal professionista nei confronti dei consumatori acquirenti. In particolare, deve evidenziarsi l'assoluta consapevolezza da parte del professionista di non essere in grado di adempiere alle obbligazioni assunte e di non aver sufficientemente chiarito di non disporre direttamente dei prodotti venduti ma di doverli acquistare ponendo in essere lo schema del c.d. *dropshipping*.

28. In particolare, proprio con riferimento a questo modello di business, la mancanza di magazzino che caratterizza tale modalità di organizzazione rileva, oltre che sotto il profilo dell'ingannevolezza delle indicazioni sulla disponibilità dei beni offerti in vendita, anche in termini di completezza delle informazioni fornite al consumatore. Infatti, la circostanza che il professionista si attivi per procurarsi il bene soltanto dopo aver ricevuto l'ordine, assume uno specifico rilievo ai fini della consapevolezza delle decisioni del consumatore medio il quale, ove correttamente ed esaustivamente informato sul punto, potrebbe optare per una diversa scelta commerciale.

29. In relazione a quanto sopra, la condotta del professionista risulta non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile nel caso di specie, considerato che l'esercizio di un'attività come quella svolta dal professionista, nella quale il contratto di compravendita viene concluso a distanza e l'invio del prodotto non è contestuale al pagamento del prezzo, impone, in base ai principi di buona fede e correttezza, di assicurare ai consumatori un'informazione completa e veritiera in merito alla reale disponibilità dei prodotti offerti, alle concrete possibilità di ottenerne la consegna e agli effettivi tempi della stessa.

30. Per quanto precede, la pratica commerciale *sub A)* deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b)* e 22, comma 1, del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'effettiva disponibilità dei prodotti offerti, alle concrete possibilità di ottenerne la consegna e agli effettivi tempi della stessa.

B. Ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali

31. Dalle evidenze istruttorie è emerso che pressoché tutti i segnalanti hanno incontrato difficoltà di vario genere a mettersi in contatto con il professionista, a ricevere informazioni veritiere circa le concrete modalità di consegna dei beni acquistati, ovvero di rimborso del prezzo pagato. Anche in presenza di ripetute sollecitazioni, dalle evidenze agli atti emerge la prospettazione da parte del professionista di giustificazioni "standard" e reiterate. Tali condotte risultano in grado di ostacolare e/o ritardare l'esercizio di diritti da parte dei consumatori, i quali proprio in ragione di tale comportamento possono essere stati indotti a non adottare o rinviare iniziative più incisive a tutela dei propri interessi.

32. L'omessa restituzione del prezzo a seguito della mancata consegna dei prodotti da parte del professionista costituisce, nel caso di specie, uno dei principali ostacoli all'esercizio di diritti nascenti dal rapporto di consumo. La scorrettezza della pratica appare ulteriormente rafforzata dal comportamento che il professionista ha tenuto in alcune occasioni nelle quali, anziché procedere tempestivamente e di propria iniziativa a rimborsare le somme percepite, ha invitato il consumatore ad attendere un ulteriore periodo, offrendo garanzie sull'imminente consegna.

33. Anche con riguardo a tale pratica, pertanto, sussiste un rilevante deficit di diligenza professionale, atteso che i principi di correttezza e buona fede impongono, in particolare nelle ipotesi di vendita a distanza e, ancor più, nel caso in cui l'addebito del prezzo sia preventivo rispetto alla consegna dei prodotti, di soddisfare l'essenziale interesse del consumatore alla restituzione del prezzo pagato per la merce non ricevuta.

34. Le argomentazioni difensive esposte nel corso dell'audizione¹⁰ non superano peraltro le censure proposte in sede di avvio evidenziando una carenza di diligenza professionale nel momento in cui il professionista

¹⁰ Cfr. par. 17.

evidenzia la quasi assenza di servizi post-vendita per i consumatori giustificando tale scelta con la necessità di contenere i costi e poter praticare prezzi particolarmente bassi.

35. Per quanto precede, la pratica commerciale *sub B)* deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive od ostruzionistiche, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

37. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

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

39. Con riguardo alla pratica commerciale *sub A)*, nel valutare la gravità della violazione, si tiene conto: *i)* della pluralità dei profili di ingannevolezza accertati; *ii)* della modalità di diffusione dell'offerta attraverso internet; *iii)* dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante per i consumatori.

40. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quanto meno tra febbraio e giugno 2015.

41. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Davinio Zanetti,

titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO nella misura di 60.000 € (sessantamila euro).

42. Rispetto alle condotte descritte al punto II, lettera B), nel valutare la gravità della violazione si tiene conto dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori.

43. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quanto meno tra luglio 2014 e maggio 2015.

44. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, nella misura di 60.000 € (sessantamila euro).

45. In riferimento alle misure apportate dal Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, nel corso del procedimento, per le condotte *sub* A) e *sub* B) si osserva che le stesse risultano prive di rilievo in quanto adottate a seguito e in ottemperanza al provvedimento cautelare del 30 aprile 2015.

CONSIDERATO che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel parere espresso ha rilevato che lo strumento utilizzato per diffondere la pratica commerciale *sub* lettera A) (Internet) oggetto del procedimento è idoneo a realizzare ed amplificare significativamente l'attuazione della medesima pratica;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* A) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20 e 21, comma 1, lettera *b*) e 22, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli circa la disponibilità dei prodotti ed i tempi di consegna, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'effettiva disponibilità dei prodotti offerti, alle concrete possibilità di ottenerne la consegna ed agli effettivi tempi della stessa;

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* B) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive od ostruzionistiche, a condizionare indebitamente il consumatore medio in

relazione all'esercizio di diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A) del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 21, comma 1, lettera b) e 22, comma 1, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B) del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare al Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, relativamente alla pratica A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 60.000 € (sessantamila euro);

d) di irrogare al Sig. Davinio Zanetti, titolare dell'impresa individuale ZION SMART SHOP DI ZANETTI DAVINIO, relativamente alla pratica B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 60.000 € (sessantamila euro);

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando 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.

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

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE f.f.
Salvatore Rebecchini