



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 marzo 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 4 agosto 2016, con il quale è stata deliberata l’adozione di misure cautelari, ai sensi dell’articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 18 gennaio 2017, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Dexcar Autovermietung UG (di seguito, “Dexcar in qualità di professionista ai sensi dell’articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo, è una società con sede a Essen, Germania, che promuove e svolge

attività di noleggio di autoveicoli. La società ha fatturato nel 2015 [1-10 milioni di euro]*.

2. Asap Holding S.p.A. (già Asapmarkets Europe S.r.l.) nella qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, svolge attività di commercio elettronico di articoli nel settore dell'informatica, dell'elettronica, dell'automotive e altri. La società nell'esercizio chiuso nel dicembre 2015 presenta ricavi pari a circa 507.000 euro.

3. Bizeta Web s.a.s. di Caser Roberto & C. nella qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo ha per oggetto la produzione, l'impostazione e la manutenzione di multimedia cd-rom, siti internet, con creazione, pubblicazione e promozione di homepages.

4. Raggio Verde s.n.c. di Berthoud Alessio & C. nella qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, svolge attività di commercio al dettaglio di apparecchiature telefoniche e servizi di telefonia. La società presenta nell'esercizio chiuso nel dicembre 2015 ricavi per circa [100.000-200.000 euro].

5. Tronchin Auto S.r.l. nella qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società svolge attività di commercio di autovetture e di altri autoveicoli leggeri. La società ha realizzato nel 2014 ricavi per 340.243 euro.

6. Trentatre S.r.l. nella qualità di professionisti ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, svolge commercio al dettaglio di articoli per la telecomunicazione. Nel 2015 la società ha realizzato un fatturato pari a 2.653.168 euro.

7. Il Movimento Consumatori – Coordinamento Regionale Puglia e il Centro Europeo Consumatori Utenti – Verbraucherzentrale Südtirol – di Bolzano in qualità di associazioni di consumatori, preposte alla tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori e degli utenti.

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

II. LA PRATICA COMMERCIALE

8. La pratica posta in essere dal professionista Dexcar, anche per il tramite di altri professionisti, si sostanzia nella promozione e gestione di un sistema di noleggio di autoveicoli (asseritamente appartenenti ai “*brand più prestigiosi del settore automobilistico*”) a lungo termine denominato *Programma Marketing bonus auto* ovvero *Community car rental free*.

Dexcar promette, a fronte dell’ingresso e partecipazione al programma e del versamento della relativa quota di ingresso, la possibilità di fruire di un noleggio gratuito per 24 mesi di autoveicoli di proprietà della stessa Dexcar, nonché l’assegnazione al consumatore aderente di buoni benzina o di altri *bonus* (c.d. “*moneta virtuale*” o “*Dexcoin*”) di un certo valore economico, da usare per gli acquisti su una propria piattaforma di *e-commerce*.

9. Il sistema di progressione “*Community car rental free*”, è articolato su 6 diversi sistemi di tabelle principali (o matrici) di 4 livelli ciascuna, identificate rispettivamente - dal livello più basso a quello più alto a seconda del valore economico del veicolo al cui noleggio si aspira - con i colori blu, verde, arancione, grigio, giallo e nero. Il sistema si è sviluppato inizialmente sulle tabelle blu (auto di piccola e media cilindrata), mentre da ottobre 2015 è iniziato la tabella verde e da febbraio 2016 quella arancione.

10. L’ingresso del consumatore può avvenire sia nella c.d. tabella “principale” che in una tabella c.d. “preliminare”. Nel caso in cui richieda l’inserimento nella “tabella principale” di colore blu, egli dovrà versare la somma di 1.950 euro.

L’ingresso nella tabella preliminare “blu” richiede un versamento di una quota inferiore, pari a 547 euro¹.

Tali ordini, che vengono definiti “preordini”, rappresentano il 99% del totale. È possibile accedere alla Tabella superiore pagando l’intero corrispettivo di ingresso.

11. Il sistema necessita, per acquisire il noleggio e altri vantaggi, di avanzare sulle tabelle, avanzamento che avviene solo in virtù dell’ingresso costante di nuovi clienti che, a loro volta, effettuano un ordine. Tutte le tabelle sono composte da quattro livelli.

Ogni tabella infatti ha, al primo livello, 8 posizioni, al secondo livello, 4 posizioni, al terzo livello, 2 posizioni e, al quarto, 1 posizione.

¹ Gli importi da corrispondere per gli ordini al momento dell’avvio del procedimento erano minori (variando da 390 euro per le tabelle preliminari blu a 1.710 euro per le tabelle principali blu) come dimostrato anche dalla tabella riepilogativa degli “ordini” di noleggio Dexcar prodotta da Asap Holding - doc. 35.

Ad ogni inserimento di 8 nuovi ordini nel primo livello della tabella, si ha un avanzamento del soggetto aderente al livello successivo e lo sdoppiamento della tabella.

Una volta completati i 4 livelli di una tabella – vale a dire se entrano 32 ordini nuovi, pari a 8 ordini per ciascuno dei 4 livelli di cui si compone la tabella, il soggetto aderente esce dalla tabella/matrice e viene inserito in un'altra tabella/matrice identica, sempre al livello 4, e prosegue il suo avanzamento con il medesimo criterio, vale dire attraverso l'ingresso di nuovi ordini².

L'avanzamento è anche possibile per l'inserimento di c.d. ordini *Corporate* da parte della medesima Dexcar, ovvero grazie a ordini *Vip*³.



² Le tabelle sono state tratte dal doc. 75, all. 19.

³ Gli “ordini Vip” sono ordini generati dai clienti Vip stimati a novembre 2016 in numero di 6000. Per essere clienti Vip occorre essere clienti Dexcar e presentare almeno altri due clienti. Gli “ordini Corporate” (stimati in previsione e con largo margine al 2018 in 4.000) vengono immessi da Dexcar nel programma di autonoleggio a seguito degli introiti derivanti dalle ulteriori attività – di: (i) noleggio a lungo termine – contraddistinte dalla denominazione “Dexcar now” - che Dexcar ha intrapreso a partire da febbraio 2016; (ii) re-marketing (rivendita) delle autovetture date a noleggio con il “Programma marketing bonus auto – Community car rental free”, alla scadenza del termine (24 mesi) di durata del noleggio, non ancora implementata.

Come si passa al livello successivo

La tabella si divide
in modo che tutti possono avanzare al Livello successivo.

Un nuovo Livello1 viene creato per i nuovi ordini.



12. Quando il consumatore aderente abbia completato almeno due cicli in tabelle principali è prevista la consegna dell'autoveicolo da parte di Dexcar. Nel caso di inserimento nella tabella preliminare, al fine di ricevere il servizio prenotato, il consumatore dovrà completare quindi una tabella in più rispetto a chi effettua un ordine direttamente nella tabella principale, che richiede il versamento di una quota maggiore.

**RAGGIUNGERAI
L'ASSEGNAZIONE DELLA TUA
AUTO QUANDO**

avrà superato **PER 2 VOLTE** il Livello 4 di una tabella
Principale.

Tuo Ordine	↓							
Livello 1	X	X	X	X	X	X	X	X
Livello 2	X	X	X	X				
Livello 3	X	X						
Livello 4	X							

Tabella successiva



13. La promozione del sistema è affidata a concessionari e agli advisor. Questi ultimi sono persone fisiche e/o giuridiche, che dopo aver aderito al programma, si impegnano con il professionista Dexcar a promuoverne

l'adesione presentando nuovi clienti da inserire nel sistema, raccogliendo gli ordini e trasmettendoli al professionista.

14. Le provvigioni degli advisor sono a carattere progressivo e correlate all'inserimento di altri ordini. In particolare, vi è una provvigione per ogni un nuovo ingresso e per ogni passaggio di livello al completamento della tabella. Ogni tabella ha un codice identificativo alfanumerico cui corrisponde un advisor.

15. La promozione del sistema è avvenuta con varie modalità e attraverso diversi canali:

- 1) numerosi siti internet e blog tra cui *www.dexcar.ch* *www.dexcar.it*, *www.solvipa.it*, *www.autonuovazerocosti.blogspot.it*, *www.autogratitalia.it*, *www.jobike.it*, *www.rocco.noleggioautogratis.com*, *www.facebook.com*, *www.soluzioneguadagno.it*, *www.saluteambientebenessere.it*, *www.versoluno.com*, *www.soluzionireferenze.it*, *www.maurobo.net*, *www.noleggio-auto-per-due-anni-quasi-gratis.soluzionireferenze.it/*, *www.ngcar390.twnextgeneration.com*, *www.facebook.com/soloautonuovecostozero/*;
- 2) video promozionali apparsi su *you tube*;
- 3) affissioni mobili poste sulle fiancate delle autovetture oggetto di noleggio recanti la scritta “*Vuoi guidarmi gratis? Chiedimi come!*” seguito da un codice a matrice utile per mettersi in contatto con un *advisor*;
- 4) incontri promozionali o *convention* tenuti in strutture alberghiere;
- 5) un messaggio redazionale apparso sul quotidiano *Il sole 24 Ore*, il 29 febbraio 2016 dal titolo “*Arriva dalla Germania Dexcar, il noleggio auto a rata “0” che* descrive ed enfatizza i vantaggi del sistema e lo colloca nell’ambito della c.d. “*sharing economy*”.

16. Alcuni tra i claims impiegati nelle comunicazioni diffuse a mezzo web presentavano i seguenti contenuti: “*Noleggio auto a lungo termine a costo zero*”, “*Il sistema Dexcar. Scopri come funziona il sistema che ti promette di noleggiare gratis la tua nuova auto!*”, “*Dexcar offre a tutti i suoi clienti il noleggio di auto nuove a costo zero, senza canone mensile e la possibilità di cambiare auto ogni due anni senza costi aggiuntivi*”, “*Dexcar – Community Car Rental Free - Possedere gratuitamente un’automobile ora si può*”, “*Preparati a qualcosa di nuovo... il nuovo modo di guidare un’auto a costo zero*”, “*L’unico noleggio auto che si azzera e ti ripaga!*” e simili.

Nelle comunicazioni promozionali venivano inserite indicazioni volte a legittimare l’affidamento in merito alla consegna non solo certa del veicolo,

ma anche ottenibile in un certo determinato tempo. In tal senso i *claims* che recitano “*per avere tutto questo sei disposto ad aspettare 7/8 mesi, per poi guidare automobili nuove a COSTO ZERO per SEMPRE?*”. Tale tempistica in alcuni messaggi si afferma possa essere ridotta in quanto “*Basta essere CLIENTE DEXCAR e ... far conoscere Dexcar ad almeno 2 nuovi Clienti (...) per poter ottenere un “Ordine Aggiuntivo VIP in Preliminare Blu” e di conseguenza accelerare i passaggi previsti per l’ottenimento dell’auto*”.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L’iter del procedimento

Preistruttoria

17. In data 16 marzo 2016 sono state richieste informazioni alla testata Il Sole 24 ore in merito alla committenza del messaggio apparso sulla medesima il 29 febbraio 2016. In data 23 marzo 2016 la testata ha indicato la società Dexcar Autovermietung UG quale committente del redazionale.

18. In data 3 e 28 giugno 2016 sono pervenute alcune informazioni richieste alla Guardia di Finanza, *Nucleo Speciale Antitrust*, ove si riferiva dello svolgimento di alcuni eventi volti alla promozione del sistema Dexcar organizzati presso alcune strutture alberghiere e fatturati (per la prenotazione della struttura) ai diversi professionisti.

Gli eventi cui si riferisce la documentazione trasmessa sono: un evento svolto presso il Relais Bellaria di Bologna nel maggio 2015 fatturato alla società ASAPMarkets Europe S.r.l. e un evento, svolto presso il Centro Fiera di Montichiari nel dicembre 2015, fatturato a Raggio Verde S.n.c.; tre incontri svolti nel periodo ottobre –dicembre 2015 presso AS Hotel di Limbiate fatturati direttamente a Dexcar AG; sette eventi svolti presso l’Hotel Best Western di Silea nel periodo novembre 2015- febbraio 2016 fatturati alla società Bizeta WEB s.a.s.; due eventi nella stessa struttura risalenti al periodo marzo-aprile 2016 e fatturati alla società Tronchin Auto Sr.l. ed uno risalente a marzo 2016 fatturato alla società Trentatre S.r.l.

19. Inoltre, dalle informazioni fornite dallo stesso *Nucleo Speciale Antitrust* è risultato pendente, presso la Procura di Biella, un procedimento penale nei confronti di alcuni dei soggetti coinvolti nel sistema di autonoleggio Dexcar. Nell’ambito di tale azione penale il Giudice ha disposto il sequestro

preventivo con oscuramento del sito www.dexcar.ch, a partire dal 10 giugno 2016.

Istruttoria

20. Con riferimento alla pratica sopra descritta, in data 11 luglio 2016, sulla base delle segnalazioni pervenute nel corso del 2015 e del 2016 da parte del Movimento Consumatori - Puglia e del Centro Europeo Consumatori Utenti di Bolzano, nonché di singoli consumatori e alla luce delle informazioni acquisite d'ufficio è stato comunicato alla società Dexcar Autovermietung UG (di seguito, Dexcar) e agli altri professionisti Raggio Verde s.n.c., Asapmarkets Europe S.r.l., Bizeta Web s.a.s., Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l., l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10049 per possibile violazione degli articoli 20, 21 comma 1, lettere b), c) e g), nonché dell'articolo 23, lettera p), del Codice del Consumo.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata la scorrettezza delle modalità adottate da Dexcar e dagli altri professionisti e incaricati alla promozione e diffusione del sistema di autonoleggio Dexcar. I professionisti, infatti, avrebbero fornito una rappresentazione incompleta, poco trasparente e non veritiera con riguardo ai termini, alle condizioni, ai diritti dei consumatori e al prezzo dei servizi reclamizzati, nonché in merito alla disponibilità, tempistica ed effettiva consegna degli autoveicoli e dei "bonus", alle modalità di acquisto sulle piattaforme di e-commerce, e all'impiego della non meglio definita moneta virtuale denominata "Dexcoin".

Inoltre, con particolare riferimento alle modalità di conseguimento delle autovetture Dexcar nell'ambito del programma Marketing Bonus Auto si è ipotizzato che le stesse integrassero tipiche condotte di vendite piramidali, in quanto gli introiti potenzialmente conseguibili dal professionista deriverebbero non già dalla vendita dei servizi ai consumatori, bensì dalle quote di ingresso dei consumatori aderenti al sistema che sarebbero incentivati al reclutamento di altri consumatori.

21. Nella comunicazione di avvio Dexcar e gli altri professionisti sono stati invitati, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 8 giorni dal suo ricevimento, in merito alla valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche suddette, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo.

22. In data 14 luglio 2016 sono pervenute le memorie difensive, di Asap Holding S.p.A. che ha dichiarato di aver rivestito il ruolo di concessionario

Dexcar fino a dicembre 2015.

23. In data 20 luglio 2016 sono pervenute le memorie difensive del professionista Dexcar che ha dichiarato di aver già sospeso l'attività di accettazione degli ordini come conseguenza dall'oscuramento del sito *www.dexcar.ch* disposto, a far data dal 10 giugno 2016 dalla Procura di Biella, presso cui pende un'azione penale per vendita piramidale illecita *ex lege* 173/2005. In data 2 agosto 2016 è pervenuta una comunicazione di Tronchin Auto S.r.l. che rivendicava la propria estraneità al procedimento.

23. In data 4 agosto 2016 l'Autorità ravvisando profili di gravità ed urgenza – anche in ragione dell'evidenza di ulteriori attività promozionali del sistema di autonoleggio Dexcar programmate fino a settembre 2017, ad esempio sul sito *www.eventbrite.com* - ha adottato il provvedimento cautelare disponendo che i professionisti sospendessero ogni attività diretta a promuovere e a far aderire al sistema di autonoleggio avviato da Dexcar.

24. Con comunicazione dell'8 agosto 2016 la società intestataria del sito *www.soluzionireferenze.it* ha reso noto di essere un mero distributore di contenuti e, comunque, di aver provveduto ad eliminare ogni contenuto riferito a Dexcar dalle pagine del proprio sito.

25. In data 11 agosto 2016 è pervenuta una nota difensiva di Raggio Verde s.n.c. con la quale il sig. Berthoud, amministratore della società, rivendicava l'estraneità della società al sistema, sottolineando di aver collaborato a titolo personale alla diffusione dello stesso.

26. ASAP Holding S.p.A. ha prodotto un'ulteriore memoria il 19 agosto 2016, ribadendo l'avvenuta cessazione di qualsiasi rapporto con Dexcar volto a gestire promuovere o far aderire i consumatori al sistema Dexcar.

27. In data 5 settembre 2016 il professionista Dexcar avanzava istanza di riesame del provvedimento cautelare, chiedendo altresì di essere sentito. L'Autorità ha rigettato l'istanza di riesame in data 14 settembre 2016 per insussistenza di elementi di fatto o di diritto nuovi atti a giustificare una modifica del provvedimento⁴.

28. In data 7 novembre 2016 si è svolta l'audizione richiesta dal Professionista, che in pari data, ha prodotto due relazioni tecniche e presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo richiedendo nel contempo lo svolgimento di ulteriori iniziative istruttorie.

29. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 15 dicembre 2016 in ragione della sussistenza dell'interesse a procedere

⁴ In data 16 settembre 2016, il Tar Lazio ha respinto la domanda cautelare presentata dal professionista per la sospensione del provvedimento d'urgenza adottato dall'Autorità, non rinvenendone i presupposti di cui all'art. 55 c.p.a. per la concessione in relazione al pregiudizio dedotto.

all'accertamento e alla circostanza che la pratica si configurava come “*manifestamente scorretta e grave*”, in ragione dell’ampio numero di consumatori coinvolti.

30. In pari data, l’Autorità ha rigettato le ulteriori istanze istruttorie volte a sollecitare ulteriori approfondimenti istruttori ritenendo, da un lato, sufficientemente ampia la documentazione acquisita, dall’altro che le relazioni tecniche depositate in allegato alla memoria del 7 novembre 2016 non presentassero aspetti di dubbia interpretazione.

31. In data 18 gennaio 2017 è stata inviata alle parti la comunicazione del termine della fase istruttoria che veniva fissato al 9 febbraio 2017.

32. In data 6 e 8 febbraio 2017 sono pervenute le note conclusive della società Raggio Verde unitamente alla rendicontazione economica della società. In data 8 febbraio 2017 è pervenuta la nota conclusiva della società Asap Holding corredata anche dalle informazioni di bilancio richieste.

2) *Le evidenze acquisite*

Segnalazioni

33. Le Associazioni di Consumatori segnalanti hanno rilevato, anche sulla base delle denunce dei consumatori, come il sistema Dexcar integrerebbe una palese violazione dell’art. 5 della legge 17 agosto 2005 n. 175, in quanto fondato sul mero reclutamento di nuovi soggetti e non sulla capacità di vendita o promozione di beni o servizi. Il piano degli ordini avrebbe, infatti, un evidente effetto di *Catena di Sant’Antonio* replicabile all’infinito e, come tale, avvantaggerebbe i primi aderenti che hanno maggiore possibilità di riuscita rispetto a coloro che entrano nel sistema successivamente. In molte occasioni i consumatori aderenti avrebbero segnalato delle difficoltà di avanzamento sulle Tabelle di assegnazione e Dexcar non avrebbe consegnato gli autoveicoli, nonostante i consumatori avessero maturato il diritto a riceverli.

L’attività promozionale e distributiva

34. L’attività promozionale e commerciale della Dexcar è iniziata alla fine del 2014 e ha avuto regolare corso quantomeno fino a settembre 2016 . Essa si è svolta attraverso diversi canali, tra cui siti internet, blog e anche incontri illustrativi tenuti presso sale all’uopo affittate.

Infatti, nonostante la società abbia dato ampia rassicurazione sull'avvenuta cessazione dell'attività di reclutamento di consumatori italiani a seguito del provvedimento di sospensiva e dell'intervento della Procura di Biella, la documentazione in atti testimonia la riscossione da parte di Dexcar di ulteriori canoni di adesione al sistema effettuati fino a settembre 2016⁵.

Così sul sito *www.eventbrite.com* risultavano programmati, rispettivamente per il 30 e 31 luglio 2016, nonché per il 10 settembre 2016 corsi di formazione per "Advisor Dexcar" per il Centro Italia – Roma e per il Sud Italia dedicati a tale sistema di autonoleggio, cui è possibile iscriversi per prendervi parte⁶.

35. Come confermato dal professionista⁷, tra ottobre 2014 e giugno 2016 nell'ambito del *Programma marketing bonus auto – Community car rental free* sono stati acquisiti circa 22.000 ordini complessivi a fronte dei quali sono stati consegnate ai consumatori italiani circa 200 auto, di cui il 60% a soggetti che rivestivano anche la qualifica di Advisor (promotore). Ulteriori 40 vetture sono state consegnate in relazione al diverso servizio di autonoleggio a pagamento a lungo termine (denominato *Dexcar now*) implementato da gennaio 2016. I veicoli Dexcar sono immatricolati in Germania, hanno targa tedesca, e vengono di regola consegnati in Germania salvo che l'utente non chieda, a proprie spese, la consegna in Italia.

36. Quanto alla consegna dei buoni carburante la documentazione prodotta da Dexcar - peraltro interamente in lingua tedesca - consiste per quanto è possibile comprendere in alcune decine di ricevute di consegna di buoni carburante, ognuno dei quali di importo variabile da 50 a 150 euro riferite ai primi mesi del 2016, di alcune gift card in moneta *dexcoin* e di ulteriori fatture relative a buoni carburante, ciascuno mediamente del valore di 50 euro consegnate per il tramite dello spedizioniere UPS a consumatori italiani e non. Secondo le dichiarazioni di Dexcar si tratterebbe di buoni elargiti ai consumatori in uscita dalle tabelle preliminari e principali. Un documento riepilogativo in atti sembrerebbe attestare tra settembre 2015 e maggio 2016 l'acquisto di buoni carburante da parte di Dexcar per un importo complessivo di oltre 700.000 euro.

37. La documentazione prodotta da Dexcar dà atto della consegna di alcune decine di veicoli di piccole e media cilindrata tra la fine del 2015 e nel corso del 2016⁸. Le fatture depositate, inoltre, dimostrano l'acquisto da parte di

⁵ Doc. 75 , all. 14 fatture nn. 17286 del 30 agosto 2016 e 17974 del 29 settembre 2016.

⁶ Cfr. doc. 42.

⁷ Verbale audizione Dexcar, doc. 70.

⁸ Doc. 75, all. 13.

Dexcar – nel corso degli anni 2015-2016 di circa 200 auto per lo più di piccola/media cilindrata (ad es. Polo, Opel Corsa, Smart.Forfour).

La fase di reclutamento

38. Nel sistema Dexcar assume rilievo la fase di reclutamento, disciplinata contrattualmente, attraverso l'adesione del cliente al programma al momento dell'effettuazione dell'ordine che prelude all'inserimento in una delle tabelle principali o preliminari, ovviamente correlato a versamenti diversificati nel *quantum* (547/1.950 euro per l'autovettura utilitaria, tabella blu).

Il sistema, infatti, prevede che il cliente che effettua un ordine versi una somma di denaro a seconda della tipologia di tabella in cui intende essere inserito (le tabelle si diversificano in relazione alla tipologia di auto – di piccola, media o grande cilindrata – a cui si aspira per il noleggio e sono individuate con un codice alfanumerico e colori diversi). I versamenti richiesti devono essere effettuati al momento dell'ordine; essi variano da un minimo 547 euro⁹ richiesti per essere inseriti in una tabella preliminare blu¹⁰ e aspirare al noleggio di auto il cui valore commerciale è di 15.000 euro (ad es. Opel e Smart) fino a oltre 16.000 euro¹¹ per auto il cui valore commerciale può arrivare a 130.000 euro (ad. es. Porsche, Maserati)¹².

39. Il consumatore, in fase di adesione al programma, ne sottoscrive termini e condizioni.

In tal modo il consumatore riconosce e accetta espressamente di dover sostenere la *Community* e di contribuire allo sviluppo della stessa anche attraverso la promozione dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Seppure non sussista un espresso obbligo di presentazione di altri clienti, il contratto enuncia chiaramente che il successo dell'iniziativa si basa *sull'impegno* della comunità di acquirenti e del singolo acquirente che effettuano gli ordini.

40. Sempre nelle condizioni di adesione una clausola riguarda i clienti c.d. Vip. Si tratta di clienti che hanno aderito e presentato almeno due nuovi clienti alla società. Gli Ordini c.d. Bonus Auto Customer Vip sono creati come premio per i clienti del portale e andrebbero a vantaggio anche

⁹ In realtà l'importo richiesto si compone di una quota auto (497 euro) e una quota dovuta come "Internet fee" (50 euro).

¹⁰ L'inserimento nella tabella preliminare verde ha un costo di 947 euro.

¹¹ Il sistema, alla data di avvio del procedimento, per tali tipologie di auto, non era ancora stato implementato e, comunque, anche per tale importo, nella cifra complessiva erano incluse una c.d. "quota auto" e una quota dovuta per "internet fee"

¹² Solo un numero molto esiguo di fatture depositate dal Professionista si riferisce all'acquisto di auto di questa gamma.

dell'intera Community, in quanto sarebbero progettati per agevolare la progressione degli ordini inseriti - secondo quanto dichiarato da Dexcar - nelle tabelle più lente (unitamente agli ordini Corporate).

Tra i Termini e Condizioni di adesione è espressamente previsto che potrebbe non essere possibile evadere gli ordini e, quindi, consegnare l'auto entro il termine di 24 mesi, sia nel caso di inserimenti in tabelle preliminari, sia nel caso di inserimento in tabelle principali. In tali casi, si prevede la restituzione, ove richiesto al cliente di parte, dell'importo versato decurtato da una quota asseritamente dovuta per la lavorazione dell'ordine. Nella realtà, il termine di 24 mesi nella quasi totalità dei casi non è rispettato e la circostanza che il cliente possa, in tali ipotesi, recedere dal contratto chiedendo il rimborso di quanto versato, al netto della quota dovuta per *elaborazione dell'ordine*¹³ e di eventuali buoni carburante già corrisposti, è del tutto astratta e priva di alcun sostegno documentale.

Il piano di compensazione

41. La promozione del sistema è affidata agli advisor, persone fisiche e/o giuridiche che sottoscrivono un contratto con il professionista avente ad oggetto la promozione del “*Programma marketing bonus auto – Community car rental free*” e l'adesione allo stesso. Gli advisor si impegnano con Dexcar a svolgere - in forma autonoma quanto al mezzo, ma veicolando contenuti informativi approvati da Dexcar - attività di promozione e propaganda dei servizi Dexcar dietro corresponsione di un piano remunerativo a carattere progressivo correlato all'inserimento di altri ordini.

42. L'advisor, infatti, raccoglie ordini dai consumatori e li trasmette a Dexcar. Nel caso di un ordine proveniente da un advisor opera il meccanismo del *follow me*, in virtù del quale gli ordini procacciati dall'advisor vengono inseriti nella tabella in cui si trova il promotore medesimo, subordinatamente alla condizione che gli ordini abbiano la stessa quota di ingresso dell'advisor, vi sia capienza nella tabella e lo stesso advisor abbia un ordine inserito nella tabella¹⁴.

Sugli affari segnalati, sia direttamente dall'advisor, sia promossi da incaricati selezionati dallo stesso advisor, andati a buon fine, viene riconosciuto all'advisor un trattamento provvigionale che comporta il pagamento di un

¹³ Tale quota come si evince dalla tabella di riferimento allegata alle condizioni e termini di adesione varia da un minimo di 165 euro nel caso di versamento base fino ad un massimo di oltre 7.000 euro nel caso di ordini di tabelle principali di fascia alta.

¹⁴ Verbale di audizione del 7 novembre 2016- doc. 70.

importo per ogni inserimento iniziale in tabella e per ogni passaggio di livello. L'advisor, infatti, può anche coordinare un gruppo di propri incaricati personalmente selezionati.

43. Gli advisor ad oggi sono circa 1000 e per iniziare l'attività, oltre ad essere clienti Vip, sono tenuti a partecipare a un corso di formazione¹⁵, a cura di altri incaricati Dexcar.

44. L'advisor ottiene un bonus crescente “*per ogni ordine personale*” che entra al primo livello della tabella: il corrispettivo dell'advisor è pari a 50 euro per l'inserimento nella tabella preliminare blu e 100 euro nella tabella blu.

Inoltre, l'advisor riceve un bonus identico al momento del completamento della tabella, ovvero quando un “*ordine*” ha completato il suo percorso e passa alla tabella successiva.

45. E ancora il sistema prevede a favore dell'advisor ulteriori incentivi sulla base della valutazione trimestrale della sua performance, effettuata con l'assegnazione di un punteggio (che varia a seconda della tabella 5 punti per la preliminare blu, 10 punti per la principale blu e via di seguito) cui corrisponde una remunerazione aggiuntiva¹⁶.

3) *Le argomentazioni difensive delle Parti*

Le argomentazioni difensive del professionista Dexcar

46. Con le memorie pervenute il 19 luglio 2016, il 5 settembre e il 7 novembre 2016, nonché nel corso dell'audizione svolta il 7 novembre 2016, Dexcar ha sostenuto che il proprio sistema *Programma Marketing Bonus Auto* ovvero *Community rental free* non avrebbe carattere di vendita piramidale, ma integrerebbe una forma di economia collaborativa in quanto non vi sarebbe alcun obbligo di reclutamento in capo ai soggetti aderenti.

47. Il Programma contempla una “*vendita*”, vale a dire la vendita di servizi di autonoleggio ai consumatori che hanno attivato il corrispondente ordine, a nulla rilevando il fatto che il conseguimento dell'autoveicolo sia differito nel

¹⁵ Il corso per gli Advisor è gratuito per quanto riguarda il materiale didattico e la formazione in aula, ma prevede il pagamento dell'importo di 197 euro asserritamente dovute per spese di vitto e alloggio per due giorni in hotel. Durante il corso vengono illustrate le caratteristiche del sistema mediante proiezione di un'apposita presentazione predisposta da Dexcar.

¹⁶ A seconda del punteggio ottenuto su base trimestrale, l'Advisor può guadagnare la qualifica di Advisor Platinum, Gold, Silver e Bronze, ottenendo per ogni punto una somma in euro che potrebbe costituire una remunerazione extra che - secondo la prospettazione - del sistema può arrivare a guadagnare circa 10.000 euro al mese (nel caso dell'advisor di Platinum) doc. 76, all. 19. Non vi sono in atti, prove documentali di simili remunerazioni.

tempo e disciplinato da determinate disposizioni contrattuali, accettate dal cliente al momento dell'adesione. Peraltro, se il cliente non ottiene l'autoveicolo nei 24 mesi, Dexcar restituisce parte dell'importo versato all'atto dell'ordine.

48. Per come è articolato il sistema non sussiste un rapporto di consequenzialità tra l'inserimento da parte dell'Advisor o del cliente di un ordine ed il successivo avanzamento in Tabella da parte dello stesso advisor/cliente che ha inserito tale ordine. Infatti, il sistema informatico sotteso al Programma consente di redistribuire gli ordini in modo da evitare che la *Tabella* più lenta sia svantaggiata a lungo ovvero inserendo nelle tabelle più lente gli ordini *Vip* o *Corporate* di cui sopra.

49. Inoltre, pur essendovi dei guadagni per Dexcar in ragione dell'entrata di altri consumatori nel sistema, le autovetture possono essere conseguite anche grazie alle "iniziative aziendali" (ad es. attraverso gli ordini corporate di cui sopra). Tale circostanza fa venire meno il requisito della "prevalenza" dell'attività di "reclutamento" rispetto a quella della vendita di beni o di servizi.

50. Come si evince dal sito *www.dexcar.ch* ante oscuramento, nonché dai "*Termini e condizioni programma auto*" che il cliente è tenuto ad accettare espressamente con apposizione del segno di "*spunta*" sul portale "*Dexcar*" al momento in cui effettua l'ordine non vi sarebbe traccia, né dell'obbligo di reclutamento e/o di acquisto merci o altri servizi, ovvero di versamento di somma di rilevante entità senza una reale controprestazione. In realtà, a fronte di una cifra contenuta di emissione dell'ordine corrisponderebbe non solo la consegna dell'auto nel tempo previsto di 24 mesi dall'inserimento dell'ordine, ma anche un anticipo di buoni carburante per una somma pari a circa il 90% della quota preliminare.

51. Il carattere piramidale del sistema sarebbe escluso da alcuni elementi quali le modalità di progressioni degli ordini, che avrebbero andamento circolare e non piramidale. La progressione degli ordini in tabella e la possibilità di ottenere il veicolo, infatti, non richiederebbero la necessità di introdurre altri consumatori nel sistema seppure tale possibilità sussista. I consumatori, infatti, pur non essendo obbligati a reclutare altri consumatori ne hanno facoltà, ricevendo in cambio dalla rete di community il beneficio di avanzare nella tabella in cui sono inseriti, attraverso il meccanismo della "*tabella più lenta*" scelta dall'algorithmo informatico che gestisce il programma.

52. La circolarità del sistema si alimenterebbe, infatti, dalla complessiva

attività aziendale – e, in particolare, dagli ordini corporate derivanti dai proventi dell'e-shop e dagli ordini VIP generati dai clienti - escludendo la necessità di un continuo nuovo apporto di *nuovi* consumatori per garantire a quelli già inseriti di noleggiare l'auto. Ciò sarebbe possibile attraverso correttivi matematico – informatici, che consentono di alimentare la c.d. *community* reinserendo ordini nella tabella più lenta nella discesa verso il *bonus*, indipendentemente dalla entrata in senso cronologico dell'ordine; tutto il sistema funzionerebbe, come detto, in “*senso circolare e ciclico mediante la diffusione del beneficio all'interno della community e non in ragione del posizionamento in apice dell'ordine del cliente*”, non essendo permesso “*al reclutato di superare o allinearsi al reclutante*”.

53. I soggetti che decidono di aderire al sistema pagano il prezzo per la prenotazione del servizio di noleggio gratuito a lungo termine di un'autovettura, servizio usufruibile una volta che l'ordine abbia compiuto 2/3 giri nelle tabelle degli ordini e comunque nel termine di 24 mesi; qualora l'ordine effettuato dal cliente non riuscisse ad uscire dalle tabelle entro tale termine il cliente avrebbe facoltà di recedere dal contratto¹⁷, chiedendo la restituzione della quota di prezzo versata, al netto di quanto già eventualmente versato e della “*quota amministrativa di gestione dell'ordine*” come previsto nelle Condizioni di contratto del “*Programma marketing bonus auto*”. Infatti, in presenza di 128 iscrizioni viene acquistata e consegnata un'auto di media cilindrata. Dei 127 consumatori che non hanno conseguito l'automobile, 16 ottengono un c.d. bonus in *buoni carburante* ciascuno del valore di 521 euro e gli altri 111 hanno comunque facoltà di richiedere la restituzione “*quasi identica*” della somma versata.

54. Quanto al diritto di recesso, la cancellazione dell'ordine sarebbe garantita entro 14 giorni dall'adesione al “*Programma Marketing Bonus Auto*” rimborsando al consumatore la quota versata attraverso bonifico bancario o fornendogli un credito da spendere nell'e-shop sebbene tale ultima modalità sia ancora in fase di implementazione.

55. Il *claim* “*Vuoi guidarmi a costo zero*” non avrebbe una valenza decettiva, in quanto essenzialmente volto ad acquisire il contatto del cliente e non il contratto, posto che il cliente paga al momento dell'ordine.

56. Il professionista ha comunque dichiarato di aver mantenuto gli impegni contrattualmente assunti “*corrispondendo approssimativamente circa n.3000 buoni carburante a fronte di circa n. 20.000 Ordini preliminari*”, buoni

¹⁷ Sotto tale profilo il professionista non ha fornito dati in merito al numero complessivo di richieste di rimborso ricevute, limitandosi a produrre un certo numero di rimborsi effettuati a mezzo bonifico riguardanti recessi avvenuti entro i 14 giorni dall'adesione doc. 76, all. 20.

asseritamente consegnati “entro mesi 6-7 circa” dall’iscrizione dell’ordine, nonché consegnando circa “200 autoveicoli”.

57. Dexcar ad esito del provvedimento cautelare ha dichiarato di aver sospeso - come anche riportato in un comunicato all’uopo diffuso - “*in entrata tutti gli ordini provenienti dall’Italia*”, mantenendo operativo il sistema di consegna rispetto agli altri ordini acquisiti, secondo l’impegno contrattuale definito con i propri clienti. Tale misura sarebbe stata adottata a seguito dell’avvenuto sequestro del sito internet www.dexcar.ch disposto da parte della Procura della Repubblica presso il Tribunale di Biella.

58. Avuto riguardo ai rapporti con le altre società destinatarie dell’avvio il professionista ha sottolineato di aver sottoscritto con ASAP Holding un contratto di collaborazione, mentre la società Bizeta si è occupata di curare il sito della Dexcar e il merchandising relativo al programma. L’attività di promozione svolta dalle altre società destinatarie dell’avvio non è stata autorizzata da Dexcar, la quale ipotizza che possa trattarsi di società di cui sono titolari alcuni advisor Dexcar.

59. A supporto delle proprie argomentazioni Dexcar ha depositato due relazioni tecniche, segnatamente una perizia tecnico-informatica¹⁸ redatta da un perito informatico e una perizia sulla sostenibilità del sistema di vendita Dexcar, svolta da un dottore tributarista esperto in sistemi *multilevel marketing*. La perizia tecnico-informatica è volta a illustrare i meccanismi di funzionamento del software, svolgendo l’analisi delle tecnologie utilizzate e del meccanismo di gestione degli ordini con particolare riferimento agli inserimenti degli ordini nelle tabelle e alla gestione delle stesse. La relazione si sofferma dapprima ad illustrare le modalità di registrazione dell’account a seguito della quale il cliente può accedere al portale e generare un ordine che viene inserito nella tabella solo dopo il ricevimento del pagamento.

60. Il sistema informatico Dexcar è costruito in modo da generare una nuova Tabella ogni volta che entrano 8 ordini; quindi, per calcolare quante Tabelle di assegnazione ci sono – allo stato – nel Programma occorre suddividere il numero di ordini complessivo attualmente presente (22.000) per 8. Ognuna di queste Tabelle ha un codice identificativo alfanumerico diverso, quanto alla parte in lettere, a seconda che sia una tabella preliminare o principale; dal lato numerico le cifre sono progressive. Non è possibile entrare in una tabella vuota (ciò è stato possibile solo nei primissimi giorni di inizio dell’attività nel 2014). Si può uscire da una Tabella solo a patto che entrino 32 ordini nuovi, cioè 8 ordini nuovi per ciascuno dei 4 livelli da completare.

¹⁸ Doc. 76, all. 18.

All'ingresso di 8 nuovi ordini, la Tabella in cui si trova il cliente "X" si sdoppia, gli ordini in posizione di uscita migrano sulla Tabella successiva e quella oggetto di sdoppiamento si estingue, e così via, in quanto le Tabelle sono indipendenti e possono replicarsi all'infinito.

61. Il sistema di gestione delle tabelle è realizzato attraverso un programma che prevede in sequenza logica le seguenti operazioni: i) *l'estrazione della coda di attivazione*. La coda di attivazione è costituita da una lista di ordini in attesa di essere inseriti posti in ordine secondo la data e l'ora di effettuazione. L'inserimento in questa coda avviene o a seguito del pagamento di un ordine o a seguito del passaggio a tabelle successive; ii) *selezione della tabella in cui va inserito l'ordine*. Il posizionamento in tabella degli ordini di tipo normale avviene sulla base del meccanismo definito "*follow me*". Il sistema verifica in quale tabella è collocato l'ordine dell'Advisor o del cliente che ha segnalato il nuovo ordine (sponsor) e inserisce il nuovo ordine in una tabella della stessa categoria. Qualora la tabella dello *sponsor* sia piena l'ordine viene inserito dal sistema nella tabella più vicina. Nel caso in cui questo metodo di ricerca non abbia prodotto un risultato utile la procedura automaticamente seleziona la tabella più lenta all'interno del sistema ovvero quella che da più tempo non ha inserimenti (meccanismo dello *spill over*) in modo da spingere i gruppi di acquisto meno performanti. Relativamente agli ordini c.d. Vip (generati a seguito di sponsorizzazioni effettuate a due nuovi clienti) il sistema cerca in prima istanza la tabella più lenta del gruppo d'acquisto di riferimento, ovvero la tabella che da più tempo non ha inserimenti; iii) *procedura di promozione da una tabella all'altra*. Il piano marketing prevede che il diritto a noleggiare l'auto maturi dopo che l'ordine ha completato due cicli in tabella principale ed uno ulteriore in tabella preliminare qualora si sia versata una quota di importo minore. Il sistema verifica e segnala quando un ordine ha maturato il diritto di ricevere l'auto e, in caso contrario, lo reimmette nella coda di attivazione.

62. La perizia concernente la sostenibilità economico – finanziaria¹⁹ del sistema di noleggio auto della Dexcar denominato *Community car rental free* si propone di verificare se tale sistema sia in grado di autosostenersi, ovvero necessiti di essere integrato da altre fonti di fatturato dell'azienda. In altri termini si simula la possibilità per l'azienda di superare un'improvvisa cessazione dell'attività.

63. Il consulente svolge un calcolo di sostenibilità conteggiando gli introiti

¹⁹ Doc. 76, all. 17.

complessivi che l'azienda verrebbe ad incassare con il versamento delle quote - di 547,00 euro ciascuna - di 128 aderenti al sistema dell'azienda (tale è il numero di ordini necessari per la consegna dell'auto). Alla somma così ottenuta di 70.016,00 euro, il consulente procede a sottrarre la spesa necessaria per acquisto e la gestione di un'auto per 24 mesi (stimata in 17.678,00 euro), le spese per i buoni carburante *ciascuno del valore di Euro 521,00* da consegnare a 17 clienti (stimata in 8.862,27euro). All'importo risultante viene sommato invece il ricavo della vendita di una auto usata (stimato in 10.000 euro). Si ottiene pertanto il totale ricavo lordo per differenza pari a 53.475,00 euro, somma che secondo il consulente è appena sufficiente a restituire a ciascuno dei 110 clienti l'importo di 547,00 euro (che rappresenta l'importo versato da ciascuno a cui è stata sottratta la quota di euro 50 dovuta per "*elaborazione dell'ordine*"). Pertanto, a fronte dell'introito di 70.000 euro circa versati dai 128 consumatori aderenti - detratta la somma necessaria per l'acquisto dell'autovettura e il valore dei buoni carburante e delle spese - vi sarebbe liquidità sufficiente ad assicurare la restituzione degli importi versati ai 111 clienti che nei 24 mesi non avessero ottenuto l'autovettura e per questo decidessero di effettuare il recesso chiedendo la restituzione delle somme pagate all'atto dell'adesione.

64. In conclusione, la relazione pone in evidenza le possibili difficoltà finanziarie che potrebbero verificarsi peraltro definite *comuni e frequenti* rispetto ad ogni attività d'impresa. Al fine di fronteggiare tali criticità²⁰, si suggerisce di implementare il sistema attivando nuove divisioni aziendali per il noleggio a breve termine presso gli aeroporti, nonché di apportare alcune modifiche al sistema di vendita quale, ad esempio, l'eliminazione la clausola soddisfatti o rimborsati dal contratto relativo al noleggio a lungo termine.

Proposte di modifiche del sistema avanzate da Dexcar nel corso del procedimento

65. Con la proposta di impegni contenuta nella memoria, pervenuta il 7 novembre 2017, il professionista ha considerato di attuare alcune modifiche sostanziali dell'oggetto e delle condizioni di contratto. In particolare, a fronte del pagamento anticipato del prezzo, sarebbe garantito al consumatore il noleggio di un'auto a lungo o a breve termine del quale avrebbe potuto fruire senza limiti di tempo.

²⁰ Secondo la perizia, dal ricavo lordo dovrebbero essere altresì detratte le provvigioni degli advisor, pari a 100 euro per 110 ordini, e l'IVA versata allo Stato tedesco.

66. In sintesi, la proposta formulata prevede nel caso di noleggio a breve termine il riconoscimento al consumatore di un credito a scalare di valore economico corrispondente alla spesa sostenuta spendibile in ogni momento presso le strutture Dexcar. Nel caso invece di noleggio a lungo termine il prezzo corrisposto inizialmente sarebbe considerato quale acconto sul numero di canoni mensili dovuti per il periodo di noleggio. Al consumatore verrebbe anche offerta, in alternativa, la possibilità di attendere 24 mesi per poter completare le tabelle nel qual caso acquisirebbe il diritto ad avere allungato il periodo contrattuale di noleggio a breve termine fino a 24 mesi senza oneri aggiuntivi, ovvero nel caso di noleggio a lungo termine verrebbe operata una decurtazione di importo pari al canone dovuto per 24 mensilità.

Le argomentazioni difensive del professionista Raggio verde s.n.c.

67. Il Sig. Berthoud, in qualità di amministratore della Raggio Verde s.n.c., con memoria pervenuta in data 11 agosto 2016, ha rilevato che il contratto di collaborazione con la società Dexcar è stato sottoscritto il 2 novembre 2015 a titolo personale e non come società Raggio Verde, la cui attività di commercio al dettaglio di apparecchiature telefoniche e servizi di telefonia non ha alcuna attinenza con il noleggio auto e il cui coinvolgimento nel procedimento sarebbe improprio. La collaborazione prevedeva l'impegno al procacciamento della clientela ed è stata comunque sospesa in via cautelativa dal 9 giugno 2016 e dal 9 agosto 2016 con disdetta formale del contratto inviata alla società Dexcar Autovermietung UG. In conseguenza sono state interrotte le attività di procacciamento e di promozione esercitata attraverso i siti www.guidare.gratis.it e www.autogratias.automobili.si.it - chiedendo al gestore di quest'ultimo sito di provvedere immediatamente all'eliminazione di ogni riferimento personale.

68. Con le memorie conclusive il Sig. Berthoud - amministratore della società Raggio Verde s.n.c.- ha ribadito l'estraneità della società ai fatti contestati, chiarendo che la fattura intestata alla società, acquisita agli atti per il tramite della Guardia di Finanza - riferita all'affitto di una sala impiegata per un evento Dexcar che ha avuto luogo presso il Centro Fiera di Montichiari - è collegata ad un'attività di sponsorizzazione svolta dalla società per promuovere il punto vendita di telefonia situato a poca distanza dal Centro Fiera. La società invece non si sarebbe occupata in alcun modo dell'organizzazione e della gestione dell'evento.

Come asserito anche dalla società che cura il bilancio della Raggio Verde,

nessun compenso sarebbe stato corrisposto alla società da Dexcar, essendo i compensi stati liquidati direttamente alla persona fisica, amministratore della società.

Le Argomentazioni difensive del professionista Asap Holding S.p.A.

69. Con la propria memoria pervenuta il 14 luglio 2016, la società Asap Holding S.p.A. ha rilevato che la società ha stipulato il 15 dicembre 2014 con società terza, distributore di Dexcar, un contratto di concessione per la vendita MLM, ottenendo l'autorizzazione ad impiegare il marchio Dexcar sulle proprie vetture. L'attività prevedeva la corresponsione di provvigioni per tutti gli ordini diretti e indiretti. Come concessionario, la società ha documentato di aver venduto oltre 220 ordini di noleggio rispetto ai quali risulta versata la quota di ingresso (variabile dai 390 euro ai 1.710 euro), precisando che durante lo svolgimento della propria attività di concessionario nel corso del 2015 ha avuto modo di appurare che Dexcar imponeva agli utenti di diventare Advisor a scopo di guadagno e li invitava ad effettuare un certo numero di vendite sempre a scopo di lucro. Inoltre, anche solo per ricevere i buoni carburante era necessario attendere mesi e non sempre i buoni venivano consegnati agli utenti.

70. La società, pertanto, prendendo atto di tali storture rispetto alle prospettazioni iniziali ha deciso di interrompere il rapporto con Dexcar, dissociandosi pubblicamente il 18 dicembre 2015 e cessando da quel momento ogni attività di promozione a favore del sistema posta in essere attraverso *le siti www.asapworld.net, www.asapmarkets.com, www.asapay.eu e www.asapcashcard.com*” blog e social network.

71. La società, inoltre, avrebbe dato l'opportunità di noleggiare le proprie auto a coloro i quali avevano aderito attraverso la società al sistema Dexcar sostenendo il conseguente onere economico.

72. Con successiva comunicazione del 19 agosto 2016, Asap Holding S.p.A. ha ribadito quanto sopra, sottolineando di essersi attivata per inviare una comunicazione a tutti coloro che avevano prenotato l'auto tramite l'azienda, comunicando la chiusura di un qualsivoglia rapporto contrattuale con l'azienda Dexcar.

73. Con la memoria conclusionale pervenuta l'8 marzo 2017 la società ha prodotto il proprio bilancio facendo rilevare di non aver avuto ricavi o incassi netti, né percepito commissioni o intermediazioni da Dexcar, avendo sostenuto solo costi per tale attività. A seguito del provvedimento di

sospensiva, inoltre, la società ha provveduto a ricercare ed eliminare qualunque collegamento persistente sui social media che la potesse mettere in relazione con Dexcar, chiudendo altresì ogni rapporto con chiunque abbia continuato a promuovere, a qualunque titolo, il sistema Dexcar.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

74. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e via internet, in data 13 febbraio 2017 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

75. Con parere pervenuto in data 8 marzo 2017, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che il mezzo internet sia nel caso di specie uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica oggetto di parere e che l'impiego del mezzo stampa sia funzionale alla pratica commerciale stessa, agevolandola e rafforzandone l'effetto di condizionamento in ragione della diffusione cartacea del quotidiano nazionale coinvolto.

76. Nello specifico l'AGCom rileva quanto segue: i) il mezzo internet - divenuto il terzo mezzo di comunicazione di massa per penetrazione (dopo televisione radio) - è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di potenziali informazioni atte a influenzarne il comportamento, aggiungendo che le promozioni per il noleggio a lungo termine di autoveicoli diffuse su vari siti internet e sulla stampa quotidiana nazionale sono oggetto di particolare attenzione da parte del consumatore il quale, sollecitato dalla campagna pubblicitaria, potrebbe ritenere la formula dell'autonoleggio a lungo termine una valida e conveniente alternativa all'acquisto dell'auto; ii) il quotidiano *Il Sole 24 Ore* è il terzo quotidiano italiano per diffusione e si configura nel panorama della stampa nazionale come un giornale economico referenziale, percepito nel giudizio dell'opinione pubblica quale influente e affidabile strumento di aggiornamento, tale da incidere nelle scelte dei lettori, potenziali consumatore e che, pertanto, il consumatore può essere indotto dalla campagna pubblicitaria a ritenere i termini e le condizioni del sistema di noleggio di autoveicoli Dexcar veritieri e attendibili ad aderire alle offerte dei professionisti, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line* e della stampa quotidiana.

V. VALUTAZIONI

Premessa: gli schemi di vendita piramidali

77. Il Codice del Consumo, all'articolo 23, comma 1, lettera p), qualifica come scorretta ex sé la pratica consistente nell'avviare, gestire o promuovere *“un sistema di promozione a carattere piramidale nel quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti”*²¹. Inoltre, con la legge n. 173 del 2005, *“Disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendite piramidali”*, il legislatore ha anche inteso disciplinare il fenomeno delle vendite multilivello, forme di vendita diretta a domicilio, fattispecie considerata a tutti gli effetti lecita, da distinguere da tutte quelle *“strutture di vendita nelle quali l'incentivo economico primario dei componenti la struttura si fonda sul mero reclutamento di nuovi soggetti piuttosto che sulla loro capacità di vendere o promuovere la vendita di beni o servizi determinati direttamente o attraverso altri componenti la struttura”* [Art. 5, comma 1.], che sono invece oggetto di divieto assoluto²².

78. Secondo la giurisprudenza della Corte di Giustizia, il divieto dei sistemi di promozione a carattere piramidale si fonda su tre condizioni cumulative: 1) la promozione basata sulla promessa di ottenere un beneficio economico, 2) la circostanza che l'avveramento della promessa dipende dall'ingresso di altri consumatori nel sistema e, infine, 3) che la parte più consistente delle entrate che consentono di finanziare il corrispettivo promesso ai consumatori non risulti da un'attività economica reale. In presenza di tali condizioni la possibilità di finanziare i corrispettivi promessi a coloro che già sono entrati nel sistema è di fatto subordinata all'ingresso di nuovi partecipanti e al versamento di un contributo finanziario. Il sistema cessa infatti di essere redditizio qualora la crescita del numero di partecipanti non basti più a

²¹ L'art. 5 “Disposizioni finali” del decreto legislativo n. 146/2007, prevede che “... gli art. 5, comma 1 e 7, della legge 17 agosto 2005, n. 173, recante disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali, sono abrogati nella parte in cui riguardano forme di vendita piramidali tra consumatori e professionisti come definite dall'art. 23, comma 1, lettera p), del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del Consumo in cui è previsto o ipotizzabile un contributo da parte di un consumatore come definito dall'art. 18, comma 1, lettera a) del predetto Codice. I suddetti articoli 5, comma 1, e 7, restano applicabili pertanto alle forme di promozione piramidale che coinvolgono qualsiasi persona fisica o giuridica che agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale”.

²² Divieto la cui inosservanza è duramente sanzionata: l'art. 7 della predetta legge, infatti, punisce chi da vita o partecipa a strutture di vendita piramidale con l'arresto da sei mesi ad un anno o con l'ammenda da 100.000 euro a 600.000 euro.

finanziare i corrispettivi promessi agli stessi.

79. L'elemento costitutivo della scorrettezza di un sistema di promozione a carattere piramidale è il contributo finanziario che il consumatore è tenuto a versare a prescindere dal suo importo *“in cambio della possibilità da parte di quest'ultimo di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita e dal consumo del prodotto”*²³. La Corte, in altra pronuncia, qualifica come sistema a carattere piramidale una pratica commerciale *“anche nell'ipotesi in cui sussista solo un legame indiretto tra le partecipazioni versate da nuovi aderenti a tal sistema e i corrispettivi percepiti dagli aderenti già presenti”*²⁴.

Il sistema Dexcar

80. Il sistema di autonoleggio Dexcar è organizzato e costruito in modo da replicare le caratteristiche proprie delle modalità di vendita piramidali posto che la parte più consistente degli introiti potenzialmente conseguibili dall'attività denominata *“Programma Marketing Bonus Auto”* di Dexcar deriva, non tanto dalla vendita diretta di servizi ai consumatori, quanto piuttosto dal pagamento di quote di ingresso da parte dei soggetti aderenti i quali, a loro volta, possono progredire nel farraginoso sistema di tabelle al fine di aspirare alla consegna dell'autoveicolo in noleggio solo a seguito dell'ingresso o del reclutamento di altri consumatori – che vengono così a trovarsi nella medesima condizione – generando in tal modo ricavi considerevoli per i professionisti.

81. In particolare, come sopra ampiamente illustrato, il sistema di autonoleggio risulta strutturato in modo complesso su Tabelle (o matrici) articolate in 4 livelli decrescenti (da 8 a 1 livello). Una volta completato il primo livello di una Tabella con l'inserimento di 8 nuovi ordini, questa si sdoppia e il soggetto aderente avanza di un livello.

Il meccanismo richiede al consumatore di avanzare percorrendo tutta la tabella fino al livello 4 e quindi altra matrice identica - sempre fino al livello 4 - con il medesimo criterio. Al fine di ricevere il noleggio, il consumatore è quindi tenuto a completare almeno due Tabelle (oltre quella preliminare) – fatto questo subordinato all'ingresso per ogni tabella di 32 consumatori, cioè 8 ordini nuovi per ciascuno dei 4 livelli da completare, per un totale di 128

²³ Corte di Giustizia, Causa C-515/12, <<4 FINANCE>> UAB, ECLI: EU:C:2014:211.

²⁴ Corte di Giustizia, Causa C-667/15, LOTERIE NATIONAE, ECLI: EU:C:2016:958.

consumatori come affermato dallo stesso professionista e dai propri consulenti. Lo sdoppiamento delle Tabelle consente, peraltro, la replicazione del sistema teoricamente all'infinito.

82. Del tutto ipotetico il ruolo degli ordini c.d. *Corporate* che sarebbero ordini – inseriti *random* per agevolare le tabelle più lente - derivanti da attività ultronee di Dexcar e, comunque, allo stato non ancora implementate.

83. La documentazione in atti e le stesse affermazioni del professionista Dexcar mostrano come in realtà venga consegnata un'auto ogni 128 adesioni; in conclusione, riesce ad ottenere l'auto un numero inferiore all'1% di consumatori che effettua l'ordine e versa il contributo richiesto. Anche gli ulteriori *benefit* quali i buoni carburante, promessi al momento dell'adesione, sono del tutto incerti e residuali in quanto consegnati, comunque, per importi inferiori alla somma versata al momento dell'ordine e solo ad una esigua parte degli aderenti al sistema, stimabile in circa 7,5%²⁵.

84. Quanto al sistema basato sulla moneta virtuale c.d. *dexcoin*, che consentirebbe di effettuare acquisti sulla piattaforma informatica - genericamente indicata dal professionista come "*e-shop*"- per espressa ammissione del professionista, non sarebbe ancora stato implementato, nonostante tale possibilità sia comunque indicata nelle comunicazioni commerciali in diffusione²⁶.

85. Ciò che appare centrale nel sistema Dexcar pertanto non è, come il professionista sostiene, il servizio di autonoleggio promesso a fronte del pagamento della *fee* d'ingresso – che come visto sono del tutto incerti e comunque appannaggio di un esiguo, quasi irrisorio numero di partecipanti - quanto proprio l'ingresso di un numero elevato di nuovi soggetti nel sistema, che rileva quale condizione indefettibile per la possibilità di ottenere il servizio promesso, ossia il noleggio per 24 mesi dell'autovettura.

86. Pertanto, mentre nelle società che operano attraverso sistemi di vendita diretta multilivello i partecipanti/agenti sono retribuiti proporzionalmente al valore e alla quantità di servizi erogati o beni venduti, nella vendita con caratteristiche piramidali, quale quella in esame, il bene o il servizio rappresenta solo un pretesto o l'occasione per reclutare altri consumatori, affinché entrino a loro volta nella *piramide* versando un contributo finanziario.

87. Ogni consumatore, infatti, che aderisce alla Community Dexcar è sensibilizzato sull'importanza di promuovere il sistema, proprio al fine di

²⁵ Secondo la perizia prodotta dal professionista e le sue stesse dichiarazioni si tratta di 16 buoni carburante ogni 128 adesioni.

²⁶ Doc. 44.

consentirne lo sviluppo attraverso la ricerca di nuovi soggetti disposti ad effettuare un ordine. Irrilevante la circostanza che non vi sia un onere “*contrattuale*” di reclutamento in senso stretto per coloro che entrano nella Community – onere che appare invece permeare l’attività degli *advisor* – essendo sufficiente ad indurre una naturale attività di proselitismo la stessa consapevolezza del fatto che l’avanzamento nelle tabelle sia subordinato al continuo ingresso di nuovi ordini dei consumatori.

88. Ancora più evidente appare la natura piramidale dell’attività in questione laddove si analizzi il ruolo degli advisor - che sono in *primis* anch’essi clienti - la cui attività lucrativa è rivolta nella ricerca di nuove adesioni per alimentare lo schema, attività per la quale percepiscono provvigioni - in percentuale e con andamento crescente – in correlazione ai movimenti dei consumatori nelle tabelle.

89. Né può trovare accoglimento l’argomentazione secondo cui il sistema Dexcar, stante l’andamento circolare, avrebbe le caratteristiche di economia collaborativa c.d. *sharing economy*. Tale modello economico presuppone, infatti, la possibilità di condividere, in condizione di reciprocità, il consumo di determinati beni o servizi per il tramite di una piattaforma, al fine di ottimizzare l’uso delle risorse, promuovendone un consumo più consapevole e senza sprechi. La *Community Dexcar* non presenta alcuna analogia con modelli di simile struttura, in quanto essa non restituisce alcun servizio al nuovo entrante a fronte dell’aiuto ricevuto a progredire nel sistema. Infatti l’adesione al sistema richiede il versamento di una *fee* di ingresso a cui, di fatto, non segue nell’immediato alcun beneficio. Anche il mero recupero nel lungo periodo della somma versata, sotto forma di *benefit* di vario genere (noleggio, buoni carburante, ecc.) o semplicemente di rimborso, appare del tutto futura, incerta ed eventuale.

90. In ogni caso si osserva che, alla luce della disciplina dettata dal Codice del Consumo, appaiono significative non già le modalità – orizzontali, verticali o circolari - di collocamento di ciascuno degli ordini nel “*Programma Marketing Bonus Auto*”, bensì la circostanza per la quale il corrispettivo cui ambisce il soggetto aderente – vale a dire la consegna dell’autoveicolo – pagando un contributo di ingresso a detto sistema sia appannaggio di un numero irrisorio di consumatori e comunque derivi in via principale dall’entrata di altri soggetti piuttosto che dalla vendita o dal consumo di beni.

91. In questo contesto neanche la documentata consegna dell’auto o dei buoni benzina ad un certo numero di consumatori consente in sé di escludere

la qualificazione della pratica quale piramidale, posto che comunque si tratta di *benefit* che hanno raggiunto una minima parte degli aderenti al sistema – nel caso dell’auto – e per importi comunque non equivalenti all’esborso iniziale – quanto ai buoni carburante. Sotto tale profilo la finalità distorta del sistema emerge proprio dall’evidenza che, rispetto al numero elevatissimo di clienti che hanno effettuato un ordine, solo una parte estremamente residuale ha ottenuto l’auto o parte degli altri benefit promessi. La quasi totalità dei consumatori, invece, ha solo la possibilità di chiedere dopo i 24 mesi un parziale rimborso a titolo di ristoro. La documentazione concernente i rimborsi riconosciuti appare volta a testimoniare l’avvenuto accredito ai consumatori degli importi corrisposti nel caso di recesso entro i 14 giorni, mentre la possibilità di ottenere la restituzione dell’importo versato alla scadenza dei 24 mesi resta un mero impegno del professionista allo stato indimostrato.

92. Risultano pertanto assolute le condizioni costitutive delle vendite piramidali, in quanto la promozione è basata sulla promessa di ottenere un beneficio economico, nel caso di specie consistente nel noleggio a lungo termine o nei buoni benzina, che dipende dall’ingresso di altri consumatori nel sistema, in quanto l’avanzamento nelle tabelle è subordinato all’inserimento di nuovi ordini; corrispondentemente, la parte di gran lunga prevalente delle entrate non risulta da un’attività economica, bensì proprio dalle *fees* di ingresso corrisposte dai consumatori.

93. Quanto al profilo comunicazionale non può convenirsi con le argomentazioni di Dexcar volte ad attribuire alle affermazioni pubblicitarie circa la promessa gratuità dei servizi di autonoleggio una pura valenza iperbolica volta acquisire il “*contatto*” con il cliente.

Vale considerare che proprio il c.d. “*effetto aggancio*” del consumatore qualora sia fondato su una prospettazione parziale, distorta ed equivoca del servizio offerto – nel caso di specie la gratuità del servizio proposto come fruibile “*senza costi*” apertamente in contrasto con la necessità di versare una *fee* di ingresso di importo variabile – è elemento di scorrettezza della pratica commerciale, in quanto idoneo a creare aspettative nel consumatore del tutto sganciate da parametri valutativi reali, potendo in tal modo indurlo a scelte commerciali diverse da quelle che avrebbe assunto ove avesse compreso l’offerta nei suoi veri elementi essenziali.

94. Non possono, infine, essere presi in esame nel presente provvedimento le modifiche illustrate da Dexcar con la propria memoria del 7 novembre 2016. Si tratta di mere dichiarazioni di intenti non ancora tradotte in concrete

ipotesi modificative del contratto che comunque mantengono alcuni aspetti del vecchio schema.

Gli ulteriori professionisti coinvolti

95. Sul piano soggettivo si rileva che destinatari del presente provvedimento devono essere considerati a vario titolo tutti i professionisti coinvolti nel procedimento. In particolare, quanto alla società Asap Holding, la stessa ha ammesso la propria partecipazione attiva alla diffusione del sistema al quale ha partecipato per un anno in virtù di un contratto di concessione e dal quale si è tuttavia apertamente dissociata già prima dell'avvio del procedimento non condividendone l'andamento.

96. Quanto a Bizeta Web, la società non è intervenuta nel procedimento, ma il coinvolgimento della stessa nella realizzazione della pratica è ampiamente provato. Infatti, la stessa Dexcar la indica quale soggetto che si occupava di curare il sito della Dexcar e il merchandising relativo al programma. Inoltre, dai documenti acquisiti dalla Guardia di Finanza, la società risulta intestataria di fatture collegate all'affitto di sale deputate alla presentazione del sistema Dexcar al fine di raccogliere nuove adesioni.

Quanto alle altre società – nello specifico: Raggio Verde s.n.c., Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l. – si tratta di soggetti i quali risultano intestatari di fatture di affitto di sale in strutture alberghiere nelle quali si sono svolti incontri ed eventi organizzati da Dexcar. Sussiste, pertanto, una comprovata responsabilità delle stesse che deriva dall'aver contribuito, anche attraverso un apporto economico, a vario titolo, alla realizzazione e diffusione della pratica. Come asserito dalla stessa Dexcar e come risulta per *tabulas* solo nel caso della Raggio Verde s.n.c. il coinvolgimento delle società potrebbe essere correlato alla qualifica di advisor rivestita dai loro titolari. Vale considerare che la mera dichiarazione di estraneità avanzata dalla società Tronchin Auto nel corso del procedimento, oltre a non essere supportata da alcun elemento probatorio, risulta smentita *per tabulas* dalle evidenze in atti.

97. In conclusione, si ritiene che la pratica commerciale consistente nella promozione e gestione del sistema di autonoleggio posta in essere da Dexcar e dagli altri professionisti sopra indicati sia da ritenersi scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, lettere *b)*, *c)* e *g)* nonché dell'articolo 23, lettera *p)*, del Codice del Consumo in quanto, oltre ad essere caratterizzata da elementi di decettività in merito alle caratteristiche, termini e condizioni anche economiche del servizio proposto, presenta gli elementi costitutivi

delle vendite a carattere piramidale considerate dal Codice del Consumo pratiche commerciali in ogni caso ingannevoli.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

99. 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.

100. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, dell'importanza e della dimensione economica dei professionisti: il professionista Dexcar Autovermietung UG è un operatore del settore con una rilevante dimensione economica, presentando un fatturato considerevole di [1-10] milioni di euro, si tratta dell'ideatore dello schema e quindi il beneficiario di gran lunga prevalente dell'attività illecita.

101. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della particolare natura delle violazioni riscontrare relative all'adozione di uno schema distributivo di carattere piramidale di particolare gravità e impatto sull'autodeterminazione del consumatore nelle proprie scelte commerciali.

La gravità si apprezza, inoltre, in ragione dell'ampiezza della pratica che ha coinvolto un numero elevato di consumatori (22.000 gli aderenti al sistema) e delle modalità di diffusione dell'offerta che è stata veicolata, oltre che attraverso meeting in sale di albergo all'uopo organizzati, attraverso un quotidiano nazionale di ampia notorietà e internet, mezzi suscettibili di raggiungere un elevato numero di consumatori e - come messo in luce nel parere reso dall'AgCom - strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica. Si valuta, altresì, l'entità del pregiudizio economico potenzialmente derivante per i consumatori in ragione del rilevante importo richiesto quale quota di adesione.

102. Quanto alla durata della pratica, dagli elementi disponibili risulta che la

stessa è stata posta in essere dalla fine del 2014 fino ad almeno settembre 2016.

103. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Dexcar Autovermietung UG nella misura di 400.000 €(quattrocentomila euro).

104. Le società Asap Holding e Bizeta Web s.a.s. hanno preso parte alla realizzazione della pratica in modo attivo, la prima in qualità di concessionario fino al dicembre 2015, la seconda curando il sito e il relativo merchandising, nonché provvedendo all'affitto delle sale impiegate per alcune presentazioni.

105. Per tali motivi si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad Asap Holding nella misura di 20.000 € (ventimila euro) e alle società Bizeta Web S.a.s. nella misura di 20.000 €(ventimila euro).

106. Infine, sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alle società Raggio Verde s.n.c., Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l. nella misura del minimo edittale pari a 5.000 euro (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, visto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a presentare in maniera equivoca e fuorviante il complesso servizio di autonoleggio Dexcar che in realtà risulta connotarsi per il suo carattere piramidale in violazione degli artt. 20, 21 comma 1, lettere *b*), *c*) e *g*), nonché dell'articolo 23, lettera *p*), del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Dexcar Autovermietung UG, Asap Holding S.p.A, Bizeta Web s.a.s. di Caser Roberto & C, Raggio Verde s.n.c. di Berthoud Alessio & C, Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l. nella qualità di professionisti ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in

motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 comma 1, lettere *b*), *c*) e *g*), nonché dell'articolo 23, lettera *p*), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Dexcar Autovermietung UG una sanzione amministrativa pecuniaria di 400.000 €(quattrocentomila euro);

c) di irrogare alla società Asap Holding S.p.A una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 €(ventimila euro);

d) di irrogare alla società Bizeta Web s.a.s. di Caser Roberto & C., una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 €(ventimila euro);

e) di irrogare alla società Raggio Verde s.n.c. di Berthoud Alessio & C., una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 €(cinquemila euro);

f) di irrogare alla società Tronchin Auto S.r.l., una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 €(cinquemila euro);

g) di irrogare alla società Trentatre S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 €(cinquemila euro).

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

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta

per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo