

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 agosto 2016;

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;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione, datata 11 luglio 2016, di avvio del procedimento PS/10049 volto a verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21 comma 1, lettere *b)*, *c)* e *g)* nonché dell’articolo 23, lettera *p)*, del Codice del Consumo, poste in essere da Dexcar Autovermietung UG (di seguito, Dexcar), 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.;

VISTE le memorie presentate, rispettivamente, in data 14 luglio 2016 da Asap Holding S.r.l. (già Asapmarkets Europe S.r.l.), e in data 19 luglio 2016 da Dexcar Autovermietung UG nonché la comunicazione di Tronchin Auto S.r.l.;

VISTA la documentazione acquisita agli atti del fascicolo PS/10049;

CONSIDERATO quanto segue:

I. FATTO

1. Sulla base dei fatti segnalati dalle Associazioni di consumatori quali il Movimento Consumatori - Puglia e il Centro Europeo Consumatori Utenti di Bolzano e da singoli consumatori nonché alla luce delle informazioni acquisite d'ufficio anche tramite la collaborazione della Guardia di Finanza, Nucleo Speciale Antitrust, risulta che i professionisti Dexcar, Raggio Verde s.n.c., Asapmarkets Europe S.r.l. (di seguito, Asap), Bizeta Web s.a.s., Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l. avrebbero posto in essere le seguenti condotte:

(i) promosso l'adesione a un sistema di servizi di autonoleggio predisposto da Dexcar denominato "*Programma Marketing Bonus Auto*" ovvero "*Community car rental free*" fornendo 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*", alcuni dei quali utilizzabili per l'acquisto di carburante, altri equivalenti a moneta virtuale (c.d. "*Dexcoin*");

(ii) avviato, gestito e promosso il sistema di vendita di servizi di autonoleggio Dexcar denominato "*Programma Marketing Bonus Auto*" ovvero "*Community car rental free*" nell'ambito del quale appaiono sussistenti le dinamiche tipiche dei sistemi di vendita piramidali.

2. Nello specifico risulta che Dexcar abbia ideato e realizzato nonché promosso, anche avvalendosi dei professionisti sopra indicati, l'adesione a un sistema di noleggio di autoveicoli nuovi – appartenenti ai "*brand più prestigiosi del settore automobilistico*"¹ – asseritamente a "*costo zero*", vale a dire senza pagare il canone e i costi di gestione (es. polizza di assicurazione RC auto, tasse di circolazione, altro). Tale sistema di autonoleggio - denominato "*Programma Marketing Bonus Auto*" ovvero "*Community car rental free*" - prevede l'impiego del logo "Dexcar", delle modalità di adesione e del materiale informativo e promozionale predisposto da Dexcar, promettendo la gratuità del noleggio per 24 mesi di autoveicoli di proprietà della stessa Dexcar nonché l'assegnazione al consumatore aderente di buoni

¹ Segnatamente, le tipologie di autoveicoli apparirebbero ai brand Audi, BMW, Mercedes-Benz, Smart, Land-Rover, Opel, Porsche, MINI, TESLA, Volkswagen e Maserati.

benzina o di altri *bonus* (c.d. “*moneta virtuale*” o “*Dexcoin*”) di valore economico, da usare per gli acquisti su una non meglio identificata piattaforma di *e-commerce*.

3. Dai fatti segnalati e dalla documentazione in atti risulta, in primo luogo, che il sistema di autonoleggio Dexcar, a differenza di quanto promesso nei messaggi pubblicitari² diffusi sul *web*, non è affatto gratuito comportando, per ciascun consumatore aderente, il pagamento di una quota di adesione dall'importo variabile da 390€ a 1710€ (livello base), a seconda della “*Tabella di assegnazione*” (o matrice) corrispondente all'autoveicolo di proprio interesse.

4. In secondo luogo, risulta che 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 (se non la totalità) degli introiti potenzialmente conseguibili dall'attività di autonoleggio con il “*Programma Marketing Bonus Auto*” di Dexcar appare derivare 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 raggiungere l'obiettivo (la consegna dell'autoveicolo) 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. In particolare, questo sistema di autonoleggio risulta strutturato in modo alquanto complesso, vale a dire su 6 tipologie di Tabelle (o matrici) articolate in 4 livelli e 15 posizioni ciascuna, identificate rispettivamente - dal livello più basso a quello più alto a seconda del valore economico del veicolo - con i colori blu, verde, arancione, grigio, giallo e nero, cui può aggiungersi una Tabella “preliminare”; ogni posizione su ciascuna Tabella corrisponde a un “ordine” di autonoleggio. Sulle Tabelle si può avanzare solo in virtù dell'ingresso costante di nuovi ordini, *alias* clienti o soggetti aderenti che, a loro volta, hanno effettuato un ordine di noleggio. E' possibile accedere alla Tabella superiore pagando l'intero corrispettivo di ingresso.

² Si richiamano in proposito i claims menzionati nella comunicazione di avvio del procedimento che, testualmente, recitano: “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.

5. Dalle informazioni fornite dalle Associazioni di consumatori allo stato in atti emerge, altresì, che tutte le Tabelle – articolate ciascuna in 15 posizioni/ordini complessivi - sottendono il medesimo meccanismo di funzionamento: una volta completati i 4 livelli di una Tabella di un certo colore questa si sdoppia e il soggetto aderente dovrà avanzare percorrendo altra matrice identica - sempre fino al livello 4 - con il medesimo criterio, vale a dire mediante l'ingresso di un numero di consumatori/ordini corrispondente alle 15 posizioni/ordini previste in ogni Tabella. Lo sdoppiamento delle Tabelle consente la replicazione del sistema. Il livello 4 di ciascuna Tabella è l'ultimo livello – coincidente con il vertice - e dovrebbe rappresentare il momento di uscita dalla matrice. Così, nel caso di un ordine di ingresso relativo a un autoveicolo di piccola cilindrata, ove il consumatore completi almeno due Tabelle (oltre quella preliminare) - vale a dire, per ognuna di queste Tabelle, siano entrati altri 14 consumatori che hanno effettuato ordini, a loro volta “usciti” dalle rispettive Tabelle di assegnazione in virtù dell'ingresso di 8 nuovi clienti in ciascuna di esse - Dexcar dovrebbe consegnare l'autoveicolo prescelto al momento dell'ordine.

6. Dai fatti segnalati risulta, inoltre, che Dexcar e gli altri professionisti coinvolti nella promozione di tale sistema di noleggio hanno diffuso messaggi pubblicitari che lasciano intendere che la consegna dell'autoveicolo avverrà con certezza nonché nel tempo massimo in essi indicato³, tempistica che può essere ridotta se il soggetto aderente al programma di noleggio partecipa a più Tabelle contemporaneamente⁴. Tali comunicazioni commerciali, invero, secondo i fatti rappresentati dalle Associazioni segnalanti, non sarebbero veritieri avendo le stesse lamentato che: (i) i consumatori aderenti avanzerebbero con difficoltà sulle Tabelle di assegnazione; (ii) Dexcar e i professionisti ad essa affiliati non consegnerebbero gli autoveicoli nonostante i consumatori abbiano maturato il diritto di riceverli, non assumendo peraltro alcun obbligo in merito ai tempi e alle modalità di consegna.

7. La promozione e l'avvio dell'attività di autonoleggio Dexcar appena descritta è iniziata alla fine del 2014 ed è tuttora in corso. Risulta infatti che tale sistema di autonoleggio è stato ed è reclamizzato su molteplici canali di comunicazione, quali: (i) molteplici siti internet e blog tra cui

³ In proposito si richiama uno dei claims riportati nella comunicazione di avvio dal seguente tenore testuale: “per avere tutto questo sei disposto ad... aspettare 7/8 mesi, per poi guidare automobili nuove a COSTO ZERO per SEMPRE?”.

⁴ Il messaggio corrispondente promette testualmente: “Basta essere CLIENTE DEXCAR e ... far conoscere Dexcar ad almeno 2 nuovi Clienti (...) per poter ottenere un “Ordine Aggiuntivo VIP in Preliminare Blu”.

www.dexcar.ch⁵, www.dexcar.it, www.solvipa.it,
www.autonuovazerocosti.blogspot.it, www.autogratitalia.it, www.jobike.it,
www.rocco.noleggioautogratia.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/; (ii) su quotidiani a tiratura nazionale quali “*Il Sole24ore*”; (iii) nell’ambito di incontri, *convention* e Corsi di formazione per “Advisor Dexcar”, all’uopo organizzati presso taluni Alberghi, da ultimo in data 30 e 31 luglio 2016 a Roma nonché previsti per il 10 settembre p.v. nelle aree centro e sud Italia, come indicato sul sito www.eventbrite.com ove l’utente può anche iscriversi per partecipare.

8. Sulla base di tali evidenze, in data 11 luglio 2016 è stato avviato il procedimento PS/10049, ai sensi degli artt. 27, comma 3, del Codice del Consumo, e 6 del Regolamento, per verificare se le condotte sopracitate integrassero delle pratiche scorrette in violazione degli articoli 20, 21 comma 1, lettere *b*), *c*), *g*), e 23, lettera *p*), del Codice del Consumo.

9. Nella comunicazione di avvio Dexcar e gli altri professionisti sono stati invitati, ai sensi dell’art. 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’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

10. In data 14 e 19 luglio 2016 sono pervenute le memorie difensive, rispettivamente di Asap Holding S.r.l. e di Dexcar. In data 2 agosto u.s. è pervenuta una comunicazione di Tronchin Auto S.r.l..

II. MEMORIE DELLE PARTI

11. Preliminarmente si evidenzia che a fronte della comunicazione di avvio del procedimento andata ritualmente a buon fine in data 11 luglio 2016 rispetto a tutte le Parti del procedimento, allo stato sono pervenute unicamente le memorie difensive dei professionisti Asap e Dexcar. Per

⁵ Dalle informazioni fornite dalla Guardia di Finanza, Nucleo Speciale Antitrust, risulta che è attualmente 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.

quanto concerne la società Tronchin Auto S.r.l., invece, si rileva che è pervenuta unicamente una generica comunicazione nella quale la Parte si è dichiarata estranea alle pratiche commerciali oggetto della comunicazione di avvio del procedimento, limitandosi ad affermare di non aver svolto campagne promozionali o altre attività relative al sistema di autonoleggio Dexcar.

12. Tanto premesso, quanto al *fumus boni iuris*, Asap ha dichiarato nella propria memoria di aver svolto attività di promozione del sistema di autonoleggio Dexcar in virtù di un contratto stipulato il 15 dicembre 2014 e che in sulla base di tale accordo negoziale, avrebbe ricoperto la mera qualifica di “*Concessionario*” e non quella di “*Promotore*” di cui alla legge 173/2005. Asap ha altresì dichiarato di aver svolto questa attività fino al 18 dicembre 2015, data in cui afferma di essersi “*pubblicamente dissociat[i]o da Dexcar*”, mentre gli ultimi “*ordini*” nel sistema di autonoleggio Dexcar sarebbero stati acquisiti fino “*ai primi giorni del 2016*”.

13. Asap ha altresì documentato di aver venduto oltre 220 ordini di noleggio rispetto ai quali risulta versata la quota di ingresso (variabile dai 390€ ai 1710€) precisando che Dexcar avrebbe impartito direttive agli aderenti, quali quella di diventare Advisor, nonché di effettuare almeno un certo numero di vendite di ordini di autonoleggio per poter ottenere un profitto. In merito all’effettivo conseguimento del profitto Asap ha dichiarato che sarebbe stato necessario attendere mesi anche solo per ricevere i promessi Buoni Carburante, buoni che parecchi utenti neppure avrebbero ricevuto.

14. In merito al *periculum in mora*, Asap ha dichiarato che a seguito dell’avvenuta consapevolezza del fatto che le “*cose non andavano come avrebbero dovuto*”, avrebbe interrotto ogni rapporto con la Dexcar adottando tali azioni: (i) cancellazione “*da tutti i nostri siti www.asapworld.net, www.asapmarkets.com, www.asapay.eu e www.asapcashcard.com*” nonché da “*ogni blog e social network, ogni riferimento a Dexcar*”; (ii) con riguardo al sito *www.facebook.com*, eliminazione di “*qualsiasi riferimento a Dexcar nelle pagine e gruppi ufficiali*” ammettendo che taluni utenti acquisiti da Asap avrebbero però “*continuato per qualche tempo a proporre Dexcar*” e che rispetto a questi si sarebbe comunque attivata per “*fare in modo che anche essi eliminassero qualsiasi riferimento a Dexcar*”; (iii) dato l’opportunità di rifusione rispetto agli “*importi spesi dai nostri Utenti per l’acquisto di una prenotazione Dexcar*”, sostenendo in autonomia il conseguente onere economico.

15. In data 19 luglio 2016 è pervenuta la memoria difensiva di Dexcar, nella quale il professionista ha preliminarmente dichiarato che il sistema di autonoleggio, da essa promosso e posto in essere a far data dal mese di ottobre 2014, non presenterebbe affatto le caratteristiche delle vendite piramidali.

16. Nello specifico, quanto al *fumus boni iuris*, Dexcar ha dichiarato che il “*Programma Marketing Bonus Auto*” - come risulterebbe anche dal sito *www.dexcar.ch* ante oscuramento⁶ 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 dell’effettuazione dell’ordine – non vi sarebbe traccia né “*dell’obbligo di reclutamento e/o obbligo di acquisto merci o altri servizi, obbligo di versamento di somma di rilevante entità senza una reale controprestazione*”.

17. Al contempo ha precisato che “*a fronte di una cifra contenuta di emissione dell’ordine corrispondono non solo la consegna dell’auto nel tempo previsto di 24 mesi decorrenti dall’inserimento dell’ordine, ma anche un anticipo di buono carburante per una somma pari a circa il 90% della quota preliminare*” senza però indicare l’ammontare degli importi che l’utente è tenuto a versare rispetto all’autoveicolo prescelto. Con riferimento al *claims* “*Vuoi guidarmi a costo zero*”, Dexcar ha precisato che tale vanto promozionale non sarebbe ingannevole in quanto “*sostanzialmente riferito ad acquisire il contatto del cliente e non il contratto (...)*” posto che “*Il cliente paga al momento dell’ordine*”.

18. Al fine di escludere il carattere piramidale del “*Programma Marketing Bonus Auto*” il professionista ha rappresentato, con modalità alquanto confuse, che l’avanzamento sulle tabelle sarebbe “*circolare e c.d. ridondante o anche di “reincanalamento” e non piramidale*” in quanto il sistema ideato da Dexcar si avvarrebbe di “*correttivi matematico-informatici che consentono di favorire la community (ovvero la rete) reinserendo ordini nella tabella più lenta nella discesa verso il bonus indipendentemente dalla entrata in senso cronologico dell’ordine*”; tutto il sistema funzionerebbe 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*”.

⁶ Cfr. supra punto 6 e nota 6.

19. Con riguardo alle modalità di avanzamento sulle Tabelle, dal cui completamento deriverebbe la possibilità di conseguire l'autoveicolo, Dexcar ha argomentato, per un verso, che non vi sarebbe alcun obbligo per l'aderente di reclutare altri consumatori posto che *“l'impegno del cliente alla promozione del programma consente la possibile generazione di unità di baratto”*; per altro verso, che il *“sistema consente allo stesso cliente la facoltà di portare nuovi clienti al programma ed in cambio riceve dalla rete della community il beneficio di avanzare nella tabella in cui è inserito attraverso il meccanismo della “tabella più lenta” scelta dall'algoritmo informatico che gestisce il programma”* ma non sarebbe consentito al cliente di *“formulare delle scelte di collocamento dell'ordine”* e di *“legare a sé altra clientela”*.

20. Il professionista si è limitato a dichiarare di aver mantenuto gli impegni contrattualmente assunti *“corrispondendo approssimativamente circa n.3000 buoni carburante a fronte di circa n.20.000 Ordini preliminari”*, buoni asseritamente consegnati *“entro mesi 6-7 circa”* dall'iscrizione dell'ordine, nonché consegnando circa *“200 autoveicoli a fronte di 3000 Ordini Principali”* senza, però, indicare il periodo temporale di riferimento, né inviare documentazione a supporto; al contempo Dexcar ha genericamente indicato che, laddove per qualsiasi evento imprevisto, *“non riuscisse a consegnare nel termine di 24 mesi l'autoveicolo in noleggio si impegna a restituire l'acconto versato”* detraendo una non meglio precisata – quanto all'ammontare - *“quota di elaborazione dell'ordine”*, come sarebbe previsto nelle Condizioni di contratto del *“Programma marketing bonus auto”*.

21. In proposito Dexcar ha dichiarato che la cancellazione dell'ordine sarebbe possibile entro 14 giorni dall'adesione al *“Programma Marketing Bonus Auto”* e il rimborso della quota versata avverrebbe con una delle seguenti modalità alternative: a) *“accredito sul conto dell'Ufficio Virtuale”*; b) con *“rimborso tramite bonifico sul conto bancario personale”*; c) facendo rientrare la somma nell'ambito della *“disponibilità di spesa dell'acquirente nell'e-shop”* anche se quest'ultima opzione al momento non sarebbe attiva perché *“l'e-shop è in fase di implementazione”* trattandosi di un'impresa in fase di *“start-up”* le cui attività *“sono in costruzione”*. In proposito Dexcar non ha indicato quante istanze di recesso o annullamento ha ricevuto nel periodo di esercizio dell'attività – avuto riguardo, in particolare, alle ipotesi di mancata/tardiva consegna dell'autoveicolo, nonché a quelle di mancato raggiungimento dell'“obiettivo” (consegna veicolo) da parte dell'aderente - limitandosi a inviare copia di alcune istanze di recesso o annullamento di

ordini cui avrebbe fatto seguito la restituzione di importi da parte della stessa.

22. Dexcar ha altresì sottolineato l'insussistenza del *periculum in mora* posto che, allo stato, *“nessun consumatore può inserirsi nel sistema”* avendo il professionista sospeso *“in entrata tutti gli ordini provenienti dall'Italia, mantenendo operativo il sistema di consegna rispetto agli altri ordini già in “pancia”, 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.

23. Allo scopo di comprovare la dichiarata sospensione dell'attività, Dexcar ha prodotto: (i) copia del proprio comunicato stampa diffuso *online* sul sito *www.strill.it* dal titolo *“Vicenda Dexcar, il legale chiarisce tutti gli aspetti della vicenda”* nel quale risulta precisato: *“Nessuna truffa è stata mai tentata e/o posta in essere e le intenzioni dell'azienda sono quelle di continuare nell'attività lecitamente secondo il proprio progetto di espansione (...) Pertanto confermando l'impegno a proseguire nell'attività portando a buon fine gli ordini incamerati, si invita la clientela ancora in attesa a rispettare i tempi di maturazione delle consegne ed a mantenere la fiducia prestata, soprassedendo all'invito transitato online di denunciare fatti che non sussistono”*; (ii) copia del *“Comunicato di Servizio n.2”* a firma di Fabio e Marco Gai - asseritamente inviato via *e-mail* agli iscritti alla *“Community Dexcar”* – ove risulta indicato tra l'altro *“Quanto invece riportato nel Comunicato Stampa della GdF, diffuso su alcuni siti di informazione online, intendiamo chiarire che esso riguarda una imputazione di reato per asserita vendita mediante catena di Sant'Antonio, non permessa in Italia. La rete di vendita non integra il reato ipotizzato (...) nessuna truffa è stata mai intentata o portata a termine, né tanto meno reati affini. (...) Vi invitiamo a soprassedere all'invito rivolto dalla GdF di depositare denuncia per fatti inesistenti, ipotesi ventilata e priva di ogni sostegno logico e giuridico, avvertendo che in caso contrario agiremo per la tutela dei nostri diritti nessuna sede legale esclusa. (...) Si conferma altresì che sono momentaneamente sospesi solo i nuovi ordini afferenti al mercato Italia, per motivi di ragionevole opportunità”*.

III. VALUTAZIONI

24. Come indicato *supra* (*sub II.*), le memorie difensive di Raggio Verde s.n.c., Bizeta Web s.a.s. e Trentatre S.r.l. non sono pervenute, nonostante la regolare trasmissione della comunicazione di avvio del procedimento.

25. Sul piano soggettivo, con riferimento a Tronchin Auto S.r.l., si rileva che la mera dichiarazione di estraneità – peraltro pervenuta alquanto tardivamente a fronte della regolare comunicazione dell’avvio del procedimento – risulta inidonea a far venire meno il coinvolgimento dell’impresa rispetto alle condotte oggetto di contestazione sopra descritte. Infatti, dalla documentazione prodotta dalla Guardia di Finanza⁷, acquisita agli atti del procedimento, risulta che la società ha contribuito alla diffusione del sistema piramidale Dexcar attraverso l’organizzazione di eventi a ciò dedicati presso una struttura alberghiera di Treviso, sostenendo i relativi oneri economici⁸.

26. Nel merito si rileva che le evidenze in atti, valutate alla luce delle informazioni e della documentazione fornite dai professionisti ASAP e Dexcar, inducono a ritenere sussistenti, *prima facie*, le pratiche commerciali oggetto di avvio del procedimento sopra descritte in violazione degli artt. 20, 21 comma 1, lettere *b)*, *c)* e *g)* nonché dell’articolo 23, lettera *p)*, del Codice del Consumo.

27. In proposito rilevano, sotto il profilo del *fumus boni iuris*, sia i fatti rappresentati da ASAP circa il collegamento esistente tra il corrispettivo conseguibile a seguito dell’adesione al “*Programma Marketing Bonus Auto*” e l’ingresso dei nuovi clienti che effettuano ordini di noleggio, sia le argomentazioni difensive di Dexcar che, oltre ad essere confusorie e incongruenti, non hanno smentito i fatti oggetto di segnalazione, contestati nell’avvio del procedimento.

28. Appare, infatti, significativa in primo luogo la circostanza per la quale Dexcar, per un verso, ha implicitamente ammesso che la promessa gratuità dei servizi di autonoleggio non è veritiera essendo finalizzata ad acquisire il “*contatto*” con il cliente, integrando così il c.d. “effetto aggancio” del consumatore, proprio del messaggio pubblicitario ingannevole; per altro verso, ha confermato che le modalità di accesso al “*Programma Marketing Bonus Auto*” non sono gratuite comportando il pagamento di una *fee* di

⁷ Cfr. doc. 28.

⁸ Risultano fatturati a Tronchin Auto S.r.l. i costi di locazione relativi alla Sala occupata presso la struttura alberghiera.

ingresso da parte dell'aderente che, per il professionista, rappresenta *“una cifra contenuta di emissione dell'ordine”*. Con riferimento all'ammontare di tale quota, variabile dai 390€ ai 1710€, il professionista non ne ha affatto smentito il *quantum* che, peraltro, risulta avallato dalla tabella riepilogativa degli “ordini” di noleggio Dexcar prodotta da Asap.

29. In secondo luogo, assumono rilievo le argomentazioni difensive di Dexcar che, nel descrivere – in maniera confusa – il meccanismo di funzionamento delle Tabelle o matrici sottese al sistema di autonoleggio in esame, ha rappresentato che il soggetto aderente che porta nuovi clienti *“in cambio riceve dalla rete della community il beneficio di avanzare nella tabella in cui è inserito”*. Al contempo, nello spiegare che *“soltanto una tipologia (ordine nuovo cliente al primo ciclo) rappresenta l'acquisizione nuovi clienti (...)”* ha sviluppato l'esempio di una ipotetica *“Tabella 1”* indicando che la Tabella si completa quando *“8 ordini sono entrati a livello 1 della tabella”* cosicché *“Gli ordini all'interno del quadrante rosso traslano nella Tabella 2 e gli ordini del quadrante verde nella Tabella 3”*. In tal modo il professionista ha palesato l'esistenza di un sistema di duplicazione delle Tabelle generate all'atto di un ordine di noleggio, nonché confermato il fatto che gli ordini inseriti in una data Tabella *“migrano”* alla Tabella di livello superiore solo a seguito dell'ingresso di *“8 ordini”* nuovi e di altri ordini provenienti dal completamento di altre Tabelle. Pertanto, non appaiono smentiti i fatti denunciati secondo cui il conseguimento dell'obiettivo (autoveicolo) auspicato dal soggetto aderente può verificarsi solo a seguito dell'immissione, nella Tabella di assegnazione, di numerosi altri consumatori, rappresentati dai soggetti aderenti che effettuano un nuovo ordine e da quelli provenienti da altre Tabelle che, a loro volta, hanno percorso le n. 15 posizioni di cui si compone ciascuna Tabella in virtù dell'entrata di ulteriori “ordini”. I collegamenti tra le Tabelle e i meccanismi incrociati di completamento delle stesse confermano, altresì, le doglianze delle Associazioni dei consumatori circa le difficoltà, per gli aderenti, di completare le necessarie posizioni delle Tabelle al fine di ottenere il noleggio dell'autoveicolo.

30. Analogamente, non paiono dirimenti né idonee ad escludere il denunciato carattere piramidale del sistema le argomentazioni svolte da Dexcar secondo cui *“la crescita delle tabelle è costante e non esponenziale (...) il numero delle tabelle aperte è superiore di una unità rispetto alle tabelle estinte, rimanendo sempre costante tale proporzione”* mentre il programma ideato opererebbe *“attraverso il meccanismo della “tabella più*

lenta” scelta dall’algoritmo informatico che gestisce il programma” con distribuzione degli ordini “circolare” e non verticistica come, invece, accadrebbe nei sistemi piramidali.

31. In proposito, 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 derivi in via principale dall’entrata di altri soggetti piuttosto che dalla vendita o dal consumo di beni. Tale circostanza emerge, nel caso di specie, sia dai contenuti delle memorie difensive sopra richiamate *sub II.*, sia dall’esame delle condizioni contrattuali (Termini e Condizioni Programma Auto) nonché dalle comunicazioni commerciali diffuse anche attualmente⁹ su molteplici siti internet, diversi da quello del professionista Dexcar oscurato nel mese di giugno 2016 (*www.dexcar.ch*)¹⁰.

32. Peraltro Dexcar non ha neppure fornito elementi idonei a comprovare, neppure in via parziale, l’avvenuta consegna: (i) dei buoni carburante, di cui non viene precisato neppure il valore economico o il criterio di computo; (ii) degli autoveicoli corrispondenti agli ordini acquisiti a sistema; (iii) dell’avvenuto rimborso degli importi versati dai soggetti aderenti ai quali, decorsi i 24 mesi, non sarebbe stata poi consegnata l’autovettura. Infine, in merito alla reclamizzata possibilità di effettuare acquisti sulla piattaforma informatica - genericamente indicata dal professionista come “*e-shop*” – Dexcar ha dichiarato di non averla ancora attivata, nonostante tale possibilità sia comunque indicata nelle comunicazioni commerciali in diffusione.

33. Ne consegue che le modalità di promozione e gestione del sistema di autonoleggio poste in essere da Dexcar e dagli altri professionisti indicati in epigrafe oltre ad essere caratterizzate da elementi di decettività in merito alle caratteristiche, termini e condizioni anche economiche appaiono presentare – allo stato – indici sintomatici delle vendite a carattere piramidale considerate dal Codice del Consumo pratiche commerciali in ogni caso ingannevoli.

34. Sotto il profilo del *periculum in mora*, si rileva che le evidenze in atti mostrano che la pratica non è cessata, essendo i servizi di autonoleggio Dexcar tuttora ampiamente promossi su numerosi siti internet¹¹, e che è

⁹ Cfr. infra punto 36.

¹⁰ Come indicato sopra, il sito è stato accessibile fino al 9 giugno 2016.

¹¹ Si veda infra punto 38.

caratterizzata da una diffusività crescente delle condotte in questione, avendo aderito al sistema Dexcar numerosissimi consumatori¹² ed essendo di recente programmati corsi di formazione per “*Advisor Dexcar*”.

35. In proposito si osserva, in primo luogo, che Asap, pur dichiarando di essersi attivata per interrompere ogni attività di promozione dei servizi di autonoleggio Dexcar, ha ammesso di non essere “*riuscita a localizzare tutti coloro (iscritti a vario titolo nella nostra Community) che avessero promozioni Dexcar in corso*”.

36. In secondo luogo, Dexcar, pur avendo rappresentato che nessun consumatore italiano può attualmente “*inserirsi nel sistema*”, non ha però fornito alcuna evidenza circa l’avvenuta adozione di specifiche iniziative idonee a produrre tale effetto.

37. Basti considerare che sul punto Dexcar ha prodotto unicamente copia di un comunicato - accessibile attraverso la stringa www.strill.it/citta/2016/06/vicenda-dexcar-il-legale-chiarisce-tutti-gli-aspetti-della-vicenda/ - e di un’informativa asseritamente trasmessa alla “Community” dei soggetti che hanno aderito al sistema di noleggio Dexcar, nei quali viene confermata la volontà di “*proseguire l’attività portando a buon fine gli ordini incamerati*”, eventi (*recte* “consegne”) che però risultano concretamente possibili – in ragione di quanto rappresentato dal professionista negli scritti difensivi - solo in virtù dell’ingresso di altri ordini/consumatori nel sistema.

38. In terzo luogo, anche successivamente alla data di diffusione (giugno 2016) del comunicato stampa da parte di Dexcar, navigando sul *web* è possibile rinvenire la programmazione di ulteriori incontri finalizzati alla promozione del sistema di autonoleggio Dexcar. Così sul sito www.eventbrite.com risultano 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 parte¹³.

39. Infine, dalle visure effettuate d’ufficio - da ultimo in data 4 agosto 2016 - emerge che è inattivo unicamente il sito www.dexcar.ch¹⁴, mentre appaiono ancora accessibili gli altri siti indicati nella comunicazione di avvio del procedimento, vale a dire www.solvipa.it,

¹²Cfr. comunicato diffuso sul web dalla Guardia di Finanza, accessibile tramite la stringa <http://www.gdf.gov.it/stampa/ultime-notizie/anno-2016/giugno/operazione-car-dream-truffate-oltre-23mila-persone> (doc. 33).

¹³ Cfr. doc.40.

¹⁴ Il sito www.dexcar.it, attivo, in data 4 agosto risulta in manutenzione.

www.autonuovazerocosti.blogspot.it¹⁵, www.autogratitalia.it,
www.jobike.it, www.rocco.noleggioautogratias.com¹⁶, www.versoluno.com,
www.soluzioneguadagno.it, www.saluteambientebenessere.it,
www.soluzionireferenze.it, www.noleggio-auto-per-due-anni-quasi-gratis.soluzionireferenze.it/,
www.ngcar390.twnextgeneration.com,
www.maurobo.net e www.facebook.com/soloautonuovecostozero/, sui quali risultano tuttora in diffusione i medesimi messaggi oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento; in alcuni di tali siti risultano altresì pubblicati i *form* di contatto compilabili per poter aderire.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che Dexcar, Raggio Verde s.n.c., Asap Holding S.r.l. (già Asapmarkets Europe S.r.l.) Bizeta Web s.a.s., Tronchin Auto S.r.l. e Trentatre S.r.l.:

- a) sospendano ogni attività diretta a gestire, promuovere e a far aderire i consumatori, con le modalità indicate in precedenza, al sistema di noleggio di autoveicoli ideato e predisposto da Dexcar, denominato anche "*Programma Marketing Bonus Auto*" ovvero "*Community car rental free*";
- b) comunichino all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro 15 giorni dal suo ricevimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

¹⁵ Il sito, attivo, alla data del 4 agosto 2016 risulta in manutenzione.

¹⁶ Il sito, attivo, alla data del 4 agosto 2016 risulta in manutenzione.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera 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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, co. 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 comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo