

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 aprile 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, 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;

I. LA PARTE

1. Nissan Italia S.r.l. (di seguito, anche “Nissan”), in qualità di professionista, ai sensi dell’articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, è attiva nella vendita di autovetture con il marchio Nissan. La società è interamente controllata da Nissan Europe S.a.s.. Il fatturato realizzato alla data del 31 marzo 2015 è stato pari a circa 63 milioni di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Sulla base delle informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo¹, è emerso che Nissan avrebbe posto in essere una pratica commerciale consistente nel presentare in modo lacunoso e ambiguo il costo complessivo delle autovetture pubblicizzate nelle varie versioni (in particolare, "Juke", "Micra", "Note", "X-Trail") e, nello specifico, le informazioni circa le modalità di pagamento e il calcolo del prezzo, diffuse tramite il proprio sito *internet* www.nissan.it e a mezzo televisione.

3. In particolare, è risultato che Nissan, nell'indicare il prezzo delle autovetture in promozione, omette di precisare contestualmente che lo stesso è riservato solo a chi sottoscrive un contratto di finanziamento rateale per un prezzo finale notevolmente superiore rispetto a quello indicato nel messaggio pubblicitario. Tale obbligo, infatti, risulta esplicitato al consumatore solo da una nota in ridotti caratteri grafici sul sito *internet* e in modo non intellegibile nel corso degli *spot* diffusi via televisione.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. In data 12 novembre 2015 sono stati realizzati rilievi d'ufficio² sul sito *internet* di Nissan <http://www.nissan.it> e acquisite agli atti del provvedimento le relative pagine *web*.

5. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 20 novembre 2015 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10279 per possibile violazione degli articoli 20, 21 comma 1, lettera *d*), e 22, commi 1, 2 e 4, lettera *d*), del Codice del Consumo³.

6. In data 22 dicembre 2015 è pervenuta memoria difensiva del professionista.

7. In data 11 febbraio 2016 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria del procedimento, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁴.

¹ Cfr. doc. n. 1.

² Doc. n. 1.

³ Doc. n. 2.

⁴ Doc. n. 7.

8. In data 1° marzo 2016 è pervenuta la memoria finale da parte di Nissan⁵.

2 *Le evidenze acquisite*

9. Nissan propone offerte commerciali relative alle autovetture con proprio marchio, attraverso il sito *internet* aziendale nonché a mezzo stampa, radio e televisione. I documenti agli atti, con particolare riferimento ai rilievi effettuati d'ufficio in data 12 novembre 2015⁶, concernono l'acquisizione delle schermate delle pagine *web* del sito *internet* <http://www.nissan.it> ed, in particolare, le offerte aventi ad oggetto i veicoli della gamma Nissan "Juke", "Micra", "Note", "X-Trail".

10. Dai rilievi sul citato sito *internet* è emerso che nella sezione cd. "Offerte Speciali" sono elencate le offerte commerciali in corso, con riferimento ai diversi veicoli della casa automobilistica Nissan. Selezionando il veicolo di interesse attraverso il collegamento ipertestuale "Scopri l'offerta", appare in primo piano l'immagine del veicolo e il *claim* relativo al prezzo del veicolo e, solo in fondo alla pagina *web*, con un'evidenza grafica manifestamente ridotta rispetto alla suddetta dicitura, sono rappresentate alcune specifiche, tra cui l'esempio di finanziamento rateale, l'indicazione dei costi aggiuntivi e l'importo finale dovuto.

11. Ad esempio, la campagna relativa al modello "Micra" presentava, all'indirizzo *internet* <http://www.nissan.it/IT/it/vehhicle/city-cars/new-micra/offer.html> l'offerta promozionale con il seguente *claim* "NISSAN MICRA TUA A € 8.450**.* In fondo alla pagina si leggeva con caratteri di ridotta dimensione: "Esempio di finanziamento su NISSAN MICRA CONFORT 5 PORTE 1.2 80 CV CON CLIMA, RADIO CD E BLUETOOTH®**: Importo totale del credito € 8.450 Anticipo zero 84 rate da € 153 comprensive, in caso di adesione, di finanziamento protetto e pack 5 anni di assicurazione Furto e Incendio Nissan Insurance a soli € 899 Importo totale dovuto dal consumatore € 12.833 TAN 6,49% (tasso fisso), TAEG 8,67%*" (sottolineatura aggiunta). Una nota, con caratteri ulteriormente ridotti, chiariva il contenuto dell'asterisco summenzionato: "Nissan Micra Comfort 5 porte 1.2 80 CV con clima, radio CD e Bluetooth® a € 8.450, prezzo chiavi in mano (IPT e contributo pneumatici fuori uso esclusi). E' inclusa una riduzione del prezzo di listino pari a €

⁵ Doc. n. 8.

⁶ Doc. n. 1.

3.500 riconosciuta da Nissan in collaborazione con la rete dei concessionari che aderiscono all'iniziativa a fronte dell'adesione al finanziamento "Easy Micra" anche in caso di permuta o rottamazione di un veicolo usato con immatricolazione antecedente al 01.01.2006 e di proprietà da almeno sei mesi alla data del contratto del veicolo nuovo" (sottolineatura aggiunta)⁷.

12. Ad ulteriore esempio, la campagna in diffusione al momento dell'avvio del procedimento presentava, all'indirizzo internet <http://www.nissan.it/IT/it/vehicle/crossovers/juke/offer.html>, l'offerta promozionale relativa al modello denominato "Juke" con il seguente claim "Gamma Juke da €13.950*". Più sotto si precisava che: "L'offerta è valida, salvo esaurimento dello stock, fino al 30/11/2015 presso le concessionarie che aderiscono all'iniziativa. Esempio di finanziamento su Juke Visia 1.6 Benzina 94 cv EURO6*: Importo totale del credito € 9.950 Anticipo € 4.000 84 rate da € 179 comprensive, in caso di adesione, di finanziamento protetto e pack 5 anni di assicurazione furto e incendio Nissan Insurance a soli € 999 + estensione della garanzia EXTESA 5 anni/100.000 km IN OMAGGIO Importo totale dovuto dal consumatore € 15.029 TAN 6,49% (tasso fisso), TAEG 8,37%".

Una nota, con caratteri particolarmente ridotti, chiariva il contenuto dell'asterisco summenzionato: "*Juke Visia 1.6 benzina 94CV con clima, cerchi in lega e radio, a € 13.950, prezzo chiavi in mano (IPT e contributo Pneumatici Fuori Uso esclusi). È inclusa una riduzione del prezzo di listino pari a € 3.200 in collaborazione con le concessionarie che aderiscono all'iniziativa, valido solo in caso di ADESIONE AL FINANZIAMENTO "EASY EXTESA TRADE IN" ed a fronte del ritiro in permuta o rottamazione di un veicolo usato con immatricolazione antecedente al 01/01/2010 e di proprietà da almeno 6 mesi alla data del contratto del veicolo nuovo (sottolineatura aggiunta)".

13. La medesima offerta relativa al modello "Micra" è stata diffusa anche tramite spot televisivo durante il mese di aprile 2015, il quale riproponeva analogo contenuto. Infatti, la voce fuori campo rappresentava "Non perdere l'attimo! Ad aprile Micra benzina o Eco GPL da € 8.950 con 5 anni di garanzia e 5 anni di furto incendio". Durante il messaggio pubblicitario, appariva la scritta "Nuova Micra Freddy Gamma Benzina o Eco GPL da € 8.950*. Anticipo 0" con caratteri di notevole evidenza grafica, sottolineati dal colore bianco su sfondo nero. Il testo relativo al dettaglio della

⁷ Doc. n.1.

promozione, invece, compariva con caratteri sensibilmente ridotti nella parte inferiore dello schermo e riportava: *“NISSAN MICRA ECO GPL VISIA TPMS 5 PORTE 1.2 80 CV CON CLIMA RADIO E BLUETOOTH A € 8.950, PREZZO CHIAVI IN MANO [...] E' INCLUSO UNO SCONTO PARI A € 5.700 RICONOSCIUTO DA NISSAN E DALLE CONCESSIONARIE CHE ADERISCONO ALL'INIZIATIVA A FRONTE DELL'ADESIONE AL FINANZIAMENTO “EASY EXTESA” (TAN 5,99% E TAEG 8,02%)”*⁸.

14. Analoga offerta sempre relativa al modello “Micra” è stata diffusa, durante il mese di ottobre 2015, tramite *spot* televisivo nel quale la voce fuori campo rappresentava *“è Micra oggi anche nella nuova versione n-tec gamma Micra da 8.450 euro”* Durante il messaggio pubblicitario, appariva la scritta *“MICRA DA € 8.450*”*, con caratteri di notevole evidenza grafica. Il testo relativo al dettaglio promozione, invece, compariva con caratteri sensibilmente ridotti nella parte inferiore dello schermo e riportava: *“NISSAN MICRA COMFORT 5 PORTE 1.2 80 CV CON CLIMA RADIO E BLUETOOTH A € 8.450, PREZZO CHIAVI IN MANO [...] E' INCLUSA UNA RIDUZIONE DEL PREZZO DI LISTINO PARI A € 3.500 RICONOSCIUTA DA NISSAN IN COLLABORAZIONE CON LA RETE DELLE CONCESSIONARIE CHE ADERISCONO ALL'INIZIATIVA A FRONTE DELL'ADESIONE AL FINANZIAMENTO “EASY MICRA”[...] SALVO APPROVAZIONE NISSAN FINANZIARIA”*⁹.

15. Nello *spot* radiofonico acquisito agli atti del procedimento andato in onda nel mese di aprile 2015 si affermava: *“tutto lo stile Micra e tutto lo spazio Note oggi con 5 anni di garanzia e 5 anni di furto e incendio ed Eco GPL al prezzo del benzina Gamma Nissan CityCar solo ad aprile da 8.950 euro anticipo zero con finanziamento Easy Extesa info su nissan.it”*¹⁰.

16. L'offerta relativa al modello “Juke” è stata diffusa anche a mezzo stampa nel mese di luglio 2015 nella quale compariva il claim: *“OGGI CON LA TUA PERSONALIZZAZIONE INCLUSA. GAMMA DA € 13.950* FINO AL 31 AGOSTO”*. Mentre più in basso con caratteri notevolmente più ridotti era riportata la dicitura: *“NUOVO JUKE VISIA 1.6 BENZINA 94 CV EURO 6 CON CLIMA, CERCHI IN LEGA E RADIO CD A € 13.950, PREZZO CHIAVI IN MANO [...] E' INCLUSA UNA RIDUZIONE DEL PREZZO DI LISTINO PARI A € 3.200, RICONOSCIUTA DA NISSAN IN COLLABORAZIONE CON LE CONCESSIONARIE CHE ADERISCONO*

⁸ Doc. n. 5, all. “Materiali CY15”.

⁹ Doc. n. 5, all. “Materiali CY15”.

¹⁰ Doc. n. 5, all. “Materiali CY15”.

ALL'INIZIATIVA, VALIDA SOLO IN CASO DI ADESIONE AL FINANZIAMENTO "EASY EXTESA TRADE IN[...]”¹¹

17. Il professionista ha reso altresì noto il prezzo di listino con finanziamento degli autoveicoli Micra, Note, Juke ed X-Trail nel mese di novembre 2015, il cui prezzo indicato nell'offerta commercializzata era rispettivamente di 8.450€, 11.650€, 13.950€ e 29.200€, mentre il prezzo applicato per l'acquisto in contanti era rappresentato come di seguito: “Micra” 9.600€, “Note” 12.850€, “Juke” 14.450€, “X-trail” 29.850€¹².

3) Le argomentazioni difensive della Parte

18. In risposta alla richiesta di informazioni avanzata dagli Uffici, Nissan ha presentato memoria difensiva in data 22 dicembre 2015, sostenendo, in primo luogo, l'inidoneità della condotta ad indurre in errore il consumatore relativamente al prezzo praticato. Infatti, il prezzo comunicato sarebbe quello contrattuale effettivamente applicato dai concessionari aderenti all'iniziativa e costituisce *“l'oggetto del finanziamento di cui viene edotto il consumatore, immediatamente e chiaramente, tramite l'illustrazione di diversi esempi di finanziamento (con l'indicazione ovviamente di spese, TAG e TAEG applicati). (...) Subito dopo l'esempio, il consumatore viene avvertito della necessità dell'approvazione della finanziaria e subito dopo ancora, con estrema chiarezza, che l'offerta è valida aderendo ad una pratica di finanziamento e al ritiro di un veicolo usato (in permuta o rottamazione) [...] non v'è nessun errore in cui potrebbe incorrere il consumatore che viene edotto [...] per almeno tre volte espressamente che l'offerta presentata è legata ad un finanziamento (con relativi costi, spese e importi totali dovuti)”¹³.*

19. Tali considerazioni sono state ribadite nella memoria pervenuta in data 1° marzo 2016. Il professionista, inoltre, ha sostenuto la completezza delle informazioni fornite, in quanto nel messaggio pubblicitario sarebbe più volte specificato che il prezzo indicato è subordinato alla stipula del finanziamento. A tal fine, sotto l'indicazione del prezzo e con notevole evidenza grafica, è stata inserita l'indicazione “Anticipo 0” o “EASY EXTESA TRADE IN” (rispettivamente per le pubblicità dei modelli “Micra” e “Juke”), come chiaro riferimento alla previsione del finanziamento rateale.

¹¹ Doc. n. 5, all. “Materiali CY15”.

¹² Doc. 5, all. “Riepilogo offerte 2015”.

¹³ Doc. 5, pag. 7.

Da quanto detto, conseguirebbe che i messaggi pubblicitari non sarebbero assolutamente idonei ad indurre in errore il consumatore, in quanto gli esempi di finanziamento esprimerebbero in maniera chiara, formale, univoca ed espressa l'importo finanziato, il numero delle rate, l'importo delle stesse, il totale dovuto, il TAN, il TAEG e le spese di istruttoria¹⁴.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

20. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, per via televisiva, nonché attraverso ulteriori mezzi di comunicazione, in data 4 marzo 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo¹⁵.

21. Con parere pervenuto in data 5 aprile 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in questione. In particolare, si è considerato che, il consumatore, sollecitato dalla comunicazione commerciale relativa alle offerte promozionali delle autovetture a marchio Nissan presenti sul sito *internet* www.nissan.it, potrebbe poi effettivamente fruire delle prestazioni del professionista e aderire all'acquisto dell'autovettura prescelta, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

22. Oggetto del presente procedimento sono le modalità con cui il professionista Nissan Italia S.r.l. promuove la vendita di alcuni modelli di autovetture a marchio Nissan. Sulla base delle risultanze istruttorie tali modalità si sostanziano nella diffusione di informazioni tramite l'utilizzo dei seguenti strumenti di comunicazione: *a)* pagine *web*, presenti sul sito *internet* aziendale del professionista, *b)* *spot* televisivi, *c)* *spot* radiofonici, *d)* pubblicità a mezzo stampa. Tutte le modalità pubblicitarie presentano profili di scorrettezza sulla base delle motivazioni riportate di seguito.

¹⁴ Doc. 8, pag. 3.

¹⁵ Doc. 9.

23. La pratica commerciale posta in essere dal professionista consiste, in particolare, nella diffusione, tramite i suddetti mezzi di comunicazione, di promozioni finalizzate alla vendita di autovetture a marchio Nissan ad un prezzo presentato come promozionale, enfatizzando che a quel determinato prezzo un certo modello di autovettura sarebbe divenuto di proprietà del consumatore che l'avesse acquistato (ad es. “*Nissan Micra Tua a € 8.450**”).

Il messaggio risulta dunque incentrato sul prezzo in promozione che, in assenza di contestuali indicazioni idonee a chiarirne la portata, lascia intendere ai destinatari, contrariamente al vero, che alla cifra pubblicizzata sarà possibile acquistare la vettura (“*Tua a € 8.450*”).

Al riguardo, infatti, va osservato che in nessun messaggio della campagna è contestualmente precisato che la cifra riportata nella promozione è riservata esclusivamente a chi fruisca del finanziamento rateale, né è adeguatamente chiarito il costo dello stesso. Sotto quest'ultimo aspetto, i messaggi radiofonici sono privi di qualsiasi avvertenza idonea a precisare il prezzo inclusivo del finanziamento e il Tan e Taeg applicati; gli *spot* televisivi riportano tali indicazioni solo in fondo alla pagina in caratteri sostanzialmente illeggibili e senza che le suddette informazioni siano lette dallo *speaker*; mentre il sito *internet* riporta le informazioni in questione, ma solo attraverso una nota, riportata in fondo alla pagina, avente caratteri grafici notevolmente più ridotti rispetto al rilievo grafico con il quale viene presentato l'importo del prezzo promozionale.

24. Ne consegue che i messaggi in esame, così come tuttora pubblicizzati risultano del tutto inidonei ad informare correttamente i consumatori, inducendoli in errore sul prezzo al quale è effettivamente possibile acquistare la vettura in promozione nonché sul costo del credito.

L'importo pubblicizzato, infatti, risulta non veritiero sia per chi desiderasse acquistare l'autovettura in contanti (in quanto è riservato esclusivamente a chi richiede un finanziamento per la rateazione), sia per chi volesse fruire del pagamento rateale, dal momento che in questo caso, come chiarito in precedenza, il prezzo dovrebbe necessariamente essere incrementato del costo del finanziamento stesso, circostanza non adeguatamente precisata nei messaggi.

25. In proposito, si deve rilevare che, oltre gli specifici motivi di ingannevolezza sopra evidenziati, sussiste nelle modalità comunicative adottate dal professionista una più assorbente ragione che rende le stesse in contrasto con gli obblighi di chiarezza e trasparenza, che incombono sul

professionista, nella presentazione del prezzo.

Quest'ultimo, per costante linea interpretativa dell'Autorità, confermata in sede giurisprudenziale, non può essere presentato in modo parcellizzato o altrimenti confusorio, considerata la sua rilevanza nell'orientare il comportamento economico del consumatore.

Ciò premesso, le modalità comunicative adottate nel caso di specie dal professionista risultano in radice ingannevoli in quanto Nissan finisce col proporre in pubblicità non il prezzo di vendita, quanto piuttosto l'importo promozionale da corrispondere esclusivamente attraverso rate su cui applicare gli oneri finanziari. Come sopra rilevato, infatti, la cifra pubblicizzata non rappresenta né il prezzo senza finanziamento (che risulta significativamente maggiore¹⁶), né il prezzo finale da corrispondere a seguito del finanziamento (che ugualmente risulta maggiore di quello pubblicizzato in ragione del tan e taeg applicati). Ciò permette al professionista – che omette di presentare il prezzo effettivo di vendita - di poter agganciare il consumatore sulla base di un prezzo fittizio particolarmente allettante per il destinatario che viene fuorviato nelle proprie valutazioni comparative rispetto ai prezzi effettivi presenti sul mercato. In conclusione, tali modalità comunicative consentono al professionista di alterare la percezione di convenienza dell'offerta da parte del consumatore, potendo regolare al ribasso il prezzo presentato, semplicemente agendo in rialzo sulle componenti di minor impatto percettivo del tan e del taeg.

26. La presentazione del quadro informativo in ordine al costo complessivo delle autovetture pubblicizzate nelle varie versioni (“Juke”, “Micra”, “Note”, “X-Trail”) appare pertanto fuorviante ed idonea ad ingenerare nel consumatore confusione circa il prezzo e le modalità di pagamento del veicolo stesso.

27. In conclusione, alla luce delle sopra esposte considerazioni, si ritiene che la condotta posta in essere da Nissan Italia S.r.l., consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli in merito al prezzo promozionale di alcune autovetture a marchio Nissan, integri una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21 comma 1, lettera *d*), e 22, commi 1, 2 e 4, lettera *d*), del Codice del Consumo.

28. Tale condotta, peraltro, risulta contraria alla diligenza professionale, in

¹⁶ Il prezzo reale, quello cioè al quale il consumatore può effettivamente acquistare le autovetture oggetto di promozione senza finanziamento, non è infatti il prezzo pubblicizzato in promozione (pari, nei casi considerati nell'ambito del presente procedimento, a euro 8.450 per l'autovettura Micra 1.2 80 cv e a euro 13.950 per la Juke Visia 1.6 94 cv), ma quello più elevato, corrispondente ai prezzi di listino (applicati in assenza di promozioni e/o sconti) pari rispettivamente a euro 9.600 e 14.450.

quanto nel caso di specie, non si riscontra da parte del professionista il normale grado di correttezza che i consumatori possono ragionevolmente attendersi. In proposito si deve sottolineare che il professionista fornisce ai consumatori informazioni fuorvianti e lacunose, non consentendo loro di assumere una decisione consapevole, dal momento che gli stessi non sono posti nella condizione di conoscere con esattezza il prezzo finale delle autovetture pubblicizzate e di operare un corretto confronto con le altre vetture della medesima fascia presenti sul mercato.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

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

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

31. Con riguardo alla gravità della violazione, si considera che Nissan Italia S.r.l. è un importante operatore nel settore del commercio di autovetture, con un fatturato, al 31 marzo 2015, di circa 63 milioni di euro e un utile di esercizio di circa 12 milioni di euro.

Va rilevata, inoltre, la particolare insidiosità della condotta, suscettibile di indurre in errore su un elemento centrale per le scelte economiche del consumatore, quale il prezzo, nonché in grado di alterare le sue valutazioni comparative con riguardo alle altre vetture della medesima fascia presenti sul mercato.

Si tiene conto, infine, nella fattispecie in esame della capacità di penetrazione dei messaggi che, in ragione delle modalità di diffusione, attraverso una campagna pubblicitaria che ha utilizzato tutti i più importanti mezzi (*internet*, stampa e *spot* televisivi e radiofonici), è suscettibile di aver raggiunto un numero molto elevato di destinatari.

Va valutato, altresì, che le modalità ingannevoli con cui è veicolata l'informazione sul prezzo appaiono derivare da una precisa strategia

comunicazionale adottata dal professionista.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal mese di aprile 2015¹⁷ sino ad almeno il 29 marzo 2016, data dell'ultima rilevazione effettuata¹⁸.

Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Nissan Italia S.r.l. nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame, posta in essere da Nissan Italia S.r.l., risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, lettera *d*), e 22, commi 1, 2 e 4, lettera *d*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la presentazione in modo lacunoso ed ambiguo del costo complessivo delle autovetture pubblicizzate e delle informazioni circa le modalità di pagamento e il calcolo del prezzo, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti pubblicizzati dal professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Nissan Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1, lettera *d*), e 22, commi 1, 2 e 4, lettera *d*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Nissan Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

¹⁷Doc. n. 5, all. "Materiali CY15".

¹⁸ Cfr. doc. n. 10.

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata 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'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella