

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 novembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Euro Content Limited (di seguito anche “Euro Content”), società a responsabilità limitata di diritto inglese, in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società ha sede legale nel Regno Unito e sede operativa unica in Germania (Frankfurt am Main), ove è iscritta nel registro del commercio della Pretura di Francoforte. Il suo oggetto sociale è “*marketing su internet e produzione di software*”. L’attività è esercitata dalla sede tedesca ed ha avuto inizio il 1° aprile 2010 tramite il sito Internet *www.easy-download.info*.

2. Codacons (Coordinamento delle Associazioni per la difesa dell’Ambiente e la tutela dei diritti di Utenti e Consumatori), in qualità di segnalante.

3. Adiconsum, Associazione Difesa Consumatori e Ambiente, in qualità di segnalante.
4. Aduc (Associazione Diritti Utenti e Consumatori), in qualità di segnalante.
5. Unione Nazionale Consumatori, in qualità di segnalante.
6. Altroconsumo, in qualità di segnalante.
7. Federconsumatori (Federazione Nazionale Consumatori e Utenti), in qualità di segnalante.
8. Associazione Europea Consumatori Indipendenti, in qualità di segnalante.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

9. Il procedimento concerne le condotte poste in essere dal professionista e consistenti:

a) nell'utilizzo di articolati meccanismi mediante i quali Euro Content ha indotto i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che i prodotti *software* presenti nel proprio sito Internet e generalmente disponibili gratuitamente in rete (quali *Open Office*, *Opera*, *Adobe Acrobat Reader*, *VLC Media Player*, ecc.) potessero essere scaricati senza alcun onere economico. Secondo quanto riferito nelle migliaia di segnalazioni pervenute all'Autorità, all'esito della consultazione di motori di ricerca in Internet – effettuata digitando il nome del *software* desiderato in abbinamento ai termini “gratis” o “gratuito” - un elevatissimo numero di consumatori sarebbe stato indirizzato al sito *www.easy-download.info*, accedendo al quale sarebbero stati indirizzati non alla *home page*, ma ad altra pagina del medesimo sito contenente una scheda di registrazione in cui inserire i propri dati personali (nome, cognome, indirizzo, data di nascita, *e-mail* e telefono), a lato della quale, con scarsa evidenza grafica, venivano descritte le caratteristiche del contratto. A seguito della registrazione, i consumatori si sarebbero inconsapevolmente trovati vincolati ad un contratto di abbonamento della durata di 24 mesi per la fornitura *on-line* di prodotti *software*, nonché al pagamento di un canone mensile di 8 euro da corrispondere anticipatamente per la prima annualità (96 euro) tramite bonifico bancario.

b) nell'invio per *e-mail* ai consumatori, a circa due settimane dall'avvenuta registrazione sul sito internet *www.easy-download.info*, e quindi una volta decorso il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui agli art. 50 e ss. del Codice del Consumo, di una richiesta di pagamento, via *e-mail*, seguita – a breve distanza di tempo – da un primo sollecito, sempre tramite *e-mail*, e da un secondo e ultimativo sollecito inviato per posta elettronica e/o ordinaria. Tale comunicazione, con oggetto “**Avviso Urgente - ULTIMO SOLLECITO**”, include una maggiorazione di 5 euro sul canone relativo alla prima annualità del presunto abbonamento, l'avvertimento che, in caso di mancato pagamento, la società eserciterà azioni legali per il recupero del credito, con ulteriori consistenti oneri economici per il consumatore, nonché l'avviso circa la possibile notifica del mancato pagamento a “*diverse agenzie di credito*”.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

10. A seguito di alcune migliaia di segnalazioni pervenute da singoli consumatori e loro associazioni, anche tramite la Direzione Contact Center dell'Autorità, nel periodo maggio-luglio 2010, in data 12 luglio 2010 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS6013 per presunta violazione degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo. In tale sede veniva in particolare contestata l'idoneità del meccanismo utilizzato da Euro Content a indurre i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei *software* disponibili sul sito *www.easy-download.info* potesse avvenire senza oneri a loro carico, nonché la possibile illiceità degli ostacoli e dinieghi asseritamente opposti dal professionista alle richieste di recesso dal contratto avanzate dai consumatori.

11. Il 22 luglio 2010 Euro Content è stata sentita in audizione, nelle persone degli avvocati presso i quali ha eletto domicilio in Italia e delegati a rappresentarla nel procedimento dinanzi all'Autorità. In pari data il professionista ha presentato memorie e informazioni, successivamente integrate, in particolare, nelle date del 3 e 10 agosto, del 6, 8 e 15 settembre e del 18 ottobre 2010. Euro Content ha avuto accesso alla documentazione del fascicolo istruttorio il 22 luglio, il 23 settembre, il 7 e il 14 ottobre 2010.

12. Il 31 agosto 2010 è stata deliberata l'estensione oggettiva del

procedimento, mediante la quale sono state contestate a Euro Content, ai sensi degli artt. 20 e 25, lettera *e*), del Codice del Consumo, anche la prospettazione ai consumatori del ricorso ad azioni legali per il recupero del credito e dell'eventuale “*notifica dei fatti a diverse agenzie di credito*”, nonché l'addebito di ulteriori 5 euro a titolo di spese di sollecito. Contestualmente, è stato comunicato al professionista l'avvio del sub procedimento per l'eventuale adozione di misure cautelari.

13. Il 23 settembre 2010 sono state sentite in audizione le società Google UK Ltd. e Google Italy S.r.l., al fine di acquisire informazioni sulle modalità utilizzate da Euro Content per pubblicizzare in Internet il sito *www.easy-download.info*.

14. Il 1° ottobre 2010 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, successivamente prorogata il 6 ottobre 2010, in parziale accoglimento dell'istanza pervenuta da Euro Content il 4 ottobre 2010.

15. Il 6 ottobre 2010, ai sensi del Decreto Legislativo n. 70/03 di recepimento in Italia della Direttiva CE 2000/31/CE in materia di commercio elettronico, è stata trasmessa alle competenti Autorità tedesche e britanniche la prevista comunicazione informativa relativa al procedimento in corso, chiedendo al contempo, alle stesse Autorità se fosse loro intenzione di adottare in proposito misure o provvedimenti nei confronti di Euro Content.

16. Il 28 ottobre 2010, ai sensi dell'art. 5, comma 3, lettera *b*), del Decreto Legislativo n. 70/03, alle medesime Autorità estere e alla Commissione Europea è stata comunicata l'intenzione di adottare provvedimenti inibitori nei confronti di Euro Content.

17. Il 2 novembre 2010 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) Le evidenze acquisite

2.1. Informazioni sulla società Euro Content e sull'attività da essa svolta

18. Secondo le informazioni acquisite nel corso del procedimento, Euro Content Ltd è una società a responsabilità limitata di diritto inglese con sede legale nel Regno Unito dove, peraltro, non svolge alcuna attività. La sua unica sede operativa risulta localizzata e fiscalmente domiciliata in Germania (Frankfurt am Main), nonché iscritta nel registro del commercio della Pretura di Francoforte. Euro Content dichiara di non disporre di sedi o rami

d'azienda né in Italia né altrove, né di *call center* in Italia. I rapporti con i cittadini italiani sono intrattenuti unicamente via *e-mail*, fax, o a mezzo posta all'indirizzo di Francoforte (cfr. doc. 31). I dati forniti da Euro Content relativamente al periodo gennaio-maggio 2010, anno di inizio dell'attività, indicano un fatturato di 164.000 euro circa e un utile di circa 43.000 euro.

19. La società ha come oggetto sociale *“marketing su internet e produzione di software”* e, più specificamente, come dichiarato dal professionista nel corso del procedimento, offre in forma di abbonamento biennale, al costo di 8 euro al mese, *“contenuti redazionali e supporto tecnico per gli utilizzatori inerenti software di vario genere sia acquistabili a titolo oneroso, sia liberamente scaricabili in rete senza contenuti pubblicitari”* *“l’abbonamento a easydownload permette di accedere ai contenuti redazionali, di ricevere supporto tecnico anche per software acquistati direttamente dai produttori e di esprimere pareri e commenti sulla funzionalità dei vari programmi e di prendere visione dei commenti e dei suggerimenti degli altri utenti”*. L'abbonato, pertanto, dispone di *“una banca dati sempre aggiornata ove vengono inserite informazioni ed articoli su tutte le ultime novità riguardanti il software e dispone inoltre di servizi di assistenza tecnica”*.

20. Nel Regno Unito la società è stata costituita nel giugno 2009. Il ramo di azienda tedesco è stato iscritto nel registro del commercio della Pretura di Francoforte nell'agosto 2009. L'attività è esercitata esclusivamente dalla sede operativa tedesca ed è stata avviata il 1° aprile 2010 con il prodotto *www.easy-download.info*, dominio registrato in Arizona (USA) l'8 marzo 2010, di proprietà di Euro Content.

La pagina *web* utilizza i server della società olandese Leaseweb B.V.

Per il pagamento del canone di abbonamento, ai consumatori italiani viene richiesto di effettuare un bonifico su un conto bancario intestato a Euro Content presso la banca slovacca *Ceskoslovenská obchodná banka a.s.* (CSOB).

21. Il numero di fax fornito ai consumatori italiani (con prefisso 06) corrisponde a un servizio di fax *“Store&Forward”*, con cui si acquista la possibilità di utilizzare una numerazione per ricevere fax che poi vengono inviati per *e-mail* al destinatario (nel caso di specie alla sede operativa di Euro Content in Germania).

2.2. La pubblicità in Internet del sito *www.easy-download.info* e le informazioni acquisite da Google Italy S.r.l. e Google UK

22. I siti Internet di cui Euro Content ha indicato di essersi servita per la vendita dei propri servizi tramite il sito *www.easy-download.info*, sono: *www.euro-content.com*; *www.opera-now.net*; *www.openoffice-now.info*; *www.vlc-player-now.com*; *www.reader-now.com*; *www.antivirus-now.org*; *www.earth-now.net*; *www.messenger-now.info*; *www.flash-player-now.com*; *www.software-it.org*; *www.software-it.net*; *www.software-32.com*; *www.software-33.com*; *www.software-ora.com*; *www.software-net.com*.

23. Il professionista ha indicato di aver promosso la propria attività commerciale mediante la piattaforma Google Adwords (il programma pubblicitario *on-line* di Google¹) e l'utilizzo di parole-chiave tra cui compaiono i nomi dei vari *software* (*Earth*, *Acrobat Reader*, *Flash Player*, *Opera*, *Antivirus*, *Openoffice*, *VLC Media Player*) o combinazioni degli stessi (ad es. *VLC*, *VLC Player*, *VLC Media Player*, *VLC MediaPlayer download*, *VLC Media*, *VLC download*, ecc.), nonché parole o frasi quali “*scaricare la versione più recente in modo facile, veloce e sicuro*”, ecc.. Euro Content ha dichiarato di non aver mai pubblicizzato i propri servizi utilizzando i termini “*gratis*” o “*gratuito*” (cfr. doc. n. 31). Il professionista non ha fornito informazioni relativamente ad altri strumenti pubblicitari eventualmente utilizzati per promuovere il sito *www.easy-download.info*.

24. Dagli elementi forniti da Google Italy S.r.l. e da Google U.K., sia in sede

¹ Sulla base delle informazioni fornite da Google si evidenzia che, in via generale, Google Adwords funziona con un sistema di asta alla quale partecipano gli inserzionisti. Una pubblicità (link sponsorizzato) si crea seguendo una procedura online tramite una schermata sul sito di Google riservata agli inserzionisti in cui si è richiesti di scegliere una serie di possibili opzioni che vanno dalla lingua utilizzata, al Paese di diffusione, alle parole utilizzate con espressa descrizione dell'URL (*Uniform Resource Locator*, sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa in Internet). L'inserzionista seleziona, inoltre, l'importo massimo che intende pagare al giorno per la promozione e la somma che intende pagare per ogni click di un utilizzatore sull'annuncio pubblicitario associato a quella parola-chiave. Il sistema Adwords, infatti, adotta di solito un meccanismo per cui l'inserzionista paga Google ogni volta che qualcuno clicca sul link corrispondente al sito sponsorizzato e non sul numero di volte che la sua pubblicità viene visualizzata da Google, sulla base della ricerca per parole-chiave.

Il ranking dei siti che hanno chiesto la pubblicità su Google viene effettuato principalmente sulla base di due parametri: il prezzo per click che la società è disposta a corrispondere ed un criterio qualitativo connesso alla pertinenza del sito e del messaggio pubblicitario rispetto alle parole per cui i consumatori effettuano la ricerca. Più un sito è richiesto, alias selezionato (cliccato) e più quel sito sale di posizione tra quelli in lista a parità di compenso economico corrisposto. Tale meccanismo corrisponde, del resto all'interesse di Google che è quello di evitare di dare particolare preminenza a link sponsorizzati che hanno soltanto uno scarso collegamento con le parole oggetto della ricerca dell'utente (anche se la loro offerta economica è superiore), poiché, in tal caso, è poco plausibile che l'utente acceda a tale link e generi un introito per Google. Inoltre, una politica che desse preminenza alle offerte economiche più elevate, rischierebbe di compromettere la credibilità del motore di ricerca agli occhi di utenti e inserzionisti, con un conseguente danno per la stessa società (Google).

di audizione, sia in riscontro alle richieste di informazioni dell’Autorità, Euro Content non risulta essere mai stata cliente di Google Adwords fino al 27 settembre 2010, giorno in cui è subentrata nella titolarità di [10-20]² degli oltre [30-50] *account* precedentemente facenti capo ad altra società, registrata nel Regno Unito e con sede in Germania, denominata Silver Retail Services (SRS) Ltd.

25. Tuttavia, nel periodo aprile-giugno 2010, SRS ha acquistato, a fini promozionali, parole-chiave per una serie di siti, tra i quali figurano i numerosi siti di cui Euro Content ha dichiarato di essersi servita per promuovere la vendita dei propri servizi (cfr. par. 22). In particolare, nel periodo 6 aprile-17 giugno 2010 SRS ha acquistato un elevato numero di parole-chiave connesse al settore dei prodotti *software* (es. “scarica” “*download*”, “*Media Player*”, “*VLC*”, “*Antivirus*”, “*Open Office*”, ecc.), nonché termini quali “gratis”, “gratuito”, “gratuiti”, “gratuitamente”, ecc. In poco più di due mesi SRS risulta aver acquistato oltre [25.000-50.000] combinazioni di parole-chiave comprensive del termine “gratis”, oltre [1.000-4.000] combinazioni comprensive del termine “gratuito” e oltre [10.000-30.000] comprensive del termine “*free*”. Tutte queste operazioni sono state effettuate, in particolare, da uno degli oltre [30-50] *account* di SRS ([*omissis*]), che dal 27 settembre 2010 è transitato nella titolarità di Euro Content.

26. Google ha dichiarato di aver sospeso, a partire dal 17 giugno 2010, tutti gli *account* facenti capo ad SRS, compresi i [10-20] successivamente transitati nella titolarità di Euro Content, in quanto, da verifiche interne, gli stessi risultavano sponsorizzare siti incompatibili con le regole di *policy* di Google Adwords, ad es. in ragione della loro natura di “siti-ponte” e/o perché finalizzati alla vendita di prodotti generalmente disponibili in rete gratuitamente. Pertanto, a partire da tale data, agli *account* riferibili a SRS è stato impedito l’ulteriore acquisto di parole-chiave finalizzato alla sponsorizzazione di *link* a siti *web* (cfr. doc. 57, 70 e 71). Alcuni consumatori hanno, peraltro, dichiarato di avere effettuato la ricerca su Google anche successivamente a tale data e di essere stati indirizzati, tramite alcuni dei medesimi siti-ponte al sito *www.easy-download.info* (cfr. prot. n. 60025 e prot. n. 53480).

27. In base alle informazioni acquisite dai consumatori segnalanti e dalle relative associazioni, l’accesso al sito *www.easy-download.info* avveniva per

² Nella presente versione alcuni dati sono omessi in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

il tramite di uno dei citati siti-ponte. La pubblicità acquistata da SRS per conto di Euro Content, che ne risultava la beneficiaria ultima in caso di sottoscrizione dei contratti, comprendeva le parole “gratis”, “gratuito” e altre simili, anch’esse contenenti un qualche riferimento all’elemento della gratuità.

28. Riguardo all’attività svolta da SRS, di cui risulta aver beneficiato Euro Content, nonché ai rapporti tra le due società, Euro Content non ha fornito alcun elemento, né in sede di riscontro alle richieste di informazioni generali sull’attività da essa svolta e le modalità utilizzate, né a seguito delle dichiarazioni fornite da Google Italy S.r.l. e Google U.K., alle quali il professionista ha avuto accesso nel corso del procedimento.

2.3. La procedura di registrazione sul sito www.easy-download.info e l’informativa fornita ai clienti

29. Molti consumatori hanno fatto presente che è prassi comune dei siti che offrono servizi gratuiti di richiedere una qualche forma di registrazione dell’utente, con indicazione di alcuni dati personali. Questo in quanto, a fronte del servizio offerto, il consumatore può essere contattato per ulteriori proposte, anche non gratuite, o i suoi dati possono essere utilizzati a fini statistici o promozionali.

30. La procedura di registrazione sul sito www.easy-download.info, come indicata dai consumatori nelle denunce e confermata da Euro Content nelle proprie memorie, si svolge nel modo seguente: il cliente, tramite il *link* sponsorizzato rinvenuto, in esito alla consultazione del motore di ricerca, mediante l’uso di parole-chiave contenenti termini che evocano la gratuità del servizio, viene indirizzato direttamente alla pagina di registrazione del sito (www.easy-download.info/register), c.d. *landing page*, transitando attraverso i siti-ponte sopra menzionati. Non vi è un previo passaggio per la *home page* www.easy-download.info, nella quale, accanto al *claim* “*I migliori download di tutti i tempi, semplici, veloci e sicuri*”, viene indicato “*solo 96,00 euro all’anno. Contributo mensile: 8 euro, durata del contratto: 24 mesi. Addebito: anticipato, una volta all’anno*” e, sulla destra dello schermo, compare la mascherina “*Diventa socio ora*”, selezionando la quale si accede alla pagina di registrazione.

Tuttavia, come già precedentemente indicato, il consumatore che ha effettuato la ricerca sul motore di *Google*, accede direttamente alla pagina di registrazione, all’interno della quale l’utente è invitato a inserire i propri dati

e a selezionare il comando “*Registrati ora e scarica*”. A lato, in colore grigio chiaro su fondo bianco, con caratteri di minore dimensione rispetto a quelli utilizzati nella maschera di registrazione, sono riportate le condizioni contrattuali, tra cui il costo del servizio e le modalità per l’esercizio del recesso. Prima dell’invio dei dati viene richiesto al consumatore di accettare le condizioni contrattuali, indicate con un acronimo (CGV Condizioni Generali di Vendita), di esprimere il proprio consenso all’utilizzo dei dati personali e di essere stato informato sul diritto di recesso, il tutto selezionando (con un *flag*) un’unica casella. Non viene richiesto al consumatore di fornire dati relativi a strumenti di pagamento. A registrazione avvenuta, appare un’avvertenza che invita a consultare la propria casella di posta elettronica, precisando come comportarsi qualora la mail di conferma dell’avvenuta registrazione non dovesse essere recapitata entro i 20 minuti successivi.

31. Pochi minuti dopo la registrazione il cliente riceve automaticamente una *e-mail* contenente, oltre alla conferma della corretta registrazione, una *password* di accesso e un allegato in formato PDF dal titolo “*informazioni*” che include le condizioni contrattuali. Nel testo della mail di conferma, unitamente al messaggio di benvenuto in *easy-download*, viene fornito al consumatore l’indirizzo Internet per l’accesso immediato e un riepilogo dei propri dati personali. Alla fine del messaggio, che non menziona in alcun modo la natura onerosa del servizio, Euro Content si limita a indicare espressamente “*Il vostro ordine è stato accettato alle nostre Condizioni Generali di Vendita. Se non desiderate usufruire dei nostri servizi, attenetevi al diritto di recesso. Vi rimandiamo ancora una volta alle nostre informazioni per l’utente, allegate alla presente e-mail. Vi ricordiamo inoltre espressamente, che questa e-mail ha valore di conferma d’ordine da parte del nostro servizio*”.

32. Entro le due settimane successive alla scadenza del termine di dieci giorni per l’eventuale esercizio del diritto di recesso, Euro Content invia al consumatore una prima *e-mail*, contenente una richiesta di pagamento indicata nell’oggetto come “*Sollecito di pagamento*”. La mail riporta l’indirizzo di registrazione del cliente, il numero della fattura e il codice cliente, la data e l’ora di registrazione sul sito *www.easy-download.info*, specificando che, a seguito del mancato esercizio del diritto di recesso entro i dieci giorni, il consumatore è diventato cliente “*per il portale di download premium www.easy-download.info*”. Vengono poi riepilogati il contenuto e le condizioni contrattuali (durata e costo) del servizio offerto, unitamente

all'indicazione della data entro cui provvedere al pagamento (cinque/sei giorni), del relativo beneficiario e degli estremi del codice IBAN e del BIC-Code per il versamento tramite SEPA/bonifico UE. Laddove il consumatore non disponga di un servizio di *banking on-line*, viene allegato in PDF un ordine di bonifico precompilato da completare con i propri dati personali. Nella medesima mail si afferma inoltre *“Vi preghiamo di provvedere al pagamento dell'importo in scadenza entro il termine stabilito, onde evitare di incorrere in spese di ingiunzione supplementari”*. Entro le due settimane successive alla scadenza del termine assegnato per il pagamento, Euro Content invia una seconda *e-mail* avente come oggetto *“Avviso di pagamento”*. In tale messaggio si fa riferimento al precedente sollecito e al mancato esercizio del diritto di recesso (*“Al fine di evitare fraintendimenti e per dare ai nostri clienti la possibilità di testare senza impegno la nostra offerta, offriamo la possibilità di annullare gratuitamente il contratto entro 10 giorni dalla data di registrazione. Voi non avete usufruito di questo diritto (o, comunque, non entro il termine di 10 giorni)”*), affermando che l'omesso pagamento è sicuramente dipeso da una svista e invitando al versamento immediato dei 96 euro, per la cui effettuazione vengono fornite tutte le informazioni e la documentazione necessarie.

33. A distanza di qualche settimana Euro Content invia all'indirizzo di registrazione del consumatore, tramite posta elettronica e/o ordinaria, un ulteriore sollecito indicato come **“Avviso urgente ULTIMO SOLLECITO”**. L'importo richiesto nel sollecito è di 101 euro. Tale importo, infatti, include una maggiorazione di 5 euro, indicata nella stessa lettera dapprima quali spese di sollecito e, poi, come interessi di mora³. Inoltre, si evidenzia al consumatore l'intenzione della società, in caso di mancato pagamento, di adire le vie legali per il recupero del credito e di procedere alla notifica dell'insolvenza a *“diverse agenzie di credito”*. In particolare, nel testo della lettera si legge: **“IMPORTANTE.**

La informiamo che, al fine di garantire la gestione economica del nostro rapporto contrattuale, saremo costretti in caso di ulteriore ritardo nel pagamento ad indicare il nostro ufficio recupero crediti/studio legale per il recupero del credito tramite azione giudiziale.

Le ingenti spese derivanti da questa azione legale sono a suo carico!

³ Mentre, infatti, nella prima pagina del sollecito i 5 euro sono qualificati espressamente come “Spese di sollecito”, due volte: nel testo in cui si invita al pagamento dell'importo “comprensivo delle spese di sollecito” e nello schema riepilogativo in cui viene separato l'importo per l'abbonamento (96 euro) e le spese di sollecito (5 euro), nella seconda pagina si legge “Come indicato nel sollecito di pagamento da noi inviato, le relative spese da intendersi come interessi di mora sono interamente a suo carico” .

Qualora siano soddisfatte le condizioni giuridiche, lei avrà ulteriori svantaggi quali, ad esempio, la notifica dei fatti a diverse agenzie di credito. La preghiamo di considerare seriamente questo sollecito e potrà risparmiare i costi aggiuntivi derivanti dal ritardo nel pagamento del credito” (sottolineature aggiunte).

34. A seguito dell'estensione oggettiva del procedimento, disposta il 31 agosto 2010, Euro Content ha comunicato all'Autorità di aver sospeso l'invio dei solleciti nella formulazione oggetto di contestazione, precisando che *“Le attività di sollecito dei pagamenti continueranno previa modifica del relativo testo”* (doc. 40), senza, tuttavia, fornire una nuova versione del messaggio. Peraltro, dalle segnalazioni dei consumatori pervenute successivamente a tale data, risulta che Euro Content, pur avendo in parte modificato la fraseologia utilizzata in precedenza, ha continuato, in maniera assertiva, a inviare solleciti, recanti in oggetto **“Avviso urgente ULTIMO SOLLECITO”**, in cui si rappresentava ai consumatori che, in assenza di pagamento spontaneo, la società avrebbe provveduto *“ad incaricare uno studio legale di curare il recupero del credito per via giudiziale con i conseguenti possibili maggiori oneri economici a suo carico”*.

35. Ai consumatori che eccepivano di non aver avuto alcuna intenzione di sottoscrivere contratti a pagamento e di aver semplicemente ricercato su Internet *software* scaricabile gratuitamente *on-line*, Euro Content ha inviato comunicazioni in cui, in maniera altrettanto assertiva, ha confermato l'assoluta correttezza del suo operato, indicando le modalità con cui l'utente sarebbe stato edotto dell'onerosità del servizio e della possibilità di esercitare il diritto di recesso e, per conseguenza, rigettando come illegittima la richiesta di risoluzione del contratto, non avendo il consumatore esercitato il recesso o, comunque, non avendovi provveduto nel termine al tal fine indicato e avendo fatto accesso al sito.

36. Le registrazioni che Euro Content ha indicato essere state effettuate nel periodo 1° aprile-14 ottobre 2010, sono oltre [100.000-200.000], con picchi, in alcune settimane dei mesi di giugno e fino al 13 luglio 2010, [500-2.000] registrazioni al giorno (cfr. doc. 32 *bis*).

Dalle informazioni fornite dal professionista, risulta che i consumatori che alla data del 18 luglio 2010 avevano pagato il prezzo dell'abbonamento erano oltre [3.000-7.000] (doc. 31, del 3 agosto 2010); cui si aggiungono i circa [1.000-3.000] che al 31 agosto 2010, sempre secondo le indicazioni fornite da Euro Content, avrebbero corrisposto il canone di abbonamento a seguito del ricevimento dei solleciti assistiti da minaccia di esercizio di azioni legali per il recupero del credito (doc. 35 del 6 settembre 2010).

3) Le argomentazioni difensive del professionista

37. Euro Content ha rivendicato l'asserita linearità e chiarezza delle indicazioni fornite al consumatore sia nella *home page* del proprio sito, sia nella pagina di registrazione dove sarebbero riepilogate tutte le condizioni contrattuali, economiche e non. Inoltre, la schermata in cui è contenuta la scheda di registrazione sarebbe per l'80% dedicata all'illustrazione di informazioni contrattuali concernenti il costo e la durata dell'abbonamento, nonché le modalità di esercizio del diritto di recesso.

38. La società, pertanto, ritiene di aver fornito, nel rispetto della normativa vigente, l'informativa prevista all'art. 50 e ss. del Codice del Consumo per i contratti conclusi a distanza, completa dei tempi e delle modalità per esercitare il diritto recesso. A detta di Euro Content, tale informativa sarebbe fornita al cliente almeno tre volte in fase di registrazione: una prima volta, nella pagina di registrazione, sulla destra in alto dello schermo; una seconda volta, prima della registrazione, quando il cliente è invitato a selezionare una specifica casella al fine di accettare le condizioni generali di vendita, autorizzare l'utilizzo dei propri dati personali e dichiarare di essere stato informato sul diritto di recesso; e, infine, una terza volta, al momento di esprimere il consenso alla registrazione. Tale informativa sarebbe, comunque, contenuta anche nella mail di conferma inviata subito dopo la registrazione.

39. Laddove il consumatore non selezioni la casella sull'informativa relativa al recesso, la procedura di registrazione si interrompe automaticamente e i dati inseriti dall'utente verrebbero cancellati. Una volta effettuata la registrazione, la pagina successiva contiene un messaggio di avviso in merito all'avvenuta registrazione e alla necessità di consultare la propria casella di posta elettronica. In tale mail, inviata automaticamente dal sistema, è contenuto un documento in formato PDF che riepiloga le condizioni di contratto, compresa la facoltà di esercitare il diritto di recesso entro dieci giorni e viene fornita al cliente una *password* personalizzata per l'accesso al sito. Secondo il professionista, dall'esame delle segnalazioni inviate all'Autorità risulterebbe che le mail di conferma sono state ricevute da quasi tutti i consumatori che hanno effettuato la registrazione (97% delle segnalazioni esaminate), salvo errori di digitazione dell'indirizzo di posta elettronica o indirizzi forniti in modo deliberatamente non corretto. Anche il numero di consumatori che, dopo aver ricevuto il messaggio di conferma, hanno avuto accesso al sito, sarebbe molto elevato (circa il 70% delle segnalazioni esaminate). Euro Content ha precisato, inoltre, di registrare

indirizzo IP, ora e data della stipula al momento del perfezionamento del contratto.

40. Euro Content ha affermato di non aver mai utilizzato alcuna parola-chiave quale “gratis” o altra che potesse far presumere la gratuità del servizio. Inoltre, a detta del professionista, il fatto che il sito apparisse come *link* sponsorizzato, indicherebbe già al consumatore che si tratta di un *link* di natura commerciale finalizzato a promuovere la vendita dei servizi offerti. L’utente sarebbe, pertanto, nella condizione di poter intuire fin da subito l’onerosità del servizio. Ciò, in particolare, nel caso di utenti che, come nel caso di specie, avrebbero sufficiente dimestichezza con i mezzi informatici e le tecniche di *marketing* in uso sul *web*, in quanto interessati a prodotti *software* da scaricare e installare sui propri personal computer.

41. Secondo il professionista, l’utilizzo di una pagina di atterraggio diversa dalla “*home page*” del sito costituirebbe una pratica di *marketing* molto diffusa nel commercio elettronico, intesa a consentire al consumatore un accesso più facile e immediato ai prodotti offerti, evitandogli, altresì, la visione dei contenuti pubblicitari generalmente presenti nelle pagine intermedie. Euro Content ha affermato, peraltro, che per alcuni periodi la *home page* sarebbe stata utilizzata come pagina di atterraggio. In ogni caso, rappresenta che la maggior parte dei contenuti della pagina di registrazione è dedicata a informare il consumatore in merito alla natura del servizio, alla durata, al costo e alle modalità di conclusione del contratto e di esercizio del diritto di recesso.

42. Anche il pagamento tramite bonifico bancario sarebbe pratica comune e generalizzata in Germania; tale mezzo di pagamento sarebbe preferito rispetto ad altri per vari motivi: minori costi a carico del venditore rispetto al pagamento mediante carta di credito, minori rischi di duplicazioni, truffe o uso improprio della carta di credito da parte di soggetti non legittimati, maggiore facilità di restituzione delle somme pagate in caso di recesso. Inoltre, a detta di Euro Content, in Italia, il numero di possessori di carta di credito sarebbe inferiore a quello di altri Paesi europei e, infine, i costi del bonifico SEPA sarebbero equivalenti a quelli di un bonifico nazionale e non comporterebbero, quindi, costi aggiuntivi per il consumatore.

43. Euro Content ha inoltre dichiarato di aver provveduto ad annullare tutti i contratti disdettati nel termine di quattordici, anziché dieci, giorni dalla registrazione, inviando le prime richieste di pagamento solo a partire dal 16° giorno successivo alla registrazione, qualora non fosse nel frattempo intervenuta una richiesta di recesso.

44. Il professionista ha indicato in oltre [100.000-200.000] il numero di contratti conclusi con i consumatori italiani al 14 ottobre 2010. Di questi, [3.000-10.000] sarebbero stati oggetto di richieste di recesso e oltre [3.000-10.000] sarebbero stati annullati dalla società per motivi vari: inserimento di dati falsi, errori nell'invio della mail di conferma per errata digitazione dell'indirizzo, contratto concluso da un minore, registrazione ad opera di terzi. Rispetto al numero di contratti conclusi, le segnalazioni pervenute all'Autorità rappresenterebbero una percentuale minima (circa il [1-5%]) che dovrebbe come tale considerarsi fisiologica. Inoltre, nel [50-100%] delle richieste di intervento i consumatori dichiarerebbero apertamente di essere stati indotti a presentare la segnalazione dalle associazioni dei consumatori e, quindi, non in maniera spontanea.

45. Il professionista ha inoltre rappresentato l'esistenza di un cospicuo numero di tentativi di frode posti in essere dagli utenti mediante l'inserimento di dati falsi al fine di rendersi non rintracciabili ed eludere il pagamento del servizio. Secondo le proprie stime, nel periodo 1° aprile -14 ottobre 2010, oltre [3.000-20.000] frequentatori del web avrebbero fornito dati falsi per non adempiere agli obblighi contrattuali (alcuni di essi, sarebbero peraltro presenti nelle segnalazioni inviate all'Autorità: due adulti avrebbero dichiarato che il contratto era stato concluso dai figli minori; un segnalante avrebbe utilizzato i dati della moglie; tre avrebbero deliberatamente inserito dati falsi). Ciò dimostrerebbe la consapevolezza dei consumatori circa la natura onerosa del servizio e l'intenzione di eluderne il pagamento.

Con riguardo ai solleciti di pagamento assistiti dalla minaccia di esercizio di azioni legali, il professionista ha affermato che la maggiorazione di 5 euro sarebbe applicata a titolo di copertura delle “*spese di sollecito*” e sarebbe comunque inferiore ai 19 euro indicati all'art. 7, punto 7, delle condizioni generali di contratto⁴. Inoltre, tale importo aggiuntivo verrebbe richiesto ai consumatori solo in occasione del terzo sollecito. Quanto all'asserita pressione esercitata mediante la minaccia di azioni legali, Euro Content ha rappresentato di avere inteso procedere per gradi, pur non essendo in alcun modo obbligata ad anticipare la propria volontà in tal senso, potendo direttamente adire le vie legali, con conseguente significativo aggravio economico per i consumatori. A detta della società, il preavviso non

⁴ “In caso di mancato pagamento dell'importo indicato in fattura, le spese sostenute dal Fornitore per il recupero stragiudiziale del credito saranno addebitate al Cliente nella misura massima del 20% calcolato sull'importo dovuto e, in ogni caso, per un importo minimo di €19,00”.

costituirebbe illecito di alcun genere, ma il legittimo esercizio di un diritto del contraente creditore. Del resto, l'avvertenza di possibili azioni legali farebbe seguito ad altri solleciti di pagamento non andati a buon fine. Né la minaccia di azioni legali da parte di Eurocontent potrebbe essere considerata temeraria o infondata, in quanto, secondo il professionista, basata su un rapporto contrattuale validamente concluso e vigente.

46. Eurocontent ha parimenti contestato l'esistenza di un pregiudizio grave e irreparabile potenzialmente derivante dall'asserita difficoltà da parte dei consumatori di ottenere, in un momento successivo, la ripetizione delle somme pagate. Infatti, il numero di consumatori adempienti sarebbe comunque esiguo rispetto ai solleciti inviati, il procedimento dell'Autorità, ormai in fase avanzata di svolgimento, sarebbe prossimo alla chiusura e, comunque, la somma di cui si discute sarebbe molto contenuta (101 euro). Infine, il professionista ha contestato la prospettata problematicità di un'eventuale successiva ripetizione delle somme, quale conseguenza della frammentarietà e della dislocazione estera della società, argomentando che le proprie sedi sociali si troverebbero, tutte, all'interno dell'Unione Europea e l'unica sede operativa sarebbe stabilita in Germania. Peraltro, trattandosi di una società operante esclusivamente *on-line*, tale configurazione societaria sarebbe del tutto ordinaria.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

47. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo Internet, il 18 ottobre 2010 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto il 2 novembre 2010 la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, in particolare, sulla base delle seguenti considerazioni:

- che la pratica commerciale in esame, con particolare riferimento alle condizioni economiche dell'offerta, risulta idonea a ingenerare nel consumatore il falso convincimento che aderendo all'offerta sia possibile scaricare gratuitamente programmi *software* per personal computer;
- che con riferimento all'esercizio dei diritti contrattuali ed in particolare al

diritto di recesso dal contratto la pratica commerciale di Euro Content Ltd risulta essere aggressiva in quanto ha limitato o impedito ai consumatori di conoscere le clausole riportate nei contratti stipulati frapponendosi come ostacolo non contrattuale all'esercizio dei diritti contrattuali;

– che con riguardo all'invio dei solleciti di pagamento ai consumatori la contestuale comunicazione di riservarsi di adire le vie legali risulta essere scorretta in quanto, a fronte del comportamento di Euro Content Ltd il consumatore, corrisposte le somme, incontrerà difficoltà nel chiederne la ripetizione.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

48. Preliminarmente occorre sottolineare che il presente procedimento trae origine dal maggior numero di segnalazioni di consumatori e loro associazioni (peraltro pervenute in un arco temporale di pochi mesi) in assoluto mai finora registrato dall'Autorità nella propria attività di applicazione del Codice del Consumo.

49. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento risulta che Euro Content si è servita di un sofisticato e complesso meccanismo *online* per attrarre i consumatori sul proprio sito *www.easy-download.info*, traendoli in inganno in merito alla natura (onerosa, anziché gratuita) del servizio offerto, risultato certamente conseguito come risulta dall'enorme numero di contratti conclusi in un brevissimo arco di tempo, nonché dall'elevatissimo numero di contestazioni che ne sono seguite. La società ha inoltre messo in atto una serie di comportamenti, successivi alla registrazione, che, ingenerando in migliaia di consumatori il timore di incorrere altrimenti in spese rilevanti e non preventivabili, li hanno determinati a corrispondere il canone di abbonamento annuale richiesto dal professionista in relazione a un contratto della cui sottoscrizione non avevano alcuna consapevolezza. Tali condotte integrano due distinte pratiche commerciali scorrette in violazione del Codice del Consumo: la prima, in ragione dell'ingannevolezza del complesso meccanismo utilizzato dal professionista al fine di indurre i consumatori a fruire di prodotti *software*, offerti *on-line* sul proprio sito Internet, sulla base del falso presupposto della loro gratuità; la seconda, in quanto diretta a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore mediante la minaccia, in caso di mancato pagamento, del ricorso ad azioni legali, con i conseguenti maggiori oneri economici, così da indurlo ad assumere decisioni commerciali che altrimenti non avrebbe preso.

a) La pratica commerciale ingannevole

50. L'articolato sistema utilizzato da Euro Content può essere meglio compreso alla luce del concatenamento delle condotte precedentemente ricostruite in maggior dettaglio sulla base delle evidenze agli atti.

51. I consumatori che intendono scaricare da Internet prodotti *software* generalmente disponibili gratuitamente in rete, inseriscono nella stringa di un motore di ricerca il nome del *software* desiderato unitamente a termini quali "gratis", "gratuito", "free", o altri di analogo significato. Grazie alla massiccia campagna promozionale effettuata da SRS su Google Adwords, in cima alla lista dei risultati (almeno fino alla sospensione degli *account* di SRS disposta da Google a partire dal 17 giugno 2010) appariva uno dei siti di cui Euro Content ha dichiarato di essersi servita per promuovere i propri servizi sul sito *easy-download*: www.vlc-player-now.com, www.openoffice-now.info, www.opera-now.net, www.reader-now.com, www.antivirus-now.org, www.earth-now.net, www.software-it.org, www.software-it.net, www.software-32.com, www.software-33.com, www.software-ora.com. L'istruttoria ha consentito di accertare che ai predetti siti-ponte erano associate migliaia di combinazioni di parole-chiave comprendenti i termini "gratis", "gratuito", "free", ecc. Per il tramite di tali siti-ponte, attraverso una serie di rinvii nei quali non vi era alcuna traccia della natura onerosa del servizio, l'utente veniva indirizzato alla pagina di registrazione di www.easy-download.info e richiesto di fornire i propri dati personali ("Registrati ora e scarica"). Nella medesima pagina erano contenute le informazioni contrattuali che, diversamente dalla *home page* dello stesso sito, erano peraltro presentate in una forma grafica (per colore e dimensione dei caratteri utilizzati) inidonea a segnalare adeguatamente al consumatore la natura onerosa, anziché gratuita del servizio; ciò soprattutto in considerazione del processo mediante il quale il consumatore veniva instradato alla citata pagina di registrazione. Infatti, date le parole-chiave utilizzate per l'effettuazione della propria ricerca in Internet (comprensive dei termini "gratis", "gratuito", o simili) il consumatore nutriva la ragionevole aspettativa di essere approdato in un sito nel quale il prodotto desiderato veniva reso disponibile senza alcun onere. Sul punto, del resto, Euro Content non ha mai fornito alcuna spiegazione, non avendo mai affrontato l'argomento dell'aspettativa di gratuità del servizio, pur sollevata nelle migliaia di segnalazioni ricevute a partire dal periodo immediatamente successivo all'avvio della propria attività nell'aprile 2010.

52. Né una simile aspettativa di gratuità può ritenersi incompatibile con la

richiesta al consumatore di inserire i propri dati personali. È, infatti, esperienza comune che molti siti, che pure offrono servizi gratuiti, chiedano di compilare un modulo di registrazione con l'indicazione di alcuni dati personali; tale circostanza, indicata da molti consumatori nelle proprie segnalazioni, non è del resto contestata dal professionista.

53. Per contro, il fatto stesso che, all'atto della registrazione, non venissero richieste informazioni sulle carte di pagamento (es. numero e scadenza della carta), era idoneo a supportare il ragionevole affidamento del consumatore in merito alla gratuità del servizio. Infine, contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, la circostanza che l'utente fosse chiamato a dare per accettate le condizioni generali di contratto, non può ritenersi sufficiente al fine di argomentare la consapevolezza dei consumatori circa la natura onerosa del servizio offerto. In primo luogo, infatti, le condizioni generali di vendita erano indicate mediante un semplice acronimo (CGV), di scarsa chiarezza e comprensibilità; in secondo luogo, in molti siti Internet, l'utente è spesso invitato a selezionare una casella al fine di accettare clausole che, tuttavia, si configurano come accessorie rispetto al contratto principale (vedi autorizzazioni o dinieghi all'utilizzo di dati personali per motivi di tutela della *privacy*) o, comunque, riepilogano condizioni contrattuali che, se pur rilevanti, non sono dirette a far conoscere all'utente elementi essenziali della transazione (tipicamente, l'oggetto del contratto e le relative condizioni economiche). Tali elementi, vengono, infatti, esplicitati in precedenza e costituiscono il presupposto per l'adesione del consumatore alla proposta *online*. Nel caso di specie, invece, essi sono contenuti esclusivamente: *i*) in sezioni presenti all'interno della schermata di registrazione (l'unica di cui i consumatori prendono visione, non transitando affatto dalla *home page*), peraltro scarsamente evidenziate a fronte del fatto che l'utente vi approda in esito alla ricerca di un servizio gratuito; o *ii*) in un allegato (il PDF accluso alla mail di conferma), trasmesso solo successivamente alla prestazione del consenso da parte dell'utente.

54. A quest'ultimo riguardo, non può ritenersi idoneo strumento di informazione la mail di conferma inviata da Euro Content ai clienti subito dopo la registrazione. Non soltanto perché tale informazione è tardiva rispetto al momento in cui il consumatore effettua la sua scelta, ma anche perché, in ogni caso, nel testo del messaggio la società non esplicita in alcun modo l'onerosità del servizio, limitandosi a richiamare le condizioni generali del contratto contenute nel documento PDF allegato, dal titolo "*informazioni*". Per contro, nei messaggi inviati dal professionista

successivamente alla scadenza del termine previsto per l'esercizio del diritto di recesso, il consumatore viene informato – per la prima volta in modo chiaro - di aver concluso un contratto di abbonamento a pagamento, specificandone chiaramente durata e costo. Da quel momento in poi, tali elementi risultano ripetuti ed evidenziati in ciascuna comunicazione di sollecito inviata ai consumatori (talora congiuntamente al rigetto della richiesta di risoluzione avanzata dall'utente, di cui viene contestata la legittimità in quanto pervenuta oltre il termine per l'esercizio del recesso).

b) La pratica commerciale aggressiva

55. Ugualmente illecita, in quanto connotata da profili di aggressività, deve ritenersi la condotta di Euro Content successiva alla decorrenza del termine per l'esercizio del diritto di recesso. I solleciti inviati ai consumatori prospettano, infatti, una serie di rischi – non solo economici, ma anche reputazionali - mediante l'utilizzo di toni e termini idonei a ingenerare nel consumatore medio il convincimento che, a prescindere dalla fondatezza della propria posizione, sia preferibile provvedere rapidamente al pagamento dell'importo richiesto, piuttosto che esporsi a tali conseguenze.

56. In tal senso, la minaccia del ricorso ad azioni legali e dell'eventuale segnalazione del mancato pagamento ad “*agenzie di credito*”, sono avvertimenti indiscutibilmente idonei a esercitare, nei confronti dei destinatari, un notevole grado di pressione psicologica. La stessa formulazione adottata da Euro Content a partire dai primi di settembre, pur avendo parzialmente stemperato i toni allarmistici precedentemente utilizzati, risulta pur sempre suscettibile, nella sostanza, di determinare un significativo condizionamento delle scelte e dei comportamenti del consumatore medio.

57. Inoltre, contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, la natura indebita di tale condizionamento emerge con indiscutibile evidenza dal fatto che, come testimoniato dalle migliaia di segnalazioni pervenute all'Autorità, Euro Content ha continuato, anche successivamente all'avvio del procedimento, a inviare ripetutamente tali solleciti anche ai consumatori che avevano già rappresentato alla società – e spesso in più occasioni - di non aver mai inteso sottoscrivere un contratto di abbonamento e di aver scaricato prodotti *software* dal sito del professionista nella convinzione che si trattasse di un'operazione assolutamente gratuita. A tali utenti, Euro Content ha per contro ribadito, negli stessi termini, la propria pretesa di pagamento,

opponendo, alle relative richieste di risoluzione del contratto, l'avvenuto decorso del termine stabilito per l'esercizio del diritto di recesso.

58. Secondo Euro Content, le segnalazioni trasmesse all'Autorità rappresenterebbero una percentuale minima (circa il [1-5%]) e, comunque, fisiologica in rapporto al totale dei contratti conclusi. A tale proposito giova tuttavia osservare che, quantunque l'entità di tali segnalazioni sia già di per sé indicativa di un fenomeno tutt'altro che marginale e trascurabile, il numero di soggetti destinatari della pratica aggressiva in esame potrebbe essere, in realtà, sensibilmente maggiore. Il professionista ha, infatti, dichiarato che, degli oltre [100.000-200.000] contratti conclusi con i consumatori alla data del 14 ottobre 2010, circa [3.000-10.000] sarebbero stati oggetto di richieste di recesso regolarmente accolte in quanto presentate nei termini. Tuttavia, pur affermando di aver annullato tutti i contratti disdettati nel termine di quattordici giorni dalla registrazione, la società non ha prodotto, in proposito, alcun riscontro documentale, né informazioni in merito al numero dei reclami ricevuti nei quali i consumatori asserivano la propria assoluta inconsapevolezza circa l'esistenza di un contratto con il professionista da loro sottoscritto per la fornitura di un servizio a pagamento.

59. Lo stesso addebito di 5 euro per poche settimane di ritardo nel pagamento, contenuto nel sollecito “**Avviso urgente: ULTIMO SOLLECITO**” e che la società ambiguamente qualifica dapprima come “spese di sollecito” e poi come “interessi di mora” nella medesima comunicazione, rappresenta un ulteriore elemento di pressione psicologica, idoneo, unitamente alla prospettazione dei maggiori oneri economici derivanti dall'eventuale ricorso all'azione legale, a indurre un significativo numero di consumatori a procedere in ogni caso al pagamento delle somme richieste. Tale circostanza risulta, peraltro, confermata dai fatti. In poche settimane, Euro Content, ha ricevuto oltre [2.000-3.000] pagamenti, ciascuno per un importo di 101 euro, a seguito dell'invio di solleciti assistiti dall'avviso relativo all'intenzione della società di adire le vie legali in caso di mancato pagamento. Né, in merito, può accogliersi l'argomento del professionista secondo cui il numero dei consumatori solventi sarebbe infinitesimo rispetto ai solleciti inviati, a dimostrazione che gli stessi non sarebbero così convincenti. Infatti, la circostanza per cui in così breve tempo circa [2.000-3.000] soggetti si sono sentiti in dovere di provvedere al pagamento, dimostra esattamente il contrario; il tenore del messaggio era cioè tale da intimorire un numero crescente di consumatori che, pur avendo inizialmente deciso di non pagare nella convinzione di non aver stipulato

alcun contratto, alla luce delle sollecitazioni ricevute e nel timore dei rischi connessi a eventuali azioni legali per il recupero del credito, sono stati indotti a provvedere al versamento delle somme richieste per non incorrere in ulteriori spese e problemi.

60. Si sottolinea, inoltre, che le informazioni fornite da Euro Content appaiono in contrasto con quanto dichiarato da Google in relazione alle forme e modalità di sponsorizzazione dei servizi offerti da Euro Content sul sito *www.easy-download.info*. Euro Content, come detto, ha infatti fornito un elenco non soltanto di siti web di cui si è servito o si serve, ma anche una lunga lista di parole, corrispondenti a nomi di prodotti *software*, di cui si sarebbe servito per la pubblicità tramite il sistema pubblicitario Google Adwords, affermando espressamente, a più riprese, di non aver mai acquistato i termini “gratis”, “gratuito”, o simili (doc. n. 31 del 3 agosto 2010). Google ha indicato, viceversa, di non avere mai avuto Euro Content come cliente di Adwords (almeno fino al 27 settembre 2010), né di avere mai sponsorizzato tramite Adwords il sito *www.easy-download.info*. Per contro, ha dichiarato che moltissime parole-chiave legate al mondo del *software* ad uso di consumatori italiani sono state massivamente acquistate da un'altra società (SRS) per promuovere siti-ponte (quegli stessi elencati da Euro Content) che indirizzavano la clientela alla pagina di registrazione *www.easy-download.info/register*.

Euro Content non ha fornito alcuna spiegazione a sostegno o a confutazione delle informazioni fornite da Google, non avendo affrontato né l'argomento della gratuità, né quello dell'eventuale legame con SRS, o del sistema dei siti-ponte, in alcuna delle proprie memorie difensive, ivi comprese quelle presentate dopo aver avuto accesso alla documentazione acquisita agli atti del procedimento istruttorio.

61. È poi necessario tenere presente che Euro Content ha continuato e continua tuttora a servirsi del sito internet *www.easy-download.info* secondo le medesime modalità e a inviare le stesse comunicazioni ai consumatori che si registrano nel suo sito internet. Tuttavia, il numero di registrazioni sembrerebbe drasticamente diminuito a partire dalla seconda metà del mese di luglio, quando risultavano poche registrazioni al giorno a fronte delle oltre mille nelle settimane precedenti.

62. Alla luce di tali elementi, le condotte poste in essere da Euro Content risultano pertanto integrare due distinte pratiche commerciali scorrette.

63. Le sofisticate e ingannevoli modalità utilizzate dal professionista per indicizzare il proprio sito internet *www.easy-download.info* nel motore di

ricerca di Google costituiscono una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21 del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale e finalizzate, o comunque idonee a pregiudicare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei prodotti disponibili *on-line* sul sito di Euro Content sia gratuita e, sulla base di tale falso presupposto, ad attivare inconsapevolmente un contratto di abbonamento a titolo oneroso di durata biennale che non avrebbe altrimenti sottoscritto.

64. Inoltre, i ripetuti solleciti di pagamento inviati da Euro Content ai consumatori, successivamente alla loro avvenuta registrazione nel sito Internet del professionista, integrano una pratica commerciale aggressiva, e quindi scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto contrari alla diligenza professionale e comunque idonei, mediante la prospettazione, in caso di insolvenza, del ricorso ad azioni legali e all'eventuale segnalazione del mancato pagamento a varie agenzie di credito, a condizionare indebitamente la libertà di scelta dei destinatari. Attraverso tali solleciti i consumatori sono stati infatti indotti a effettuare comunque il pagamento delle somme richieste e hanno visto sistematicamente rigettate le proprie richieste di recesso, anche nei casi in cui essi avevano già rappresentato al professionista di non aver inteso sottoscrivere un contratto di abbonamento e di aver scaricato prodotti *software* dal suo sito nella convinzione che si trattasse di un'operazione assolutamente gratuita.

65. Entrambe le condotte risultano palesemente in contrasto con gli obblighi di diligenza professionale imposti dal Codice del Consumo a qualunque operatore economico in relazione alle modalità di esercizio o di promozione della propria attività commerciale nei confronti dei consumatori. Il rispetto di tali obblighi assume rilevanza ancora maggiore nel caso delle transazioni *online*, in ragione della velocità con cui le stesse vengono effettuate e dell'amplissima platea di consumatori potenzialmente coinvolti. Nel caso di specie, caratterizzato dalla presenza di un operatore puramente virtuale e privo di una stabile organizzazione aziendale, la contrarietà ai principi di buona fede e correttezza dei comportamenti posti in essere da Euro Content risulta tanto più evidente alla luce dei meccanismi e degli strumenti utilizzati dal professionista al fine di fuorviare il comportamento economico dei consumatori e di condizionarne indebitamente la libertà di scelta.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

66. 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

67. 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.

68. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame, che la pratica commerciale descritta al punto II, sub *a*), proprio per gli strumenti e le modalità utilizzati per la relativa attuazione (ivi compreso il meccanismo di sponsorizzazione tramite siti-ponte), ha avuto un'amplessissima diffusione e ha orientato il comportamento di un numero elevatissimo di consumatori. Nell'arco di pochi mesi, il numero dei contratti in tal modo conclusi dal professionista ammonta ad oltre [100.000-200.000]; inoltre, circa [5.000-10.000] consumatori hanno provveduto al pagamento dell'importo richiesto anticipatamente per il primo anno di abbonamento. La gravità della condotta è peraltro confermata dall'elevatissimo numero di segnalazioni ricevute da parte di singoli consumatori e loro associazioni.

69. La gravità della pratica commerciale descritta al punto II, sub *b*) deve apprezzarsi tenendo conto dell'entità del potenziale pregiudizio economico derivante dal condizionamento esercitato nei confronti di migliaia di consumatori destinatari dei solleciti di pagamento inviati dal professionista, in modo ripetuto e a breve distanza gli uni dagli altri, e contenenti la minaccia, in caso di mancato pagamento, dell'esercizio di azioni legali e della notifica dell'insolvenza a diverse agenzie di credito. Occorre, inoltre, considerare che il professionista non ha minimamente interrotto l'invio dei solleciti, neppure a seguito dell'estensione oggettiva del procedimento a tale specifica condotta, limitandosi a modificare la fraseologia utilizzata nella comunicazione di sollecito, mantenendone tuttavia, nella sostanza, i toni ultimativi e minacciosi.

70. Quanto alle condizioni economiche dell'impresa, non è disponibile il bilancio annuale del primo anno di attività della stessa perché ancora in corso. Dai dati forniti dal professionista per i soli primi cinque mesi

dell'anno risulta (come riportato sopra nella sez. III, punto 2) un fatturato di circa 164.000 euro e un utile di circa 43.000 euro. Dalle informazioni fornite da Euro Content, peraltro, risulta che, alla metà di ottobre 2010, circa [5.000-10.000] consumatori hanno provveduto al pagamento dei 96/101 euro richiesti dal professionista mediante i citati solleciti. I ricavi realizzati dalla società possono pertanto stimarsi approssimativamente in oltre [500.000-1.000.000] euro.

71. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale di cui al punto II, sub *a*), è stata posta in essere a partire dal mese di aprile 2010 fino almeno alla seconda metà del mese di luglio, periodo in relazione al quale il professionista ha prodotto evidenza in merito alla sussistenza di un elevato numero di registrazioni quotidiane (doc. n. 32 bis). La pratica commerciale di cui al punto II, sub *b*), ha avuto inizio nel luglio 2010 ed è tuttora in corso, come testimoniato dalle segnalazioni che, tuttora, continuano a pervenire all'Autorità.

72. Si ritiene, pertanto, congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Euro Content Ltd per la pratica commerciale di cui al punto II, sub *a*), nella misura di 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

73. Si ritiene, inoltre, congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Euro Content Ltd per la pratica commerciale di cui al punto II, sub *b*), nella misura di 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, sub *a*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo, in quanto Euro Content Ltd, mediante l'utilizzo di sofisticati e ingannevoli meccanismi di promozione del proprio sito internet *www.easy-download.info*, ha indotto moltissimi consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei prodotti disponibili *on-line* sul sito di Euro Content fosse gratuita e, sulla base di tale falso presupposto, ad attivare inconsapevolmente un contratto di abbonamento a titolo oneroso di durata biennale che non avrebbero altrimenti sottoscritto;

RITENUTO, inoltre, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, *sub b*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto Euro Content Ltd, successivamente alla registrazione e trascorso il termine per l'esercizio del recesso, ha inviato ai consumatori numerosi, ravvicinati e minacciosi solleciti di pagamento, con i quali paventava, tra l'altro, l'esercizio di azioni legali per il recupero del credito in mancanza di pagamento spontaneo, prefigurando, in tali ipotesi, ingenti oneri economici a carico dei consumatori stessi;

RITENUTO, inoltre, che in ragione della chiusura del procedimento siano venuti meno i presupposti per l'adozione della misura cautelare;

RITENUTO, infine, che, in ragione dell'ingentissimo numero di segnalazioni pervenute all'Autorità in pochi mesi e delle numerosissime richieste di intervento che continuano a pervenire in merito alla pratica commerciale di cui al punto II, *sub b*), si rende necessario disporre la pubblicazione di un estratto della delibera a cura e spese del professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, al fine di impedire che detta pratica commerciale continui a produrre i propri effetti. La pubblicazione per estratto della delibera, in considerazione dei mezzi informatici utilizzati per la realizzazione delle condotte e della durata delle stesse, dovrà avvenire sul sito del professionista per trenta giorni consecutivi dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sia nella *home page* del sito www.easy-download.info, sia nella pagina di registrazione www.easy-download.info/register;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Euro Content Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'art. 20 e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Euro Content Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, alla società Euro Content Limited sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 480.000 € (quattrocentottantamila euro);

d) che con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, alla società Euro Content Limited sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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

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

DISPONE

a) che la società Euro Content Limited pubblichi, a sua cura e spese, un estratto della delibera ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

1) il testo dell'estratto della delibera è quello riportato in allegato al presente provvedimento;

2) l'estratto della delibera dovrà essere pubblicato sul sito del professionista per trenta giorni consecutivi entro trenta giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sia nella *home page* del sito *www.easy-download.info*, sia nella pagina di registrazione *www.easy-download.info/register*;

b) che la pubblicazione dell'estratto della delibera dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di *screenshots* delle pagine *web* in cui ha avuto luogo la pubblicazione.

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 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

A tal fine si chiede al professionista, entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, di comunicare all'Autorità le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a) della presente delibera.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'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, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà

ha disposto la pubblicazione del seguente Estratto del Provvedimento
adottato nell'adunanza del 3 novembre 2010

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 novembre 2010;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante
“*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto
2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche
commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell'Autorità del 15 novembre
2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore
il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Euro Content Limited (di seguito anche “Euro Content”), società a responsabilità limitata di diritto inglese, in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società ha sede legale nel Regno Unito e sede operativa unica in Germania (Frankfurt am Main), ove è iscritta nel registro del commercio della Pretura di Francoforte. Il suo oggetto sociale è “*marketing su internet e produzione di software*”. L'attività

è esercitata dalla sede tedesca ed ha avuto inizio il 1° aprile 2010 tramite il sito Internet *www.easy-download.info*.

2. Codacons (Coordinamento delle Associazioni per la difesa dell’Ambiente e la tutela dei diritti di Utenti e Consumatori), in qualità di segnalante.

3. Adiconsum, Associazione Difesa Consumatori e Ambiente, in qualità di segnalante.

4. Aduc (Associazione Diritti Utenti e Consumatori), in qualità di segnalante.

5. Unione Nazionale Consumatori, in qualità di segnalante.

6. Altroconsumo, in qualità di segnalante.

7. Federconsumatori (Federazione Nazionale Consumatori e Utenti), in qualità di segnalante.

8. Associazione Europea Consumatori Indipendenti, in qualità di segnalante.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

9. Il procedimento concerne le condotte poste in essere dal professionista e consistenti:

a) nell’utilizzo di articolati meccanismi mediante i quali Euro Content ha indotto i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che i prodotti *software* presenti nel proprio sito Internet e generalmente disponibili gratuitamente in rete (quali Open Office, Opera, Adobe Acrobat Reader, VLC Media Player ecc.) potessero essere scaricati senza alcun onere economico. Secondo quanto riferito nelle migliaia di segnalazioni pervenute all’Autorità, all’esito della consultazione di motori di ricerca in Internet – effettuata digitando il nome del *software* desiderato in abbinamento ai termini “gratis” o “gratuito” - un elevatissimo numero di consumatori sarebbe stato indirizzato al sito *www.easy-download.info*, accedendo al quale sarebbero stati indirizzati non alla *home page*, ma ad altra pagina del medesimo sito contenente una scheda di registrazione in cui inserire i propri dati personali (nome, cognome, indirizzo, data di nascita, *e-mail* e telefono), a lato della quale, con scarsa evidenza grafica, venivano descritte le caratteristiche del contratto. A seguito della registrazione, i consumatori si

sarebbero inconsapevolmente trovati vincolati ad un contratto di abbonamento della durata di 24 mesi per la fornitura *on-line* di prodotti *software*, nonché al pagamento di un canone mensile di 8 euro da corrispondere anticipatamente per la prima annualità (96 euro) tramite bonifico bancario.

b) nell'invio per *e-mail* ai consumatori, a circa due settimane dall'avvenuta registrazione sul sito internet *www.easy-download.info*, e quindi una volta decorso il termine per l'esercizio del diritto di recesso di cui agli art. 50 e ss. del Codice del Consumo, di una richiesta di pagamento, via *e-mail*, seguita – a breve distanza di tempo – da un primo sollecito, sempre tramite *e-mail*, e da un secondo e ultimativo sollecito inviato per posta elettronica e/o ordinaria. Tale comunicazione, con oggetto “**Avviso Urgente - ULTIMO SOLLECITO**”, include una maggiorazione di 5 euro sul canone relativo alla prima annualità del presunto abbonamento, l'avvertimento che, in caso di mancato pagamento, la società eserciterà azioni legali per il recupero del credito, con ulteriori consistenti oneri economici per il consumatore, nonché l'avviso circa la possibile notifica del mancato pagamento a “*diverse agenzie di credito*”.

[*Omissis*].

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, *sub a*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 20 e 21 del Codice del Consumo, in quanto Euro Content Ltd, mediante l'utilizzo di sofisticati e ingannevoli meccanismi di promozione del proprio sito internet *www.easy-download.info*, ha indotto moltissimi consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che la fruizione dei prodotti disponibili *on-line* sul sito di Euro Content fosse gratuita e, sulla base di tale falso presupposto, ad attivare inconsapevolmente un contratto di abbonamento a titolo oneroso di durata biennale che non avrebbero altrimenti sottoscritto;

RITENUTO, inoltre, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale di cui al punto II, *sub b*), in esame risulta scorretta in violazione degli articoli 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto Euro Content Ltd, successivamente alla registrazione e trascorso il termine per l'esercizio del

recesso, ha inviato ai consumatori numerosi, ravvicinati e minacciosi solleciti di pagamento, con i quali paventava, tra l'altro, l'esercizio di azioni legali per il recupero del credito in mancanza di pagamento spontaneo, prefigurando, in tali ipotesi, ingenti oneri economici a carico dei consumatori stessi;

[Omissis];

RITENUTO, infine, che, in ragione dell'ingentissimo numero di segnalazioni pervenute all'Autorità in pochi mesi e delle numerosissime richieste di intervento che continuano a pervenire in merito alla pratica commerciale di cui al punto II, *sub b)*, si rende necessario disporre la pubblicazione di un estratto della delibera a cura e spese del professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 8, del Codice del Consumo, al fine di impedire che detta pratica commerciale continui a produrre i propri effetti. La pubblicazione per estratto della delibera, in considerazione dei mezzi informatici utilizzati per la realizzazione delle condotte e della durata delle stesse, dovrà avvenire sul sito del professionista per trenta giorni consecutivi dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sia nella *home page* del sito www.easy-download.info, sia nella pagina di registrazione www.easy-download.info/register;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Euro Content Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'art. 20 e 21 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Euro Content Limited, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, alla società Euro Content Limited sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 480.000 € (quattrocentottantamila euro);

d) che con riferimento alla pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, alla società Euro Content Limited sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 480.000 € (quattrocentottantamila euro).

[Omissis].

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà