

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 settembre 2015;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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

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

VISTO il proprio provvedimento n. 25346 del 25 febbraio 2015, con il quale è stata deliberata la adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Flamingo Interinvest Ltd (di seguito anche “Flamingo”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*) del Codice del Consumo. Tale

società gestisce una serie di siti *Internet* di aste *online* al centesimo o al minimo rialzo (cd. *penny auction*), dei quali risulta ad oggi attivo il solo *www.dandybids.com*. Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

2. Altroconsumo, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere da Flamingo a partire dal febbraio 2012. In particolare, Flamingo avrebbe rivolto ai consumatori, durante la navigazione *Internet* o mediante un'attività di *mailing*, degli inviti a partecipare a sondaggi, programmi fedeltà od operazioni a premi in apparenza promossi dai professionisti che gestiscono i siti *Internet* oggetto di navigazione (ad esempio preminenti operatori dell'*e-commerce* o della g.d.o.), per informarli del fatto che fosse possibile ottenere un premio o una vincita equivalente pagando delle esigue spese di spedizione e registrandosi a uno dei siti *Internet* del professionista, per i quali l'iscrizione veniva presentata come gratuita, a cui i consumatori aderenti all'invito venivano reindirizzati. Successivamente Flamingo non solo non avrebbe consegnato il premio prospettato, ma avrebbe altresì inviato ai consumatori aderenti a tali iniziative delle richieste di pagamento e/o eseguito addebiti sul conto collegato allo strumento di pagamento utilizzato per pagare i due euro richiesti da Flamingo per spedire tale premio. Da ciò discenderebbe, quindi, che l'espedito utilizzato dal professionista sia esclusivamente teso a far sottoscrivere ai consumatori un abbonamento oneroso a un servizio non richiesto di aste *online* al centesimo al fine di ottenere (attraverso periodici addebiti mensili) o sollecitare (attraverso continue e pressanti richieste) mensilmente il pagamento di una *fee*.

4. In secondo luogo, Flamingo avrebbe presentato in maniera ambigua, lacunosa e incompleta le informazioni inerenti alle caratteristiche principali e al prezzo del servizio di aste *online* al centesimo offerto sui differenti siti *Internet* che gestisce –*www.dandybids.com*, *www.wippy.com*, *www.bogabids.com* e *www.ziinga.com* (gli ultimi tre attualmente *off-line*)– al prezzo dei prodotti commercializzati attraverso le aste al centesimo che si svolgono sui predetti siti, nonché al diritto di fruire della garanzia legale di conformità. Il professionista, infine, avrebbe anche ostacolato l'esercizio del

diritto di recesso relativamente all'abbonamento "*platinum membership*" al proprio servizio di aste *online*, impedendo ai consumatori di avvalersi di tale diritto se non a seguito dell'avvenuto pagamento della prima *fee* mensile e, in ogni caso, adottando una strategia dilatoria.

5. Ciò premesso, le pratiche commerciali oggetto del presente procedimento sono le seguenti:

a) il professionista avrebbe addebitato ai consumatori contattati mediante un articolato meccanismo di aggancio, delle somme di denaro a titolo di corrispettivo per la sottoscrizione di un abbonamento denominato "*platinum membership*" al proprio servizio di aste *online* al centesimo o ne avrebbe comunque sollecitato il pagamento, anche con l'aggiunta di ulteriori somme a titolo di penalità di mora. Flamingo, in particolare, avrebbe fatto ricorso a un espediente consistente nel contattare i consumatori, durante la navigazione *Internet* su siti diversi da quelli gestiti dal professionista o mediante un'attività di *mailing*, formulando nei loro confronti inviti a partecipare a sondaggi, programmi fedeltà od operazioni a premi, per prospettare poi la possibilità di vincere un premio nel caso in cui si fossero registrati a uno dei suoi siti *Internet*, per i quali l'iscrizione veniva presentata come gratuita, e avessero pagato delle irrisorie spese di spedizione. In realtà non solo non sarebbe esistito alcun premio, ma l'intero meccanismo di aggancio sarebbe stato esclusivamente finalizzato alla sottoscrizione di un abbonamento "*platinum membership*" di carattere oneroso a un servizio non richiesto di aste *online* al minimo rialzo erogato su uno dei siti *Internet* gestiti da Flamingo. Infatti, a seguito dell'iscrizione dei consumatori ai predetti siti *Internet* e al pagamento dei due euro –nonché a prescindere dall'invio della modulistica successivamente richiesta via *e-mail*– il professionista avrebbe provveduto a eseguire degli addebiti mensili di importo variabile sul conto collegato con lo strumento di pagamento utilizzato dai consumatori per eseguire il pagamento dei due euro richiesti in fase di aggancio o a inviare loro solleciti di pagamento nel caso in cui non avessero su tali conti liquidità sufficiente a coprire il costo delle *fee* mensili richieste da Flamingo;

b) Flamingo avrebbe omesso di indicare, sin dal primo contatto, le informazioni rilevanti per consentire ai consumatori di comprendere il meccanismo di funzionamento del servizio di aste *online* al minimo rialzo che si svolgono sui propri siti *Internet*, nonché il prezzo di tale servizio e dei prodotti che possono essere acquistati mediante la partecipazione a tali aste. In particolare, Flamingo si sarebbe limitato a fornire in maniera generica

sulla *homepage* dei predetti siti (tra l'altro nel caso di *www.dandybids.com* solo in lingua inglese), delle scarse informazioni sulla natura onerosa delle puntate, sottacendo alcune componenti di costo del prezzo complessivo dei prodotti che possono essere acquistati mediante la partecipazione alle aste al centesimo, quali ad esempio il prezzo dei crediti spesi dai consumatori per aggiudicarsi l'asta. Il professionista, invero, avrebbe fornito maggiori informazioni sulla natura, caratteristiche principali, funzionamento e prezzo di tale servizio, solo nelle sezioni secondarie dei suoi siti e all'interno dei termini e condizioni contrattuali, redatti esclusivamente in lingua inglese. Inoltre, Flamingo avrebbe ostacolato l'esercizio del diritto di recesso al predetto servizio di abbonamento "*platinum membership*", impedendo ai consumatori di avvalersi di tale diritto se non a seguito dell'avvenuto pagamento della prima *fee* mensile e, in ogni caso, adottando una strategia dilatoria.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 13 febbraio 2015¹ è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8243 per possibile violazione degli artt. 20, 22, comma 1, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, comma 1, lettere *f*) e *h*), del Codice del Consumo.

7. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata la realizzazione da parte di Flamingo delle sopra descritte pratiche commerciali. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stata anche disposta l'apertura di un sub-procedimento cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo. In data 10 marzo 2015² è stato comunicato al professionista il provvedimento di sospensione temporanea della pratica commerciale, assunto dall'Autorità nella sua adunanza del 25 febbraio 2015.

8. In data 4 marzo 2015³ l'associazione di consumatori Altroconsumo faceva pervenire istanza di partecipazione al procedimento, successivamente accolta e comunicata alla Parte in data 10 marzo 2015⁴.

¹ Cfr. doc. n. 386.

² Cfr. doc. n. 390.

³ Cfr. doc. n. 389.

⁴ Cfr. doc. n. 391.

9. In data 20 maggio 2015⁵ è stata comunicata alle Parti la sostituzione del responsabile del procedimento per sopravvenute esigenze organizzative.

10. In data 19 maggio 2015⁶ sono stati svolti dei rilievi d'ufficio sul sito *Internet* www.dandybids.com e si è altresì appurato che gli altri siti *Internet* gestiti dal professionista (www.wippy.com, www.bogabids.com e www.ziinga.com) risultavano *off-line*.

11. In data 9 luglio 2015⁷ è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, fissata al 30 luglio 2015.

2) *Le evidenze acquisite*

A) *La pratica commerciale finalizzata alla sottoscrizione di un abbonamento oneroso al servizio di aste online al centesimo*

12. Dai documenti in atti è emerso che numerosi consumatori sono stati contattati dal professionista con le seguenti modalità: a) mediante l'utilizzo di finestre *pop-up* che compaiono durante la navigazione su siti *Internet* diversi da quelli gestiti da Flamingo⁸; b) mediante il ricorso all'attività di *mailing*⁹.

13. Da numerose segnalazioni pervenute –tra cui quelle di alcune associazioni di consumatori¹⁰– si evince che la modalità di aggancio mediante finestra *pop-up*¹¹ si caratterizza per il fatto che ai consumatori, che navigano su un sito *Internet* diverso da quelli gestiti da Flamingo, viene rivolto un invito a partecipare a un sondaggio sulla qualità del servizio offerto dal sito oggetto di navigazione¹² o a un questionario di cultura generale¹³. In caso di adesione a tali inviti e di compilazione dei sondaggi o questionari di volta in volta rivolti ai consumatori, questi ultimi vengono reindirizzati sulla pagina di uno dei siti *Internet* gestiti dal professionista in

⁵ Cfr. docc. nn. 398 e 399.

⁶ In particolare, cfr. doc. n. 397. Dai rilievi d'ufficio svolti in fase preistruttoria, tuttavia, era stato possibile accedere al sito *Internet* www.wippy.com (cfr. doc. n. 93-bis).

⁷ Cfr. doc. n. 414.

⁸ In particolare, cfr. doc. n. 372.

⁹ In particolare, cfr. doc. n. 309.

¹⁰ Si tratta, in particolare, delle seguenti associazioni di consumatori: Adiconsum, Avvocati dei Consumatori, Federconsumatori e Unione Nazionale Consumatori.

¹¹ Dalle segnalazioni pervenute è emerso che il professionista ha utilizzato tale modalità di aggancio con riferimento ai servizi offerti su tutti i siti *Internet* che gestisce. In particolare, per quel che concerne il sito www.dandybids.com cfr. docc. nn. 141 e 144; per il sito www.ziinga.com cfr. doc. n. 12; per il sito www.bodagabis.com cfr. docc. nn. 82 e 130 e per il sito www.wippy.com cfr. docc. nn. 198 e 350.

¹² Cfr. docc. nn. 273 e 378.

¹³ Cfr. docc. nn. 372 e 373.

cui viene loro prospettata la possibilità di ricevere un premio fedeltà o una vincita simile –anche di rilevante valore¹⁴– a fronte del pagamento di soli due euro, a titolo di spese di spedizione, e previo inserimento dei propri dati personali nella sezione del sito “*ISCRIVITI E’ GRATIS*”.

14. Per quel che concerne, invece, l’aggancio mediante il ricorso all’attività di *mailing*¹⁵, dalle segnalazioni pervenute è emerso che il professionista contatta i consumatori inviando loro una *e-mail* mediante diversi indirizzi di posta elettronica (che riportano nella denominazione dell’indirizzo l’indicazione di famosi professionisti dell’*e-commerce* e della g.d.o., presso i quali, in alcuni casi, risulta che i consumatori contattati avessero precedentemente realizzato degli acquisti *on-line*¹⁶). Dai documenti in atti si evince che, in alcuni casi, l’oggetto di tali *e-mail* riporta la seguente dicitura “*Congratulazioni per il tuo premio del sondaggio*”¹⁷, mentre in altri casi risulta che tali *e-mail* contengano un invito a partecipare a un sondaggio al fine di ottenere un buono spesa da spendere su note piattaforme di *e-commerce*¹⁸. All’interno di tali *e-mail*, in particolare, è apposto un *link* ad uno dei siti *Internet* gestiti da Flamingo all’interno dei quali ai consumatori viene offerta la possibilità di ricevere un premio pagando solo due euro, a titolo di spese di spedizione, e previo inserimento dei propri dati personali nella sezione del sito “*ISCRIVITI E’ GRATIS*”.

15. A prescindere dalla modalità di aggancio, per completare l’inserimento dei predetti dati, i consumatori devono anche accettare, non meglio precisati, termini e condizioni contrattuali riportati solo in lingua inglese. Invero, l’inserimento di tali dati dà luogo a una vera e propria registrazione con la sottoscrizione di un servizio in abbonamento denominato “*platinum membership*” su uno dei siti *Internet* gestiti dal professionista. I consumatori vengono informati da Flamingo di tale evenienza solo attraverso una successiva comunicazione via *e-mail*, in cui i termini contrattuali del predetto abbonamento vengono riportati in un italiano approssimativo e in maniera incompleta¹⁹.

¹⁴ Cfr. docc. nn. 75 (la segnalazione si riferisce a un caso in cui al consumatore era stata prospettata la vincita di un I-Pod), 153 (la segnalazione si riferisce a un caso in cui al consumatore era stata prospettata la vincita di uno smartphone) e 373 (la segnalazione si riferisce a un caso in cui al consumatore era stata prospettata la vincita di una macchina fotografica digitale di alta qualità).

¹⁵ Dalle segnalazioni pervenute è emerso che tale modalità di aggancio è stata utilizzata con riferimento agli abbonamenti premium ai siti Internet www.dandybids.com (cfr. doc. n. 163), www.bogabids.com (cfr. doc. n. 101) e www.wippy.com (cfr. doc. n. 140).

¹⁶ In particolare, cfr. doc. n. 365.

¹⁷ In particolare, cfr. doc. n. 163.

¹⁸ In particolare, cfr. doc. n. 140.

¹⁹ Cfr. docc. nn. 54 e 229.

16. Dai documenti in atti si è riscontrato che Flamingo non ha mai consegnato ai consumatori che hanno aderito ai predetti inviti, registrandosi su uno dei suoi siti *Internet* e pagando i due euro delle spese di spedizione, il premio inizialmente prospettato²⁰.

17. Dalle segnalazioni pervenute è emerso che il professionista, successivamente alla registrazione su uno dei siti *Internet* di aste *online* che gestisce e al pagamento dei due euro richiesti a titolo di spese di spedizione del premio inizialmente prospettato, invia ai consumatori registrati una *e-mail* contenente la conferma di avvenuto pagamento (“*Receipt*”) dei due euro richiesti per l’invio del premio unitamente ai dettagli della transazione²¹. Inoltre, sempre all’interno di tale *e-mail* Flamingo chiarisce, per la prima volta, che per ricevere il premio per cui è stato eseguito il pagamento è altresì necessario inviare copia di un documento di identità valido, nonché completare, firmare e inviare uno specifico modulo, denominato “*Credit Card Authorization Form & ID Verification*”. Flamingo infatti asserisce di applicare la politica di “*un regalo per nucleo familiare*”²², sicché dovrebbe controllare l’identità dei consumatori che aderiscono alla propria offerta promozionale. Tuttavia, il professionista si serve di tale modulo per ottenere l’autorizzazione a eseguire addebiti sulla carta di credito indicata dai consumatori per tutte le eventuali attività collegate alla fruizione dell’abbonamento “*platinum membership*” al servizio di aste *online* al centesimo che questi hanno sottoscritto con la registrazione ad uno dei suoi siti *Internet* di aste al centesimo e, in ogni caso, per procedere all’addebito della *fee* mensile dovuta per tale abbonamento²³.

18. Flamingo attraverso tale *e-mail* comunica ai consumatori, solo parzialmente e facendo ricorso a un italiano approssimativo, i termini e condizioni contrattuali dell’abbonamento “*platinum membership*”. In particolare, i consumatori, per la prima volta, vengono informati del fatto che la registrazione che hanno eseguito su uno dei siti *Internet* gestiti dal professionista e l’esecuzione del pagamento di due euro per ottenere la spedizione del premio prospettato in sede di aggancio, equivale all’adesione

²⁰ Cfr. docc. nn. 64, 125 e 374.

²¹ Cfr. docc. nn. 129 e 229. In particolare, Flamingo rende note ai consumatori le seguenti informazioni: Nome del prodotto, costo totale, numero transazione, data, metodo di pagamento, stato dell’ordine e tempo medio di consegna (indicato tra 1 e 3 settimane).

²² Cfr. docc. nn. 129 e 233.

²³ Cfr. docc. nn. 229 e 231. In fondo al modulo, con minore evidenza grafica rispetto alle altre informazioni ivi contenute, è riportata la seguente frase in lingua inglese: “*I agree to pay the full amount charged to the usernames above – including bid package bids, credits, purchase of products, delivery costs, payment for won products, transaction fees and membership charges on my credit card by [indicazione di uno dei siti Internet gestiti da Flamingo]*”.

a un'offerta promozionale che prevede la sottoscrizione di un abbonamento al servizio di aste *online* al minimo rialzo collegata con la vincita di un premio. Tale abbonamento, dal punto di vista pecuniario, si caratterizza per il fatto che esclusivamente il primo giorno risulta gratuito, in quanto poi si trasforma automaticamente in oneroso con addebito mensile di un costo pari, ad esempio, a 67,99 euro in relazione ai siti *www.bogabids.com*²⁴, *www.dandybids.com*²⁵ e *www.ziinga.com*²⁶, nonché 38,99 euro in relazione al sito *www.wippy.com*²⁷.

19. Dal punto di vista tecnico, invece, l'abbonamento "*platinum membership*" si caratterizza per una serie di presunti vantaggi collegati all'utilizzo del servizio di aste *online* al minimo rialzo che si svolgono sul sito *Internet* di Flamengo al quale i consumatori risultano essere iscritti²⁸. Tra le caratteristiche tecniche vi è l'assegnazione giornaliera di puntate (*bids*) che è possibile utilizzare durante la partecipazione a una *penny auction*. Tale caratteristica dell'abbonamento risulta particolarmente rilevante, in quanto il professionista considera l'assegnazione di tali puntate come godimento parziale dei servizi collegati al predetto abbonamento²⁹. In ordine a tale aspetto, inoltre, dai rilievi d'ufficio svolti sul sito *Internet* *www.wippy.com* in data 23 giugno 2014, è emerso che nelle FAQ inerenti alle informazioni di pagamento collocate in una pagina del sito accessibile solo dopo una serie di schermate, Flamingo specifica quanto segue: "*Perché Wippy.com mi addebita denaro? Wippy ti addebita denaro perché hai sottoscritto un'offerta speciale che include offerte GRATUITE, offerte in aste GRATUITE, sconti su pacchetti offerte e spedizioni GRAUITE. Questa offerta speciale è abbinata a un periodo di prova gratuito della durata di 1 giorni, trascorso il quale il pagamento anticipato della quota di adesione mensile sarà automaticamente prelevato dalla tua carta di credito*"³⁰.

20. La comunicazione via *e-mail* dei termini contrattuali dell'abbonamento è solamente parziale in quanto Flamingo, per quel che concerne il trattamento delle richieste di cancellazione dell'iscrizione "*platinum membership*", si limita a informare i consumatori del fatto che possono inoltrare tali richieste

²⁴ In particolare, cfr. doc. n. 86.

²⁵ In particolare, cfr. doc. n. 229.

²⁶ In particolare, cfr. doc. n. 30.

²⁷ Cfr. docc. nn. 54 e 76.

²⁸ Per quel che concerne le caratteristiche tecniche dell'abbonamento "*platinum membership*", invece, i termini e condizioni contrattuali riportano quanto segue: "[...] *All paying members enjoy value added benefits: Extra bids for bid package purchases; Free shipping; Free bid; Bid-for-Free auctions*". Cfr. doc. n. 229.

²⁹ In particolare, cfr. doc. n. 134.

³⁰ Cfr. doc. n. 93-bis.

in ogni momento scrivendo all'indirizzo *e-mail* appositamente indicato. Nulla viene detto, ad esempio, in ordine ai tempi di gestione della pratica e alla circostanza che la cancellazione dell'iscrizione prima del pagamento della prima *fee* mensile rende nulla la partecipazione a qualsivoglia offerta promozionale. Per quel che riguarda la cancellazione dell'iscrizione dal sito *www.ziinga.com*, Flamingo richiede anche il pagamento di una penale pari a 39 euro³¹.

21. La comunicazione via *e-mail* dei termini contrattuali dell'abbonamento è altresì parziale, in ragione del fatto che il professionista non fa alcun riferimento all'esistenza della possibilità di rimborso delle *fee* mensili, né alle modalità con cui il rimborso può essere richiesto. Pertanto, i consumatori possono venirne a conoscenza soltanto consultando i termini e condizioni contrattuali pubblicati su uno dei siti *Internet* del professionista e redatti esclusivamente in lingua inglese. A tale riguardo, in particolare, occorre evidenziare che i termini e condizioni contrattuali stabiliscono che il rimborso delle *fee* mensili può essere richiesto solo integralmente, sicché qualora gli utenti abbiano parzialmente fruito dell'abbonamento non verrà accordato alcun rimborso. Per quel che concerne le modalità temporali viene altresì specificato che è possibile richiedere il rimborso solo nell'ambito dei trenta giorni a cui si riferisce il periodo per cui è stata pagata l'ultima *fee* mensile³².

22. Dai documenti in atti risulta che il professionista non ha mai accordato alcun rimborso, sostenendo che i consumatori avrebbero parzialmente fruito dell'abbonamento "*platinum membership*" nel periodo per il quale era stata formulata l'istanza di rimborso dell'ultima *fee* mensile addebitata³³. Infatti, in virtù del fatto che tra le prestazioni collegate ai servizi destinati ai consumatori che sottoscrivono tale tipo di abbonamento vi è anche l'assegnazione giornaliera di puntate "extra" per la partecipazione alle aste *online* al centesimo che si svolgono sul sito *Internet* gestito da Flamingo per il quale è stata fatta la registrazione, questi considera la mera assegnazione di ogni singola puntata "extra" (il che, avvenendo su base giornaliera, ha luogo a partire dal primo giorno di ogni nuovo mese coperto dall'abbonamento) e a prescindere dall'effettiva effettuazione di puntate nel corso di un'asta, come fruizione parziale dell'abbonamento e pertanto non concede alcun

³¹ In particolare, cfr. doc. n. 30.

³² *Ibidem*.

³³ In particolare, cfr. doc. n. 78.

rimborso³⁴. Il professionista, tra l'altro, utilizza lo stesso argomento anche per negare il diritto di recesso ai consumatori che ne fanno richiesta.

23. Flamingo, successivamente al pagamento della somma di due euro richiesta per la spedizione della vincita collegata alla partecipazione al sondaggio o al questionario di cultura generale e all'iscrizione a uno dei suoi siti *Internet* procede, oltre all'invio della *e-mail* contenente la fattura di pagamento e a prescindere dall'invio della documentazione richiesta³⁵ (documento di identità e modulo di autorizzazione), a eseguire addebiti mensili sul conto bancario o postale collegato con lo strumento di pagamento utilizzato dai consumatori per eseguire tale pagamento.

24. Nel caso in cui i consumatori non abbiano credito a sufficienza sul conto collegato allo strumento di pagamento utilizzato per versare i due euro in favore di Flamingo, questi procede all'invio tramite *e-mail* di solleciti di pagamento, dapprima aventi esclusivamente ad oggetto la somma relativa alla *fee* mensile per l'abbonamento "*platinum membership*" e, in caso di mancato pagamento, all'invio di solleciti di pagamento maggiorati da somme richieste a titolo di penalità di mora (che il professionista denomina "*late payment penalty*"³⁶). L'importo di tali penalità di mora varia da un minimo di 15 euro fino a un massimo di 22 euro. Mediante l'invio delle *e-mail* di sollecito, inoltre, il professionista minaccia i consumatori asserendo che nel caso in cui non dovessero provvedere al pagamento delle somme richieste nel termine indicato nel sollecito (10 giorni³⁷), provvederà ad affidare la riscossione del credito a una società di recupero crediti operante in Italia³⁸.

Le evidenze acquisite dopo l'apertura dell'istruttoria

25. In seguito alla comunicazione di avvio del procedimento sono pervenute all'Autorità nuove segnalazioni, che confermano interamente quanto già emerso e rilevato nel corso della fase preistruttoria. Complessivamente risulta pervenuto un numero molto rilevante di segnalazioni da parte dei consumatori, pari ad oltre trenta richieste di intervento. Dalle risultanze istruttorie, in particolare, è emerso che i consumatori hanno continuato ad

³⁴ Il professionista, nelle comunicazioni via e-mail con i consumatori che richiedono il rimborso delle fee mensili, si esprime nei seguenti termini: "*According to your account you have accumulated [indicazione di un numero di bids] from your membership. These bids are not free and are part of the membership benefits given when you have registered as member [...]*". Cfr. doc. n. 134.

³⁵ In particolare, cfr. doc. n. 229.

³⁶ Cfr. docc. nn. 256, 286 e 309.

³⁷ Cfr. docc. nn. 256 e 286.

³⁸ Cfr. docc. nn. 82 e 134.

essere contattati dal professionista sia durante la navigazione su siti *Internet* diversi da quelli gestiti direttamente da Flamingo³⁹, che tramite l'attività di *mailing*.

26. Il professionista ha quindi continuato a fare ricorso all'espedito innanzi illustrato per far sottoscrivere ai consumatori l'abbonamento oneroso "*platinum membership*" al proprio servizio di aste *online* al centesimo, per il quale vengono applicate le medesime condizioni contrattuali che sono state precedentemente descritte. Tuttavia, dei differenti siti *Internet* gestiti da Flamingo, risulta *online* il solo *www.dandybids.com*. Infine, rispetto alle evidenze acquisite in fase preistruttoria, è emerso che l'importo addebitato ai consumatori per la sottoscrizione del predetto abbonamento risulta pari a circa 80 euro⁴⁰.

B) La pratica commerciale consistente nella promozione del servizio di aste online al centesimo

27. Dai rilievi d'ufficio svolti ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo sui siti *Internet* *www.wippy.com*⁴¹ e *www.dandybids.com*⁴², è emerso che Flamingo eroga un servizio di aste *online* al centesimo per i soli consumatori iscritti a tali siti. Nessuna indicazione, invece, viene fornita sin dal primo contatto con i consumatori, sulla natura, le caratteristiche principali e il prezzo del servizio di aste *online* al centesimo, né sul prezzo dei prodotti che possono essere acquistati partecipando alle stesse. Le uniche generiche indicazioni che il professionista fornisce su tali aspetti all'interno della *homepage* dei propri siti *Internet*, invero, sono collocate nella parte alta della stessa ove compaiono tre figure (dei centesimi, una sveglia e un cestino della spesa) accompagnate da alcune approssimative indicazioni (nel caso del sito *www.dandybids.com* tra l'altro fornite solo in lingua inglese)⁴³. Con riferimento alle informazioni contenute all'interno della sezione del sito *Internet* *www.dandybids.com* denominata "*Come fare*" viene spiegato in

³⁹ Cfr. docc. nn. 407 e 412.

⁴⁰ Il corrispettivo indicato dal professionista risulta superiore a 80 euro, come emerge dai documenti in atti, che evidenziano come in alcuni casi l'importo addebitato risulti pari a 83,90 euro (doc. n. 410) e in altri a 82,52 euro (doc. n. 412).

⁴¹ Cfr. doc. n. 93-bis.

⁴² Cfr. doc. n. 397.

⁴³ In particolare, di fianco all'immagine dei centesimi viene riportato il seguente *wording* "*Raise the price of the product by 1 penny*", accanto alla sveglia è apposta la seguente dicitura "*Wait for the time of the clock to run out*" e, infine, accanto al cestino l'espressione "*Buy the product for the price of the bid you placed*". Cfr. doc. n. 397.

lingua italiana che “con ogni nuova offerta, il prezzo sale solamente di € 0,01” e che “Per vincere l’asta, è importante aver inserito la propria offerta per ultimi, senza che nessun altro inserisca un’offerta, quando l’orologio segna 0:00”⁴⁴. È solo all’interno dei termini e condizioni contrattuali, pubblicati sul predetto sito esclusivamente in lingua inglese, che il professionista fornisce delle informazioni più dettagliate sulla natura, funzionamento e caratteristiche del proprio servizio di aste *online* al minimo rialzo.

Le caratteristiche generali di funzionamento del servizio di aste online al centesimo offerto da Flamingo

28. Il servizio di aste *online* al minimo rialzo offerto da Flamingo differisce da un normale servizio di aste principalmente per il fatto che la partecipazione dei consumatori è a pagamento, in quanto per effettuare le puntate (cd. *bid*) viene obbligatoriamente richiesto l’utilizzo di crediti che i consumatori devono previamente acquistare⁴⁵. Un’altra fondamentale caratteristica di tali aste consiste nel fatto che, a partire da un prezzo d’asta iniziale pari a 0 euro, standardizzato per tutti i prodotti, i consumatori possono effettuare solo puntate di 0,01 euro per volta. A fronte della ricezione di un’offerta andata a buon fine, il sistema aggiorna il prezzo dell’asta e fa ripartire il *timer* aggiungendo un ulteriore frangente temporale, che varia dai 15 secondi ai 2 minuti a seconda delle caratteristiche dell’asta, nel quale è possibile eseguire nuove puntate di un centesimo e il cui scadere, in mancanza di nuove puntate, determina il *closing* dell’asta e l’aggiudicazione della stessa all’ultimo offerente⁴⁶.

⁴⁴ All’interno di tale sezione, inoltre, viene chiarito che “Dopo che un’offerta è andata a buon fine, riparte il conto alla rovescia (di solito, dura dai 15 secondi ai 2 minuti, dipende da quanto tempo l’offerta iniziale è attiva)”. La descrizione delle caratteristiche principali del servizio, quali quelle relative al prezzo massimo previsto per alcune aste, all’opzione di auto-puntata (cd. “Bid Agent”) e all’opzione di acquisto in tempo reale, sono invece riportate solo in lingua inglese. Cfr. doc. n. 397.

⁴⁵ Nella sezione delle FAQ del sito Internet www.dandybids.com, il professionista afferma: «[è] possibile comprare delle offerte utilizzando Visa, Visa Electron, MasterCard o Maestro». Cfr. doc. n. 397.

⁴⁶ Dai rilievi d’ufficio svolti sul sito Internet www.wippy.com in data 23 giugno 2014, in particolare, è emerso che i termini e condizioni contrattuali del servizio di aste online che si svolgono su tale sito chiarisce, in ordine alla durata temporale delle aste e agli effetti delle puntate sul timer, quanto segue: “Each bid placed resets the remaining time on an auction by increments of 15 seconds, 1 minute or 2 minutes. The increment is dependent on how long the auction has been running or by the type of product. An auction will end if no new bids are placed before the time reaches zero”. Cfr. doc. n. 93-bis. Per quell che concerne il sito www.dandybids.com, invece, nella sezione delle FAQ il professionista specifica che: “Dopo che l’utente ha piazzato una nuova offerta, vogliamo dare agli altri utenti la possibilità di fare una controfferta. Il tempo aggiunto al conto alla rovescia può essere di soli 15 secondi e, in ogni caso, mai più di 2 minuti per offerta”. Cfr. doc. n. 397.

29. I consumatori che hanno eseguito l'ultima puntata si aggiudicano il diritto di acquistare i prodotti al prezzo finale d'asta. L'effettivo acquisto di tali prodotti richiede il pagamento di un importo pari al prezzo finale raggiunto dall'asta. Il costo complessivo sopportato dal consumatore che si aggiudica l'asta, tuttavia, non si esaurisce con il computo del prezzo di aggiudicazione, ma deve essere calcolato prendendo in considerazione anche il costo delle singole puntate che sono state effettuate nel corso dell'asta aggiudicata, il cui valore, per quel che concerne il sito *www.dandybids.com*, “*varia da € 0,47 a € 0,84, a seconda del Pacchetto di offerte selezionato*”⁴⁷. Tali crediti hanno una durata temporale limitata, dato che gli stessi scadono, se non utilizzati, dopo 12 mesi dall'acquisto⁴⁸. Va rilevato, inoltre, che il prezzo finale del bene indicato dal professionista non comprende, né altrimenti indica le spese di spedizione.

30. Il professionista consente ai consumatori, che hanno partecipato a un'asta al centesimo senza aggiudicarsela, di utilizzare il controvalore economico dei crediti spesi per eseguire le puntate per acquistare il medesimo prodotto oggetto d'asta, a un prezzo al dettaglio indicato da Flamingo, maggiorato del 7% rispetto al valore medio di mercato del bene di cui si tratta, e salvo conguaglio della differenza, nel caso in cui il controvalore di cui dispone l'acquirente sia inferiore al prezzo al dettaglio richiesto dal professionista⁴⁹. Tale opzione di acquisto è disponibile fino a 24 ore dopo la chiusura dell'asta di cui si tratta. Flamingo presenta tale possibilità come uno sconto (“*rebate*” o “*discount*”), mentre in realtà offre solo la possibilità di decurtare il prezzo del prodotto (ancorché maggiorato) del prezzo già pagato dai consumatori per partecipare a un'asta che non sono riusciti ad aggiudicarsi. Anche tale informazione è esclusivamente contenuta nei termini e condizioni contrattuali, come ad esempio nel caso dei siti *www.wippy.com*⁵⁰ e *www.dandybids.com*⁵¹.

⁴⁷ Cfr. doc. n. 397.

⁴⁸ Tale caratteristica è chiarita solo nei termini e condizioni contrattuali del servizio, redatti esclusivamente in lingua inglese. Cfr. docc. nn. 93-bis (nel caso del servizio di aste online al centesimo offerto su *www.wippy.com*) e 397 (nel caso del servizio di aste online al centesimo offerto su *www.dandybids.com*).

⁴⁹ Nel caso del sito *www.dandybids.com* tale opzione viene denominata “Compralo Subito”. Cfr. doc. n. 397.

⁵⁰ Cfr. doc. n. 93-bis. In particolare il professionista chiarisce che “*Most auctions feature a Buy it Now option which allows users to purchase a product they are currently bidding on and have not won. Used bids from the auction can be used as rebate on the 'Buy it Now' price, which is 7% higher than the value of the product [...]*”. Per quell che riguarda, invece, il sito *www.dandybids.com*, Flamingo specifica, nella sezione riservata alle FAQ, che “*Credits are currency that can only be used within Dandybids.com. It can be used to purchase Bid Packages or may be applied as a discount when paying for won auctions*”. Cfr. doc. n. 397.

⁵¹ Cfr. doc. n. 397.

31. I termini contrattuali sono pubblicati esclusivamente in inglese, a prescindere dalla lingua scelta dai consumatori per navigare sui siti *Internet* gestiti da Flamingo. Per quel che concerne la garanzia legale di conformità dei prodotti che vengono commercializzati attraverso le aste *online* al centesimo, il professionista sulla propria homepage utilizza il claim “*Aste – Nuovi prodotti con garanzia piena*”, ma pur non facendone menzione nei termini e condizioni contrattuali, chiarisce in altre sezioni dei propri siti *Internet*, quale ad esempio quella di *www.dandybids.com* riservata alle FAQ, che viene offerta solo la garanzia del produttore⁵².

3) Le argomentazioni difensive del professionista

32. Il professionista non ha fatto pervenire alcuna memoria difensiva nel corso del procedimento.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

33. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *Internet*, in data 31 luglio 2015⁵³ è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

34. Con parere pervenuto in data 7 settembre 2015⁵⁴, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, altresì considerando che, nel caso di specie, il consumatore, indotto a consultare *Internet* per valutare l’opportunità di acquisire beni a prezzi fortemente scontati, potrebbe effettivamente fruire dei servizi offerti dal professionista partecipando alle aste al centesimo che lo stesso promuove.

⁵² In particolare, cfr. doc. n. 397.

⁵³ Cfr. doc. n. 416.

⁵⁴ Cfr. doc. n. 417.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

35. Nei confronti di Flamingo è stata contestata la scorrettezza delle due seguenti pratiche commerciali:

- a)* il ricorso, attraverso una specifica campagna di *mailing* e *pop up* pubblicitari, a un articolato meccanismo di aggancio dei consumatori, esclusivamente teso a far loro sottoscrivere un abbonamento oneroso a un servizio di aste *online* al centesimo, nonché ad addebitare e/o sollecitare il pagamento di tale servizio non richiesto;
- b)* la promozione del proprio servizio di aste *online* al centesimo, sulla *homepage* dei propri siti *Internet*, mediante la diffusione di un quadro informativo gravemente lacunoso in ordine alla natura, alle caratteristiche principali, al funzionamento e al prezzo di tale servizio, al prezzo dei prodotti commercializzati mediante la partecipazione alle aste *online* al centesimo, nonché in relazione alla garanzia legale di conformità. Flamingo, inoltre, ha anche ostacolato il diritto di recesso dal servizio in abbonamento denominato “*platinum membership*”.

Pratica sub A)

36. Dall’istruttoria svolta emerge che la pratica commerciale realizzata da Flamingo Intervest Ltd è scorretta, in quanto contraria alle disposizioni di cui agli artt. 20, 24 e 26, comma 1, lettere *f*) e *h*), del Codice del Consumo.

37. Innanzitutto il professionista si è avvalso di un espediente in ogni caso aggressivo per agganciare i consumatori e far loro sottoscrivere un abbonamento oneroso a un servizio di aste *online* al centesimo che gli stessi non avevano richiesto. Dalle risultanze istruttorie è emerso che Flamingo ha provveduto a rivolgere ai consumatori, sia durante la navigazione *Internet* (attraverso finestre *pop-up*) che mediante un’intensa attività di *mailing*, inviti a partecipare a sondaggi, programmi fedeltà od operazioni a premi, facendo loro ritenere, contrariamente al vero, che gli stessi fossero promossi dai professionisti che gestivano i siti *Internet* oggetto di navigazione o la cui denominazione appariva nell’indirizzo del mittente della *e-mail* che avevano ricevuto quali, ad esempio, noti operatori dell’*e-commerce* o della g.d.o., importanti enti creditizi o società attive nel settore dei servizi energetici e della telecomunicazione.

38. Flamingo, in particolare, ha fatto ricorso a tale espediente per informare i consumatori contattati, contrariamente al vero, del fatto che fosse possibile

ottenere un premio o una vincita equivalente pagando delle esigue spese di spedizione (pari a due euro) e registrandosi a uno dei siti *Internet* del professionista (*www.dandybids.com*, *www.wippy.com*, *www.bogabids.com* e *www.ziinga.com*, di cui ad oggi risulta attivo solo il primo), a cui i consumatori aderenti all'invito venivano reindirizzati e per i quali l'iscrizione veniva presentata come gratuita (nella *homepage* di tali siti, infatti, la sezione del sito destinata alla registrazione riportava la dicitura "ISCRIVITI E' GRATIS").

39. Successivamente, Flamingo non solo non consegna il premio prospettato, ma procede anche a inviare ai consumatori aderenti a tali iniziative delle richieste di pagamento e/o a eseguire immediatamente addebiti sul conto collegato allo strumento di pagamento utilizzato per pagare la somma richiesta da Flamingo (pari a due euro), per ottenere la spedizione del premio originariamente prospettato. Dalle risultanze istruttorie è emerso che il meccanismo utilizzato dal professionista ha il solo scopo di far sottoscrivere ai consumatori un abbonamento oneroso a un servizio non richiesto di aste *online* al centesimo. Dai documenti in atti è stato, infatti, rilevato che non esiste alcun premio né vincita equivalente; al riguardo si evidenzia che anche i consumatori, che hanno pagato varie *fee* mensili o a cui tali *fee* sono state comunque addebitate, non hanno mai ricevuto il premio prospettato.

40. Anche le condotte che Flamingo realizza successivamente alla sottoscrizione dell'abbonamento "*platinum membership*", da parte dei consumatori agganciati mediante il predetto espediente, risultano aggressive. Il professionista, infatti, una volta ottenuta la sottoscrizione di tale abbonamento, e indipendentemente dal fatto che i consumatori abbiano inviato la modulistica richiesta con la prima comunicazione via *e-mail*, procede a prelevare mensilmente dal conto, collegato allo strumento di pagamento che è stato utilizzato per versare la somma di denaro richiesta per la spedizione del premio, gli importi delle *fee* dell'abbonamento *platinum*. Flamingo, inoltre, nel caso in cui i consumatori non abbiano credito a sufficienza sul predetto conto, procede a inviare loro, tramite *e-mail*, una serie di solleciti di pagamento. All'inizio tali solleciti hanno esclusivamente ad oggetto la somma relativa alla prima *fee* mensile dell'abbonamento "*platinum membership*" e solo in caso di mancato pagamento fanno anche riferimento a ulteriori somme, che Flamingo richiede a titolo di penalità di

mora⁵⁵ (con importi che variano da un minimo di 15 euro fino a un massimo di 22 euro). Mediante l'invio delle *e-mail* di sollecito, inoltre, il professionista intima ai consumatori di provvedere al pagamento delle somme richieste in un termine molto stringente (10 giorni⁵⁶), minacciando, in caso di mancato pagamento, l'avvio di una procedura di recupero crediti nei loro confronti, con conseguente aggravio di spese⁵⁷.

41. In conclusione, alla luce delle sopra esposte considerazioni, si ritiene che le condotte poste in essere da Flamingo consistono, in una prima fase, nel ricorso a un espediente di aggancio dei consumatori teso esclusivamente a far loro sottoscrivere un abbonamento oneroso a un servizio di aste *online* al centesimo non richiesto, prospettando la vincita di un premio, mentre, da quanto è emerso in atti, non esiste alcun premio, nè vincita equivalente e, in ogni caso, il premio, o altra vincita equivalente è subordinato al versamento di denaro o al sostenimento di costi da parte del consumatore. In una seconda fase, il professionista non solo esige il pagamento per la quota mensile dell'abbonamento "*platinum membership*", che il consumatore non ha consapevolmente richiesto, ma si trova anche nella condizione di poter eseguire in modo unilaterale il prelievo dell'importo preteso quale corrispettivo, avendo con l'inganno acquisito il numero di carta di credito del consumatore. Nel caso in cui non vi sia liquidità sufficiente sui conti dei consumatori, inoltre, il professionista ne sollecita il pagamento, maggiorato da ulteriori somme richieste a titolo di penalità di mora. Tali condotte integrano pertanto una pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, 24 e 26, comma 1, lettere *h*) e *f*), del Codice del Consumo.

42. Tali condotte, peraltro, risultano contrarie alla diligenza professionale, in quanto nel caso di specie non si riscontra da parte del professionista il normale grado di competenza e attenzione che i consumatori possono ragionevolmente attendersi. In proposito, va in primo luogo osservato che l'utilizzo da parte di Flamingo di un espediente aggressivo per far sottoscrivere ai consumatori contattati l'abbonamento oneroso denominato "*platinum membership*" non consente loro di assumere una decisione consapevole di consumo in relazione all'acquisto di tale servizio. L'utilizzo di tale espediente, infatti, falsa in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alla scelta di acquistare o meno il servizio, tanto è vero che i consumatori assumono consapevolezza di

⁵⁵ Cfr. docc. nn. 256, 286 e 309.

⁵⁶ Cfr. docc. nn. 256 e 286.

⁵⁷ Cfr. docc. nn. 82 e 134.

aver sottoscritto un abbonamento oneroso solo dopo aver ricevuto la prima e-mail da parte di Flamingo. Anche le condotte relative al prelievo di somme di denaro dai conti dei consumatori e quelle inerenti alle richieste di pagamento si caratterizzano per un grave *deficit* di diligenza, in virtù del fatto che l'esborso economico richiesto dal professionista non risulta collegato a una decisione di consumo liberamente assunta dai consumatori.

Pratica sub B)

43. Le modalità con cui il professionista ordinariamente presenta la propria attività di aste *online* sui propri siti *Internet* (*www.dandybids.com*, *www.wippy.com*, *www.bogabids.com* e *www.ziinga.com*) risultano gravemente lacunose in ordine alla natura, alle caratteristiche principali, al funzionamento e al prezzo di tale servizio, al prezzo dei prodotti commercializzati mediante la partecipazione alle aste *online* al centesimo, nonché in relazione alla garanzia legale di conformità e alle condizioni per il diritto di recesso, il cui esercizio risulta essere stato anche di fatto ostacolato.

44. In primo luogo Flamingo fornisce ai consumatori che accedono alle *homepage* dei siti *Internet* di aste *online* al centesimo che gestisce, quindi sin dal primo contatto commerciale, un quadro informativo gravemente lacunoso, in virtù del fatto che a fronte del complesso meccanismo di funzionamento delle *penny auction* e della determinazione del prezzo dei prodotti che possono essere acquistati partecipando a tali aste, si limita esclusivamente a promuovere tale servizio sulla scorta di vaghe e scarse indicazioni, fornendo più precise indicazioni attraverso le condizioni generali di contratto, redatte tuttavia in lingua inglese.

45. A tal proposito, in particolare, dalle risultanze istruttorie è emerso che le informazioni che Flamingo fornisce ai consumatori che per la prima volta accedono ai suoi siti *Internet* si sostanziano nella collocazione, nella parte alta della *homepage* (almeno per i siti *www.dandybids.com* e *www.wippy.com*), di tre figure (dei centesimi, una sveglia e un cestino della spesa) accompagnate da alcune approssimative indicazioni che nel caso del sito *www.dandybids.com* vengono riportate solo in lingua inglese. È solo in altre sezioni dei suddetti siti *Internet* -a cui si accede, attraverso una serie di passaggi- che vengono fornite, attraverso le condizioni generali di contratto e le "FAQ", ulteriori indicazioni, sebbene molte delle stesse siano esclusivamente riportate in lingua inglese.

46. In secondo luogo, Flamingo omette anche di informare i consumatori,

sin dal primo contatto commerciale, circa il reale prezzo del servizio di aste *online* al centesimo, con ciò limitando significativamente il loro processo decisionale in ordine alla scelta di aderire o meno al servizio offerto dal professionista, rispetto al quale non sono consapevolmente in grado di decifrarne immediatamente la convenienza economica. Inoltre, la rilevante informazione circa la durata di validità dei crediti acquistati, limitata a un anno, viene fornita esclusivamente nelle condizioni generali di contratto.

47. Per tali aspetti, dunque, la condotta posta in essere dal professionista integra gli estremi di una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo.

48. Dalle risultanze istruttorie è emerso inoltre che il professionista ostacola l'esercizio di alcuni diritti previsti dall'ordinamento in favore dei consumatori, quali l'esercizio del diritto di garanzia e l'esercizio del diritto di ripensamento, integrando gli estremi di una pratica commerciale aggressiva ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

49. Per quel che concerne il sito *www.dandybids.com* risulta, infatti, che il professionista esercita un indebito condizionamento in ordine all'esercizio della garanzia legale di conformità, in quanto, nonostante sulla *homepage* del predetto sito *Internet* diffonda il *claim* “Aste – Nuovi prodotti con garanzia piena!”, poi limita l'esercizio di tale diritto dei consumatori alla sola garanzia del produttore, in palese contrasto con la normativa vigente in materia⁵⁸.

50. Con riguardo, invece, al diritto di recesso, lo stesso non solo non risulta contemplato nelle condizioni generali di contratto, ma anche di fatto negato nel suo concreto esercizio, con riferimento all'abbonamento “*platinum membership*”. Flamingo, infatti, facendo leva sulle disposizioni contrattuali relative a tale abbonamento – sulla scorta delle quali il rimborso delle *fee* mensili corrisposte a titolo di prezzo per la fruizione dell'abbonamento in questione possono essere rimborsate solo nel caso in cui i consumatori non abbiano fruito di alcuno dei vantaggi collegati alla posizione di utente platino – tratta allo stesso modo, in maniera artificiale e palesemente in contrasto con la normativa vigente, la possibilità contrattuale di richiedere la cancellazione dell'*account* e il rimborso dell'ultima *fee* mensile, con le richieste di recesso dal servizio formulate dai consumatori entro i primi 14 giorni dalla sottoscrizione dell'abbonamento.

⁵⁸ In proposito si veda quanto riportato all'interno delle “FAQ”, in cui si legge che il professionista assicura ai consumatori esclusivamente la garanzia del produttore.

51. In molti casi, inoltre, la condotta ostativa di Flamingo si sostanzia anche nella realizzazione di comportamenti di carattere dilatorio, in quanto ritarda la risposta alle richieste di recesso che pervengono dai consumatori, risponde utilizzando esclusivamente la lingua inglese e nega il diritto di recesso sulla base di infondati, irrilevanti e inconferenti motivi di ordine contrattuale. Tali condotte, pertanto, integrano gli estremi di una pratica commerciale aggressiva ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

52. Le suddette condotte, peraltro, risultano contrarie alla diligenza professionale, in quanto nel caso di specie non si riscontra da parte del professionista il normale grado di competenza e attenzione che i consumatori possono ragionevolmente attendersi.

53. Va in primo luogo osservato che Flamingo fornisce ai consumatori un quadro informativo talmente lacunoso –soprattutto in ragione del fatto che il *deficit* informativo ricade su alcuni tra i più importanti parametri di scelta economica dei consumatori, quali il prezzo e le caratteristiche principali del prodotto– da non consentire loro di assumere una decisione consapevole di consumo in relazione all’acquisto del servizio di cui si tratta. L’evidenziato *deficit* di diligenza, pertanto, risulta tale da falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alla scelta di acquistare o meno il servizio. I consumatori non sono immediatamente posti nella posizione di conoscere nella sua interezza l’articolato meccanismo di funzionamento delle *penny auction*, il prezzo del servizio, il prezzo dei prodotti che possono essere acquistati partecipando a tali aste, né tantomeno la convenienza economica sottesa alla partecipazione alle aste *online* al centesimo organizzate da Flamingo.

54. In secondo luogo, un ulteriore *deficit* di diligenza si riscontra anche con riferimento alla realizzazione di quelle condotte con le quali il professionista frappone ostacoli all’esercizio del diritto di recesso nei confronti di quei consumatori che hanno sottoscritto l’abbonamento denominato “*platinum membership*”. Con riferimento a tale aspetto della pratica commerciale, il *modus operandi* di Flamingo evidenzia una gravissima carenza di diligenza professionale, in quanto questi non solo si serve di un espediente aggressivo per far sì che i consumatori sottoscrivano un abbonamento oneroso a un servizio non richiesto ma, a seguito dell’instaurazione del rapporto contrattuale, fattivamente impedisce che i consumatori esercitino con successo il diritto di ripensamento previsto dalla legge.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

55. 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.

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

57. Nel presente procedimento sono state accertate distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà; pertanto non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni.

58. 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.

Pratica A

59. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione all'intero territorio nazionale della pratica commerciale, in quanto, essendo la pratica diffusa a mezzo *Internet*, oltre che via posta elettronica, è idonea a raggiungere tutti i consumatori ubicati sul territorio italiano. Si prende anche in considerazione la penetrazione della pratica commerciale dato che il professionista, a partire dal mese di febbraio 2012, ha coinvolto un numero molto elevato di consumatori (come si evince dalle oltre 300 segnalazioni pervenute), facendo loro sottoscrivere l'abbonamento "*platinum mebership*" ai propri servizi di aste *online* al centesimo. Risulta altresì rilevante, ai fini della gravità della violazione, l'elevato pregiudizio economico che la pratica commerciale ha

arretrato ai consumatori, in considerazione del prezzo del predetto servizio in abbonamento offerto dal professionista, come dimostrano gli addebiti e i solleciti di pagamento, che variano da un minimo di quasi 40 euro a un massimo di circa 80 euro, in alcuni casi anche maggiorati dall'aggiunta di ulteriori somme richieste da Flamingo a titolo di penalità di mora, nonché la particolare insidiosità della condotta articolata nell'ottenimento ingannevole del numero di carta di credito e nell'addebito di un servizio mensile in abbonamento non consapevolmente richiesto.

60. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le pratiche commerciali sono state poste in essere dal maggio 2012 e sono tuttora in corso.

61. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Flamingo Intervest Ltd nella misura di 500.000 € (cinquecentomila euro).

Pratica B

62. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione e penetrazione della pratica commerciale all'intero territorio nazionale in quanto, essendo la stessa diffusa a mezzo *Internet*, risulta idonea a raggiungere tutti i consumatori ubicati sul territorio italiano. Risulta altresì rilevante, ai fini della gravità della violazione, l'elevato pregiudizio economico che la suddetta pratica ha arrecato ai consumatori in considerazione del fatto che la frapposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso, ha di fatto impedito ai consumatori coinvolti di recuperare il prezzo indebitamente pagato al professionista per l'acquisto di un servizio non consapevolmente richiesto, pari quanto meno alla prima fee mensile di importo variabile da un minimo di quasi 40 euro a un massimo di quasi 80 euro. In alcuni casi, il pregiudizio economico connesso alla frapposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso è risultato essere di entità ancora più cospicua, in ragione del fatto che i consumatori sono stati sollecitati al pagamento o si sono visti addebitare delle ulteriori somme a titolo di penalità di mora o di prezzo per la sottoscrizione dell'abbonamento "*premium membership*", dato che il pagamento delle *fee* relazionate alla fruizione dello stesso avviene su base mensile.

63. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le pratiche commerciali sono state poste in essere dal

maggio 2012 e sono tuttora in corso.

64. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Flamingo Intervest Ltd nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta al punto II *sub* A) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 26, comma 1, lettere *f*) e *h*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante il ricorso a un espediente volto alla sottoscrizione di un abbonamento *premium* a un servizio non richiesto di aste *online* al minimo rialzo al solo fine di sollecitarne il pagamento o di procedere ad addebitarne il costo servendosi dei dati bancari forniti dai consumatori, a falsare in misura apprezzabile il comportamento del consumatore medio in relazione all'acquisto di tale servizio;

RITENUTO, inoltre, sulla base delle considerazioni suesposte che la pratica commerciale descritta al punto II *sub* B) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, comma 1, 24 e 25, comma 1, lettera *d*) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, da un lato mediante l'omissione di informazioni rilevanti e, dall'altro, attraverso la frapposizione di ostacoli al diritto di recesso, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alla fruizione del servizio di aste *online* al minimo rialzo, nonché all'acquisto dei prodotti commercializzati dal professionista sui siti *Internet* che gestisce.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub* A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Flamingo Intervest Ltd, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 26, comma 1, lettere *f*) e *h*) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub* B), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Flamingo Intervest Ltd,

costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, comma 1, 24 e 25, comma 1, lettera *d*) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che per la pratica commerciale descritta al punto II, *sub* A), del presente provvedimento, sia irrogata alla società Flamingo Intervest Ltd una sanzione amministrativa pecuniaria di 500.000 € (cinquecentomila euro);

d) che per la pratica commerciale descritta al punto II, *sub* B), del presente provvedimento, sia irrogata a Flamingo Intervest Ltd una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);

e) 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 ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella