

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 settembre 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTO il proprio provvedimento del 11 giugno 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

**1.** ENI S.p.A. (di seguito anche ENI) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è attiva nella fornitura di energia elettrica sul mercato libero e di gas naturale. ENI presenta al 31 dicembre 2011 un fatturato di circa 109 miliardi di euro.

2. L'associazione di consumatori Unione Nazionale Consumatori, in qualità di segnalante.

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione di una campagna pubblicitaria volta a promuovere l'offerta denominata "Eni 3" dedicata alle tariffe gas, luce e carburante. Nello specifico, la denuncia dell'Unione Nazionale Consumatori concerne uno *spot* televisivo, andato in onda nel periodo tra i mesi di novembre e dicembre 2012, nel quale una voce fuori campo recitava: «*Nasce oggi Eni 3, la prima soluzione. Eni con gas, luce e carburanti finalmente in un unico pacchetto. Eni 3 ti consente di gestire le spese di casa e dell'auto senza pensieri con la quota di energia del prezzo Eni gas e luce bloccata per tre anni e 6 cent/euro di carburante omaggio per ogni litro acquistato*». Mentre le immagini scorrevano, apparivano sullo schermo due finestre, nelle quali veniva indicato quanto segue: «*quota gas e luce bloccata per 3 anni*» e «*6cent/lt carburante omaggio*». Nell'ultima sequenza, in fondo alla schermata, compariva, per pochi secondi, la seguente nota: «*in punti addizionali You&Eni, su 500/lt ogni anno, per due anni. Offerta valida fino al 31/01/2013. Regolamento completo su Eni.com*».

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

### 1) *L'iter del procedimento*

4. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 13 febbraio 2013 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8742 nei confronti del professionista ENI S.p.A. per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1 e 2, del Codice del Consumo.

5. In tale sede, veniva ipotizzata l'ingannevolezza dei messaggi diffusi nell'ambito della campagna pubblicitaria "Eni 3" volta a promuovere l'offerta di "gas, luce e carburante in un unico pacchetto" in quanto in possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1 e 2, del Codice del Consumo.

**6.** Nello specifico, la pratica commerciale potrebbe risultare scorretta in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto i *claim* presenti nello spot che riportano: «*con la quota di energia del prezzo Eni gas e luce bloccata per tre anni*» e «*quota gas e luce bloccata per 3 anni*», lascerebbero intendere che aderendo all'offerta, sia possibile ricevere l'erogazione dell'energia elettrica e del gas ad un prezzo non soggetto a variazioni per 36 mensilità, senza specificare, contestualmente e, con adeguata evidenza grafica, che il "blocco" del prezzo pubblicizzato si riferisce soltanto ad una parte del costo complessivo che verrà addebitato dal fornitore.

**7.** La pratica, inoltre, si potrebbe configurare come omissiva in violazione dell'art. 22, comma 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto il messaggio segnalato non indicherebbe la percentuale di incidenza della componente energia e della componente di commercializzazione all'ingrosso del gas, sul prezzo complessivo sostenuto dal consumatore.

**8.** Ulteriori profili di scorrettezza, in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, potrebbero riguardare le indicazioni relative all'offerta dei carburanti in un unico pacchetto «*Eni con gas, luce e carburanti finalmente in un unico pacchetto*» «*Eni 3 ti consente di gestire le spese di casa e dell'auto senza pensieri*» ove risultasse che l'adesione all'offerta comporta semplicemente la possibilità di ottenere carburante in omaggio sino ad un massimo di 30 euro all'anno per due anni consecutivi.

**9.** Lo *spot*, inoltre, potrebbe essere in contrasto con l'art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, posto che l'affermazione «*6 cent/litro carburante omaggio per ogni litro acquistato*» sembra potenzialmente idonea a generare nel consumatore l'idea che l'adesione all'offerta comporti uno sconto immediato sul prezzo del carburante pari a 6 centesimi al litro, laddove invece, l'indicato sconto sembra sia ottenibile solo tramite l'adesione al programma "You&Eni" grazie al quale il consumatore può beneficiare di punti aggiuntivi da utilizzare in un momento successivo per ottenere carburante in omaggio e comunque a condizioni limitate.

**10.** Infine, il messaggio potrebbe risultare altresì scorretto in violazione dell'art. 22, comma 1 e 2, del Codice del Consumo, in quanto ometterebbe di specificare che la promozione sul carburante avrebbe una validità circoscritta solo ad alcune zone d'Italia.

**11.** In data 19 e 29 marzo 2013 sono pervenute due memorie da parte del professionista.

**12.** In data 18 aprile 2013 si è svolta l'audizione dei rappresentanti della

società Eni.

**13.** In data 5 e 19 aprile 2013, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione. Tali impegni sono stati valutati dall'Autorità nella sua adunanza del 2 maggio 2013 e ritenuti non idonei a consentire la chiusura del procedimento senza l'accertamento dell'infrazione. L'indicata decisione è stata comunicata al professionista in data 7 maggio 2013.

**14.** In data 6 maggio 2013 è stata formulata una richiesta di parere tecnico all'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas ai sensi del Protocollo d'intesa del 13 settembre 2012 adottato in base alle previsioni di cui all'art. 46 del Decreto Legislativo 1 giugno 2011, n. 93, tra l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e l'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas.

In data 26 giugno 2013 è pervenuta la risposta dell'Autorità per l'Energia e il Gas.

**15.** In data 28 giugno e 12 luglio 2013 sono pervenute due ulteriori memorie da parte del professionista.

**16.** In data 19 giugno 2013 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, prorogata con comunicazione del 2 luglio 2013.

## ***2) Le evidenze acquisite***

**17.** L'offerta Eni 3 (di seguito Offerta) è valida su tutto il territorio nazionale. L'Offerta, in particolare, è attivabile per la luce, in tutte le abitazioni di tipo domestico (sia di residenza anagrafica del cliente, sia di non residenza) situate in tutti i comuni italiani serviti dalla rete elettrica nazionale; per il gas, in tutte le abitazioni di tipo domestico situate in tutti i comuni italiani serviti dalla rete di trasporto nazionale del gas naturale.

**18.** L'Offerta prevede — per tutte le proposte di contratto accettate da Eni — l'invio di un "codice coupon", allegato alla "lettera di accettazione" del cliente da parte di Eni, l'indicata lettera chiarisce al consumatore che ha aderito all'offerta il meccanismo attraverso il quale è possibile usufruire dei 6 cent/lit di carburante omaggio pubblicizzati con i messaggi oggetto del procedimento *de quo*.

**19.** Attivando il codice coupon su una tessera you&eni, presso un distributore a marchio eni/agip sul territorio nazionale o direttamente *on line* sui siti Internet [youandeni.com](http://youandeni.com) e [youngandeni.com](http://youngandeni.com) (qualora il cliente abbia

un'età inferiore ai 24 anni), il cliente riceve punti you&eni ulteriori rispetto a quelli già accumulati attraverso il programma fedeltà di Eni. I punti ulteriori sono pari ai 6 cent/lt di carburante omaggio per ogni litro di carburante acquistato quando si fa rifornimento presso una stazione eni/agip in modalità Servito o Faidate.

Nello specifico il cliente riceve 5 punti you&eni extra per ogni litro di carburante acquistato nel corso del 2013, fino ad un massimo di 500 litri (pari a un totale di 2.500 punti); 5 punti you&eni extra per ogni litro carburante che verrà acquistato nel corso del 2014, sempre fino ad un massimo di 500 litri.

**20.** Il numero dei clienti che hanno chiesto ad Eni di aderire all'offerta di fornitura congiunta di gas e luce pubblicizzata con la campagna Eni 3 e sono stati accettati dal Professionista alla data del 18 febbraio 2013 sono circa *[omissis]*<sup>1</sup>.

**21.** Da indagini di mercato effettuate dal Professionista risulta che su circa 800 consumatori clienti che hanno aderito all'Offerta Eni 3, il messaggio è stato integralmente e correttamente decodificato dai 2/3 degli intervistati.

**22.** Dal parere reso dall'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas emerge in sintesi quanto segue:

- la determinazione dell'incidenza della componente per l'energia rispetto alla spesa complessivamente sostenuta dal cliente finale per la fornitura di energia elettrica o di gas naturale è condizionata, oltre che dall'articolazione e dal valore unitario delle componenti di prezzo per il servizio di vendita, anche dall'applicazione delle diverse componenti tariffarie e delle imposte (in tutti i casi in cui queste componenti non siano in tutto o in parte "inglobate" nel prezzo, come ad esempio avviene in alcune offerte normalmente qualificate come "tutto compreso").

La struttura e l'articolazione delle componenti tariffarie e fiscali infatti implica che l'incidenza della componente per l'energia sulla spesa complessiva del cliente finale possa variare non solo in relazione al suo profilo di consumo, ma anche in ragione di ulteriori elementi, ad esempio nel caso del gas, rileva l'ubicazione dell'utenza, dovuta alla differenziazione su base territoriale delle tariffe per il servizio di distribuzione e misura, l'accisa e l'imposta addizionale regionale;

- nel caso dell'energia elettrica, rileva la potenza impegnata e la residenza anagrafica del titolare del contratto, dovute sia alla presenza di componenti

---

<sup>1</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

tariffarie il cui corrispettivo unitario è determinato in euro/kW/ora impegnati sia alla differenziazione delle tariffe per i servizi di distribuzione, trasporto e misura (tariffa D2 per fornitura presso l'abitazione di residenza anagrafica del titolare del contratto e con potenza impegnata non superiore a 3 kW, tariffa D3 negli altri casi);

- è possibile ritenere che il consumatore medio non sia in grado di determinare autonomamente l'incidenza della c.d. "quota per energia" (componente a copertura dei costi di approvvigionamento per l'energia elettrica, o della commercializzazione all'ingrosso della materia prima per il gas naturale) sulla spesa complessiva per la fornitura di energia elettrica o di gas. La determinazione di tale elemento richiede infatti, come emerge da quanto su esposto, la conoscenza di tutte le componenti del prezzo previsto per il servizio di vendita, delle tariffe per i servizi di rete e gli oneri generali e delle imposte, nonché del valore dei relativi corrispettivi unitari o aliquote, nelle rispettive articolazioni e nella misura applicabile in relazione alle specifiche caratteristiche della fornitura<sup>2</sup>.

### ***3) Le argomentazioni difensive del professionista***

**23.** Nelle memorie il Professionista afferma che il messaggio oggetto del procedimento *de quo* non è idoneo ad ingannare i consumatori in quanto trasmette, in modo efficace e fedele, l'informazione essenziale sui vantaggi commerciali dell'Offerta pubblicizzata. In particolare, la contestata violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, si riferisce ai *claim* presenti nello spot televisivo "*con la quota di energia del prezzo eni gas e luce bloccata per tre anni*" e "*quota gas e luce bloccata per 3 anni*", i quali secondo la segnalazione lascerebbero intendere che, aderendo all'Offerta, sia possibile ricevere l'erogazione dell'energia elettrica e del gas ad un prezzo non soggetto a variazioni per 36 mensilità, senza specificare, contestualmente e con adeguata evidenza grafica, che il "blocco" del prezzo pubblicizzato si riferisce soltanto ad una parte del costo complessivo che verrà addebitato dal fornitore. Tale decodifica non è corretta il messaggio descrive con semplicità e chiarezza un'offerta articolata e composita, sottolineandone i contenuti caratterizzanti, come quello di bloccare solo una "parte" del prezzo per un certo periodo di tempo ("3 anni").

**24.** Nel messaggio si è operato un bilanciamento tra la necessità, da un lato,

---

<sup>2</sup> Cfr. Parere AEEG del 26 giugno 2013.

di fornire al consumatore, nel tempo a disposizione, le informazioni essenziali su alcuni caratteri distintivi dell'Offerta pubblicizzata - come il blocco di una quota del prezzo - e, dall'altro, di assicurare al consumatore una chiara percezione delle informazioni essenziali. Le informazioni sono state infatti, fornite attraverso la predisposizione di tempi che consentissero una lettura congrua delle informazioni stesse, con una sincronia tra grafica e parlato, adeguati contrasti cromatici e dimensioni del carattere sufficientemente percepibili. Inoltre, sono state rese contestualmente disponibili, su tutti i mezzi di comunicazione che strutturalmente lo consentono (stampa, *web*, *brochures*, canale telefonico), tutte le informazioni di dettaglio dell'Offerta, sia in relazione alla quota "bloccata" ed alla relativa percentuale di incidenza sul costo complessivo, sia con riguardo alle altre specifiche voci che costituiscono il prezzo complessivo di luce e gas dell'Offerta di cui trattasi. Il messaggio risulta perciò chiaro e inequivoco per quanto attiene al vantaggio di prezzo, prospettato in termini di blocco per 3 anni di una quota (e non dell'intero prezzo).

**25.** La circostanza che l'informazione possa essere opportunamente integrata mediante l'acquisizione di chiarimenti ulteriori, di facile e lineare accesso, appare del tutto conforme alle indicazioni che, in tema di omissioni ingannevoli, sono state fornite dalla Corte di Giustizia<sup>3</sup>, che ha ammesso la liceità delle indicazioni di prezzo c.d. di partenza ("a partire da..."), purché le precisazioni necessarie siano facilmente e linearmente accessibili al consumatore medio.

**26.** In merito alla contestazione circa l'affermazione "*6 cent/lt carburante omaggio per ogni litro acquistato*" presente nel messaggio, la quale potrebbe generare nel consumatore l'idea che l'adesione all'Offerta comporti uno sconto immediato sul prezzo del carburante pari a 6 centesimi al litro, laddove invece il vantaggio per il consumatore è ottenibile solo tramite l'adesione al programma "You&Eni", grazie al quale il consumatore può beneficiare di punti aggiuntivi da utilizzare in un momento successivo per ottenere carburante in omaggio a condizioni limitate, si ritiene che non sia assolutamente idonea ad indurre in errore. Sul punto si evidenzia che il messaggio afferma non la possibilità di ottenere uno "sconto" sul carburante, ma la facoltà di acquisire quantità aggiuntive di prodotto (il carburante omaggio), circostanza assolutamente vera. A ciò si aggiunga che ove il cliente volesse subito (ovvero a partire dal primo rifornimento) ottenere il

---

<sup>3</sup> Corte Giust. UE, sez. II, 12 maggio 2011, C-122/10, Konsumentornbudsmannen c. Ving Sverige AB.

carburante omaggio potrebbe farlo attraverso la logica di funzionamento dei punti del programma fedeltà di eni You&Eni (o Young&Eni, per i consumatori sotto i 24 anni).

Il programma di *loyalty* è inoltre strutturato in modo tale da assicurare, al ricorrere dei requisiti richiesti, una contestualità nella fruizione del vantaggio economico promesso (ovvero gli euro di carburante omaggio): infatti, in base alle logiche del programma fedeltà, costruite intorno alle abitudini di consumo del cliente, fin dal primo rifornimento il cliente Eni 3 può vedersi riconosciuto, in funzione dei punti you&eni accumulati (anche solo in quello stesso primo rifornimento), una certa quantità di € di carburante omaggio. Il messaggio dunque non ha alcuna portata fuorviante o ingannevole, nella parte in cui prospetta la possibilità di immediata acquisizione di carburante omaggio per i sottoscrittori dell'Offerta tramite l'acquisizione dei punti del programma fedeltà. La maggior parte dei consumatori di carburante è iscritta a un qualche programma fedeltà ed è pertanto a conoscenza dei meccanismi di funzionamento degli stessi.

**27.** Eni, a partire dalla programmazione dello spot Eni 3 avviata il 18 marzo 2013, ha modificato il citato *claim*, al fine di rendere inequivocabile (anche attraverso una piena corrispondenza tra grafica e parlato) che il "blocco" del prezzo pubblicizzato si riferisce soltanto ad una quota del costo complessivo addebitato, nel seguente modo: "(..) con una quota del prezzo complessivo gas e luce bloccata per 3 anni".

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**28.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa per via televisiva, in data 18 luglio 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

**29.** Con parere pervenuto in data 1 agosto 2013, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22, del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- ai fini della valutazione di ingannevolezza viene in considerazione il messaggio oggetto della pratica con esclusivo riferimento al suo contenuto e alla sua portata;

- il fine promozionale si realizza esclusivamente attraverso il messaggio, il quale esaurisce la sua funzione proprio nell'indurre i destinatari a rivolgersi all'operatore, cosicché non può essere ritenuto idoneo a sanare l'incompletezza delle informazioni fornite su elementi riconosciuti essenziali, quali le condizioni economiche di offerta del servizio pubblicizzato, il rinvio a ulteriori fonti informative cui il consumatore è invitato a rivolgersi;
- dall'esame dei testi oggetto della pratica commerciale assume rilevanza la circostanza che il consumatore è indotto a ritenere, aderendo all'offerta, che può godere di un vantaggio immediato e cioè di uno sconto diretto sul prezzo del carburante pari a 6 cent. al litro laddove, invece, l'indicato sconto è conseguibile solo tramite l'adesione al programma "You&Eni" grazie al quale il consumatore può usufruire di punti aggiuntivi da utilizzare in un momento successivo per ottenere carburante in omaggio a condizioni limitate;
- la comunicazione posta in essere da Eni fornisce indicazioni fuorvianti e non idonee ad informare sulle effettive caratteristiche e sul reale valore dell'offerta e, pertanto, a causa della sua ingannevolezza è suscettibile di pregiudicare il comportamento economico dei destinatari inducendoli e/o condizionandoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**30.** Il messaggio pubblicitario riproduce le immagini di una città di notte, illuminata da alcuni lampioni, sui cui muri compare il noto cane a sei zampe simbolo del Professionista mentre, nel frattempo, una voce fuori campo ed alcune didascalie prospettano la possibilità di aderire all'Offerta Eni 3 per usufruire, in un unico pacchetto, di luce, gas e carburante. In particolare, i *claim* pubblicitari affermano: «*Nasce oggi Eni 3, la prima soluzione Eni con gas, luce e carburanti finalmente in un unico pacchetto. Eni 3 ti consente di gestire le spese di casa e dell'auto senza pensieri con la quota di energia del prezzo Eni gas e luce bloccata per tre anni e 6 cent/euro di carburante omaggio per ogni litro acquistato*». Mentre le immagini scorrono, appaiono sullo schermo due finestre, che riportano: «*quota gas e luce bloccata per 3 anni*» e «*6cent/lt carburante omaggio*». Nell'ultima sequenza, in fondo alla schermata, compare per pochi secondi la seguente nota: «*in punti aggiuntivi*

*You&Eni, su 500/lt ogni anno, per due anni. Offerta valida fino al 31/01/2013. Regolamento completo su Eni.com».*

**31.** Finalità dello spot appare quella di acquisire nuovi clienti sia per le forniture di gas che per le forniture di energia elettrica, nonché quella di implementare la vendita di carburante a marchio Eni. La proposta commerciale di ENI consiste pertanto, in un'offerta integrata di tutti i prodotti e servizi che il professionista offre sul mercato ai consumatori, gas, luce e carburanti.

Il messaggio pubblicitario, infatti, per un verso prospetta la comodità di poter avere in un unico pacchetto tutti e tre i prodotti pubblicizzati e, quindi, gestire le spese di casa e dell'auto senza pensieri, dall'altro prospetta una particolare convenienza dell'offerta in quanto pubblicizza l'opportunità di godere di una quota del prezzo complessivo della fornitura del gas e della luce, bloccata per tre anni, oltre alla possibilità di godere di 6cent. di sconto su ogni litro di carburante che verrà acquistato dal cliente che aderirà all'offerta.

**32.** Il messaggio attraverso le immagini e la voce fuori campo veicola quindi ai potenziali nuovi clienti una promessa particolarmente allettante consistente nella possibilità di bloccare il prezzo della bolletta per 36 mesi e di ottenere uno sconto immediato di 6 cent. di euro sull'acquisto di un litro di carburante. Tutte le altre informazioni necessarie a chiarire gli effettivi meccanismi di fruizione dell'Offerta sono veicolate in modo del tutto marginale, con caratteri molto piccoli e per pochi attimi solo in chiusura del filmato. Il consumatore, pertanto, non è messo in grado di comprendere con esattezza la portata dell'offerta pubblicizzata a meno di acquisire tutta una serie di ulteriori informazioni che deve reperire in modo autonomo e che danno conto delle limitazioni dell'Offerta stessa.

**33.** Peraltro, quand'anche il consumatore vedendo lo spot avesse capito che solo una parte del prezzo del gas e della luce aderendo all'Offerta sarà bloccata, comunque, verrebbe indotto a rivolgersi ad ENI sulla base di una volontà alterata dalla mancanza di tutti gli elementi che potrebbero determinarlo all'acquisto dei servizi di cui all'offerta Eni 3. Infatti, è assolutamente possibile che il consumatore medio non sia in grado di determinare autonomamente l'incidenza della c.d. "quota per energia" (componente a copertura dei costi di approvvigionamento per l'energia elettrica, o della commercializzazione all'ingrosso della materia prima per il gas naturale) sulla spesa complessiva per la fornitura di energia elettrica o di gas. La determinazione di tale elemento richiede, infatti, la conoscenza di

tutte le componenti del prezzo previsto per il servizio di vendita, delle tariffe per i servizi di rete e gli oneri generali e delle imposte, nonché del valore dei relativi corrispettivi unitari o aliquote, nelle rispettive articolazioni e nella misura applicabile in relazione alle specifiche caratteristiche della fornitura<sup>4</sup>.

**34.** Il rilievo che il professionista ha inserito nelle proprie difese in merito alla circostanza che lo spot in esame sarebbe del tutto conforme alle indicazioni della Corte di Giustizia in ordine alla possibilità di indicare un prezzo non completo purché, le informazioni sul punto siano facilmente e linearmente reperibili non risulta accoglibile. Sul punto si evidenzia che, il caso della Corte di Giustizia citato dal Professionista era relativo alla conformità di una indicazione di prezzo con l'utilizzo della dicitura “*a partire da*”, dicitura che, per un verso, fornisce comunque al consumatore un parametro indicativo di base sul quale valutare la convenienza del prodotto o servizio pubblicizzato, per altro verso da conto che il prezzo va definito a partire da quello indicato.

Nel messaggio pubblicitario *de quo*, invece, manca qualunque indicazione del prezzo o delle sue componenti in base alle quali il consumatore possa decodificare correttamente la convenienza o meno dell'Offerta. L'unico riferimento presente nel messaggio consiste nell'affermazione relativa alla circostanza che il prezzo proposto rimarrà bloccato per tre anni circostanza che, come su evidenziato, non consente di comprendere né quale sia il prezzo di riferimento né quali siano le componenti dell'indicato prezzo che, come emerso dalle risultanze istruttorie, è un prezzo articolato in più componenti. L'Offerta in concreto permette il blocco triennale solo di una delle componenti che integrano la tariffa dell'energia elettrica e del gas proposte con lo spot, componente, assolutamente non identificabile nella sua entità economica dai destinatari del messaggio oggetto del presente provvedimento.

**35.** D'altro canto, una condotta perché sia considerata non corretta, ovvero pregiudizievole per i consumatori nell'ottica del Codice del Consumo, non deve necessariamente sostanziarsi in una concreta attuazione pregiudizievole per i destinatari della stessa, bensì è sufficiente che essa abbia una potenzialità lesiva tale da consentire di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito (non già di danno) ma di mero pericolo.

**36.** Il messaggio, inoltre, soprattutto per quanto riguarda l'affermazione circa lo sconto prospettato per l'acquisto del carburante è particolarmente

---

<sup>4</sup> Cfr. Parere AEEG del 26 giugno 2013.

equivoco ed ambiguo. Infatti, lo spot prospettando la possibilità di ottenere una riduzione sul prezzo di carburante, omette un'informazione assolutamente rilevante per la decisione del consumatore di aderire all'Offerta, ovvero quella della necessaria adesione al programma di fedeltà proposto dal Professionista. I programmi quali You&Eni o Young&Eni si sostanziano come pratiche commerciali particolarmente stringenti in quanto – come dice lo stesso nome - fidelizzano il consumatore al professionista ed inducono ad un rapporto di consumo continuativo con quel determinato professionista. Di fatto, una volta che un consumatore ha aderito ad un programma fedeltà tutti gli acquisti successivi che il consumatore stesso compie tenderanno alla concretizzazione delle offerte legate al programma al quale si è aderito e, ove possibile, gli acquisti verranno effettuati presso i punti vendita del professionista di riferimento. Pertanto, nel momento in cui un professionista promuove un'iniziativa commerciale siffatta deve evidenziare e chiarire, fin da subito, che l'adesione all'offerta comporta per la concretizzazione effettiva dei vantaggi promessi anche la partecipazione ad un programma fedeltà.

**37.** D'altro canto, la valutazione in merito alla decettività di un messaggio va effettuata tenendo conto esclusivamente del testo di quest'ultimo a prescindere dal fatto che il consumatore, in un momento successivo, possa acquisire informazioni ulteriori in merito al contenuto ed alle caratteristiche essenziali dell'offerta promossa e tramite le informazioni ulteriori integrare e/o correggere le informazioni veicolate dal messaggio stesso.

**38.** L'eccezione poi, sollevata dal professionista in merito alla circostanza che il consumatore medio è a conoscenza ed in grado di comprendere le formule utilizzate nel messaggio in oggetto, in quanto il mercato è pieno di offerte legate ai vari programmi fedeltà e, quindi, non sarebbe indotto in errore dalla pubblicità in esame non può essere accolta. La tipologia di consumatori ai quali si rivolge lo spot è ampia e variegata per cui è difficile identificare il consumatore già aderente al programma fedeltà di ENI o a un qualunque altro programma fedeltà quale consumatore medio, soprattutto tenendo conto che la promozione riguarda prevalentemente l'offerta di adesione alle forniture di gas e luce proposte da ENI. Offerta di adesione che viene resa appetibile con l'offerta di un risparmio immediato sul prezzo dei carburanti, risparmio che viene quantificato nel messaggio in termini monetari di 6cent per litro che, in assenza di verifiche autonome del consumatore, non è assolutamente percepibile come usufruibile solo aderendo al programma di fedeltà del Professionista.

**39.** A ciò si aggiunga che, là dove, come è legittimo che possa succedere, un consumatore aderisca all'Offerta fidandosi delle sole indicazioni presenti nel messaggio in esame, viene a scoprire le modalità di funzionamento effettivo dell'Offerta una volta che ha ricevuto da ENI la lettera di accettazione della società come nuovo cliente dell'Offerta Eni 3.

**40.** Ciò detto, in linea generale, la tutela apprestata dalle norme in materia di tutela del consumatore non si commisura alla posizione degli acquirenti dotati di specifica competenza, avvedutezza e di particolari cognizioni merceologiche, ma a quella degli acquirenti di media accortezza (o meglio alla generalità dei consumatori), i quali hanno minore attitudine a rendersi conto delle eventuali manovre ingannevoli del venditore e/o del produttore.

**41.** Anche la rilevanza statistica dell'indagine di mercato prodotta dal professionista non risulta significativa rispetto al dato percentuale dei consumatori e/o clienti destinatari delle pratiche commerciali scorrette poste in essere dal Professionista in rapporto al numero di clienti contattati per l'indagine statistica. Il campione, poi, non può essere considerato rappresentativo trattandosi di consumatori già iscritti al programma fedeltà Eni per i quali pertanto il meccanismo di funzionamento della promozione è già conosciuto e, comunque, il fatto che un terzo dei consumatori intervistati non abbia capito il meccanismo di funzionamento dell'offerta non è un dato marginale circa la valenza ingannatoria del messaggio.

**42.** Peraltro, anche la giurisprudenza amministrativa individua il consumatore medio come un tipo di consumatore né pienamente informato ed avveduto, né completamente disinformato e sprovvisto e dal momento che l'individuazione del livello di conoscenza del consumatore medio non può conseguire ad una valutazione condotta in termini meramente statistici è necessario, altresì, tenere conto della rilevanza delle caratteristiche proprie dei beni e/o dei servizi coniugate con le "eventuali" peculiarità del settore merceologico di riferimento.

**43.** La condotta del professionista risulta inoltre non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo, considerato che ENI è il principale operatore nella distribuzione del gas, attivo nel mercato libero per i clienti domestici sin dalla data della sua liberalizzazione, autore di varie campagne commerciali e quindi ben consapevole degli stringenti obblighi derivanti dalle promesse contenute nelle offerte commerciali, e quindi, dovrebbe, in base ai principi minimi del canone di buona fede e correttezza, assicurare ai consumatori non solo un'informazione completa, esaustiva e veritiera in

merito alle reali caratteristiche ed ai costi dell'offerta pubblicizzata ma anche una corretta presentazione complessiva dell'offerta stessa.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**44.** Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, 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.

**45.** 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.

**46.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'importanza del professionista trattandosi del principale operatore nel settore gas, dell'ampia diffusione della pratica essendo stata realizzata tramite una campagna pubblicitaria articolata con diverse forme (spot televisivi, cartellonistica stradale) atta a sfruttare, in un momento di particolare attenzione dei consumatori verso il risparmio, la leva della convenienza economica come elemento essenziale della campagna pubblicitaria.

**47.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere nel periodo tra i mesi di novembre e dicembre 2012 con diversi e ripetuti passaggi sulle principali emittenti televisive.

**48.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a ENI S.p.A. nella misura di 270.000 € (duecentosettantamila euro).

In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza attenuante in quanto il professionista ha adottato alcuni comportamenti di natura precontrattuale<sup>5</sup> al fine di ridurre i potenziali effetti ingannevoli della

---

<sup>5</sup> A partire dal 14 aprile 2013 nel documento Condizioni Economiche del plico contrattuale è stata data evidenza alle informazioni relative alla composizione del prezzo dell'Offerta e ai termini della promozione

campagna pubblicitaria, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 250.000 € (duecentocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante la diffusione di una campagna pubblicitaria ingannevole, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi pubblicizzati dal professionista;

### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società ENI S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, e 22, comma 1, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società ENI S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 € (duecentocinquantamila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/97. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il

---

carburante; dal 27 giugno 2013 è stata introdotta una Scheda Introduttiva che costituisce la prima pagina del plico contrattuale e riporta una dettagliata presentazione dell'Offerta Eni 3, sia per quanto concerne la composizione del prezzo, sia per quanto concerne i termini della abbinata promozione sul carburante. Nell'attività di Teleselling dal 5 luglio u.s. una domanda nella quale si chiede conferma al cliente della circostanza di aver compreso che il carburante omaggio è erogato sotto forma di punti aggiuntivi e che, quindi, per poterne fruire, è necessario iscriversi al relativo omonimo "programma fedeltà"; sul Web dal 2 luglio u. s. sono state inserite informazioni che descrivono analiticamente i termini della promozione sul carburante omaggio e le relative modalità di partecipazione/adesione alla promozione.

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

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/06, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, 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*