

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 aprile 2015;

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 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;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Il Sig. Luigi Cutina, titolare dell’impresa individuale MGM di Cutina Luigi, con sede in Roma, in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del *Codice del Consumo*.

L’impresa, costituita nell’aprile 2014, ha operato nella vendita *on line* di prodotti di elettronica di consumo e di altri prodotti, offerti attraverso il sito www.shoppingmgm.com¹, che risulta attualmente inattivo².

¹ Non è disponibile il dato relativo al fatturato realizzato dall’impresa.

² Il sito è risultato non più attivo in occasione di una rilevazione effettuata in data 6 febbraio 2015 (doc. n. 55).

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

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

A) nell'aver reso sul proprio sito internet informazioni ingannevoli relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna;

B) nell'aver ostacolato l'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori.

3. In particolare, sono pervenute all'Autorità circa quaranta segnalazioni di consumatori, riguardanti contratti di vendita *online* conclusi dal professionista a partire dal 29 giugno 2014, fino al mese di settembre, nelle quali vengono lamentati sia il mancato ricevimento dei prodotti sia il mancato rimborso del prezzo pagato a fronte della mancata consegna dei prodotti.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 18 novembre 2014 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9813. In tale sede veniva in particolare ipotizzata un'infrazione agli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, commi 1 e 2, 23, lettera *e*), 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo, per la contrarietà delle pratiche alla diligenza professionale e per la loro idoneità a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in relazione all'offerta del professionista ed all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori stessi.

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire determinate informazioni attinenti all'oggetto del procedimento.

5. La comunicazione di avvio, inviata a mezzo posta raccomandata, è stata restituita al mittente per "compiuta giacenza". La comunicazione stessa è stata ritrasmessa al professionista, a mezzo posta elettronica certificata, il 5 gennaio 2015.

6. In data 14 aprile 2014 è stato comunicato al professionista, a mezzo posta elettronica certificata, il termine di conclusione della fase istruttoria.

7. Nel corso del procedimento il professionista non ha fornito alcun riscontro alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio, né ha presentato memorie.

2) *Le evidenze acquisite*

8. Il professionista ha offerto in vendita, quanto meno dal mese di giugno 2014 al successivo mese di ottobre, prodotti di elettronica di consumo attraverso il sito *www.mgmshopping.com*, poi divenuto inattivo.

Il professionista ha fornito ai consumatori indicazioni ampiamente rassicuranti in merito alla disponibilità ed ai tempi di consegna dei prodotti.

9. In particolare, le *Condizioni generali di vendita* presenti nel sito *www.mgmshopping.com* indicavano: “*Nel sito è sempre visibile la disponibilità del prodotto al momento dell’ordine, o quando in arrivo. Poiché il contemporaneo accesso di molti utenti e la contemporanea possibilità di ordini on-line modificano la disponibilità, MGM non garantisce la certezza di assegnazione della merce ordinata. Per i prodotti indicati con disponibilità 5/6 giorni (lavorativi), quindi ordinabili, può verificarsi la non reperibilità del bene sul mercato. Premesso l’interesse della MGM alla conclusione della vendita, nel caso specifico nessuna responsabilità può essere imputata alla stessa che si impegna alla restituzione delle eventuali somme versate (...) Tutti gli ordini, contenenti prodotti disponibili a magazzino, di cui è pervenuta la conferma del pagamento entro le ore 11.00 di un giorno lavorativo, vengono affidati al corriere la sera del giorno dopo*”³.

10. Le numerose segnalazioni pervenute all’Autorità riferiscono, invece, che i prodotti ordinati non sono stati consegnati nei tempi previsti⁴, come risulta dalla documentazione che veniva allegata⁵.

11. Come esposto nelle segnalazioni pervenute e come risulta dalle *email* ad esse allegate⁶, il professionista, in risposta ai consumatori che hanno sollecitato la consegna dei prodotti a seguito della conclusione del contratto e del pagamento del prezzo, ha affermato di non poter effettuare la spedizione essendo in attesa del ripristino, previsto in tempi brevi, della disponibilità dei

³ Stampa dal sito effettuata il 29 ottobre 2014 ed acquisita agli atti (doc. n. 50).

⁴ Ad esempio, nel caso della segnalazione doc. n. 13, il televisore ordinato, come risulta dalla documentazione allegata, era indicato disponibile al momento dell’ordine e la consegna era prevista entro 72 ore dal pagamento.

⁵ Cfr. i documenti. n. 13, 15, 29 e 46.

⁶ Cfr. i documenti. n. 13, 15, 29 e 46.

prodotti, rassicurando al contempo circa la possibilità per il consumatore di chiedere il rimborso del prezzo.

Contrariamente alle rassicurazioni fornite, il professionista non ha spedito i prodotti né rimborsato il relativo prezzo agli acquirenti.

12. Ad esempio, in relazione ad un contratto di vendita di un televisore concluso il 21 luglio, il professionista, in risposta al sollecito del consumatore, ha via via affermato: *“siamo spiacenti del ritardo nelle spedizioni ma siamo in attesa del riassortimento di tale prodotto, che è previsto per la fine di questa settimana (...) restiamo in attesa di sue delucidazioni sul da farsi ovvero se attende il riassortimento o in alternativa farci richiesta di rimborso”* (email inviata dal professionista il 6 agosto); *“siamo costretti ad aggiornarci dal 25/08 in poi, giorno in cui il nostro fornitore riprenderà pienamente i servizi in modo da verificare tale disponibilità; detto ciò, se non volesse attendere oltre la invitiamo a farci richiesta di rimborso”* (email del 21 agosto)⁷.

13. Similmente, ad un altro consumatore che aveva ordinato un televisore, il professionista ha risposto: *“il suo ordine non è stato ancora spedito perché temporaneamente indisponibile presso i magazzini del nostro fornitore, il riassortimento è previsto per martedì 23/9, se non volesse attendere tale data ce lo comunichi”* (email del 17 settembre); *“contrariamente a quanto aveva annunciato, il fornitore non ha riassortito il prodotto. Pertanto, se non volesse attendere oltre, la invitiamo ad inoltrare richiesta di rimborso”* (email del 24 settembre); *“la sua pratica di rimborso sarà evasa circa per la metà del mese entrante”* (email del 30 settembre); (infine, in risposta al consumatore che aveva chiesto se il termine di metà ottobre fosse da considerare certo) *“abbiamo preso contatto con l’amministrazione e questo ci ha annunciato, se ci fossero eventuali ritardi verrà informato”*)⁸.

14. Allo stesso modo, nei confronti di un altro consumatore, anch’egli acquirente di un televisore: *“Le confermo che abbiamo ricevuto il pagamento, procederemo alla spedizione al più presto”* (email del 28 agosto); *“stiamo aspettando il rifornimento del nostro fornitore previsto nella settimana entrante, ci scusiamo del disagio arrecatole”* (email del 9 settembre); *“purtroppo ad oggi il riassortimento non è ancora avvenuto, pertanto la invitiamo ad inoltrare via email richiesta di rimborso”* (email del 23 settembre)⁹.

⁷ Doc. n. 13.

⁸ Doc. n. 28.

⁹ Doc. n. 45.

15. Anche nel mese di ottobre il professionista ha fatto riferimento allo slittamento nel tempo di un presunto riassortimento: “*per il suo ordine siamo in attesa del riassortimento slittato alla settimana entrante, se non volesse più attendere la invitiamo ad inoltrare una richiesta di rimborso*” (email inviata dal professionista il 1° ottobre 2014, in questo caso in relazione ad un prodotto diverso da un televisore)¹⁰.

16. I segnalanti riferiscono che il professionista è, infine, risultato irreperibile all’indirizzo *email* indicato nel sito *www.shoppingmgm.com*¹¹ e che dal sito stesso è stata rimossa la sezione recante lo stato degli ordini dei consumatori. Quei segnalanti che hanno tentato di inviare anche comunicazioni in posta raccomandata all’indirizzo postale del professionista hanno riferito che il tentativo non è andato a buon fine. Questa irreperibilità è risultata confermata in occasione della comunicazione postale di avvio del procedimento, la quale è stata restituita dal servizio postale all’Autorità, per “compiuta giacenza”.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

17. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *internet*, in data 5 marzo 2015 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

18. Con parere pervenuto in data 2 aprile 2015, la suddetta Autorità ha ritenuto che nel caso di specie il mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali che sono oggetto del procedimento, considerato che tale mezzo è in grado di offrire velocemente all’utente informazioni atte ad orientarne il comportamento economico e che le segnalazioni pervenute all’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato sono convergenti nell’affermare che al momento dell’invio dell’ordine il prodotto scelto era dichiarato disponibile sul sito *www.shoppingmgm.com*, in tal modo evidenziandosi in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *on line* a indurre alla fruizione delle prestazioni del professionista.

¹⁰ Doc. n. 15.

¹¹ I segnalanti riferiscono, inoltre, che il professionista era già in precedenza irreperibile ai numeri telefonici indicati nel sito.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. Occorre preliminarmente osservare che le condotte descritte alle lettere A) e B) del punto II del presente provvedimento integrano due pratiche commerciali distinte, in ragione della rispettiva autonomia strutturale derivante sia dalla diversa fase del rapporto di consumo cui ineriscono, sia dalle differenti modalità con le quali si concretizza l'influenza sul normale processo di formazione della volontà del consumatore, sia, infine, dalle specifiche finalità perseguite.

A. Informazioni relative alla disponibilità dei prodotti ed ai tempi di consegna

20. L'ingannevolezza delle informazioni diffuse dal professionista circa la disponibilità dei prodotti ed i tempi di consegna è attestata dalle numerose segnalazioni le quali univocamente evidenziano la mancata consegna entro il termine comunicato ai consumatori al momento dell'ordine e, comunque entro il termine di trenta giorni previsto dall'articolo 61 del Codice del Consumo in materia di contratti di vendita di beni di consumo conclusi a distanza¹².

21. In relazione a tale condotta, vari documenti allegati ad una serie di segnalazioni, forniscono chiara evidenza del comportamento tenuto dal professionista nei confronti dei consumatori acquirenti. In particolare, la corrispondenza *email* tra i consumatori ed il professionista dà ampiamente conto del fatto che quest'ultimo non aveva la disponibilità dei beni offerti on line sul sito *www.shoppingmgm.com* ed era pienamente consapevole di non essere in grado di adempiere alle obbligazioni assunte nei confronti dei consumatori.

22. Deve escludersi, pertanto, che il fenomeno in considerazione possa essere ricondotto a circostanze contingenti ed accidentali, venendo in evidenza, piuttosto, una strutturale incapacità del professionista di adempiere

¹² L'art. 61 del Codice del Consumo stabilisce: "Salva diversa pattuizione delle parti del contratto di vendita, il professionista è obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e al più tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto (comma 1). Se il professionista non adempie all'obbligo di consegna dei beni entro il termine di cui al comma 1, il consumatore lo invita ad effettuare la consegna entro un termine supplementare appropriato alle circostanze. Se il termine supplementare così concesso scade senza che i beni gli siano stati consegnati, il consumatore è legittimato a risolvere il contratto, salvo il diritto al risarcimento dei danni (comma 3). Nel caso di risoluzione posta in essere dal consumatore (...) il professionista è tenuto a rimborsargli senza indebito ritardo tutte le somme versate in esecuzione del contratto (comma 6)".

regolarmente alle obbligazione assunte a seguito dell'accettazione degli ordini ricevuti.

23. In relazione a quanto sopra, la condotta del professionista risulta non conforme alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile, considerato che l'esercizio di un'attività di vendita on line come quella svolta dall'impresa individuale MGM, nella quale il contratto di compravendita viene concluso a distanza e la consegna del prodotto non è contestuale al pagamento del prezzo, impone, in base ai principi di buona fede e correttezza, di assicurare ai consumatori un'informazione completa e veritiera in merito alla reale disponibilità dei prodotti offerti ed agli effettivi tempi di consegna.

24. Per quanto precede, la pratica commerciale in considerazione *sub A)* deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21 comma 1, lettera *b)*, 22, commi 1 e 2, e 23, lettera *e)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle scelte di acquisto, mediante la diffusione di informazioni non veritiere e l'omissione di informazioni rilevanti in merito alla disponibilità ed ai tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita.

B. Opposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori acquirenti

25. Pressoché tutti i segnalanti hanno incontrato difficoltà di vario genere a mettersi in contatto con il professionista, a ricevere informazioni veritiere circa le concrete prospettive di consegna dei beni acquistati, ovvero di rimborso del prezzo pagato, condotte che risultano in grado di ostacolare e/o ritardare l'esercizio dei loro diritti, ovvero proprio in ragione di tale comportamento possono essere stati indotti a non adottare o rinviare iniziative più incisive a tutela dei propri interessi.

26. Dalla sequenza di risposte dilatorie alle *email* con le quali i consumatori hanno inviato solleciti e reclami emerge in pieno la falsità delle rassicurazioni fornite ai consumatori in merito alla possibilità di ricevere i prodotti seppure in ritardo e/o di ottenere il rimborso del prezzo.

27. Le false e fuorvianti rassicurazioni a seguito della mancata consegna dei prodotti nei tempi previsti e l'omessa restituzione del prezzo pagato dai consumatori, nonché la successiva irreperibilità del professionista, integrano una pratica commerciale scorretta che si sostanzia nell'opposizione di

indebiti ostacoli all'esercizio di diritti nascenti dal rapporto di consumo.

28. In particolare, con riferimento alla sopravvenuta irraggiungibilità del professionista con i mezzi di comunicazione diversi dalla posta elettronica certificata (strumento, quest'ultimo, che non è utilizzato dai consumatori), si osserva che essa viene esposta in modo concordante nelle numerose segnalazioni pervenute ed è risultata confermata in occasione della comunicazione postale di avvio del procedimento, che non è andata a buon fine.

29. Anche con riguardo alla pratica di cui trattasi sussiste un rilevante deficit di diligenza professionale, atteso che i principi di correttezza e buona fede impongono, in particolare nei casi di contratti a distanza e, ancor più, qualora il pagamento del prezzo sia preventivo rispetto alla consegna dei prodotti, di soddisfare l'essenziale interesse del consumatore alla restituzione del prezzo pagato per la merce non ricevuta.

30. La pratica commerciale *sub B)* deve ritenersi, pertanto, scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive od ostruzionistiche, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio dei propri diritti contrattuali e/o all'eventuale interruzione del rapporto contrattuale.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

31. 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.

32. 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).

33. 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.

34. Nel caso di specie, per quanto riguarda la pratica commerciale *sub A*), nel valutare la gravità della violazione si tiene conto: *i*) della pluralità dei profili di ingannevolezza accertati; *ii*) della modalità di diffusione dell'offerta attraverso internet; *iii*) dell'entità complessiva del pregiudizio potenzialmente derivante per i consumatori.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quanto meno dal giugno all'ottobre 2014.

Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniari applicabile al Sig. Luigi Cutina nella misura di 50.000 €(cinquantamila euro).

35. Anche con riguardo alla pratica commerciale *sub B*), nel valutare la gravità della violazione si tiene conto: *i*) della pluralità dei profili di ingannevolezza accertati; *ii*) della modalità di diffusione dell'offerta attraverso internet; *iii*) dell'entità complessiva del pregiudizio potenzialmente derivante per i consumatori.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quanto meno dal luglio all'ottobre 2014.

Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniari applicabile al Sig. Luigi Cutina nella misura di 75.000 €(settantacinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, commi 1 e 2, e 23, lettera *e*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di informazioni ingannevoli e l'omissione di informazioni rilevanti circa la disponibilità dei prodotti e i tempi di consegna, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione in relazione alle scelte di acquisto;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B)* risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante indicazioni fuorvianti e condotte omissive, a condizionare indebitamente il consumatore medio in relazione all'esercizio dei propri diritti contrattuali;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Luigi Cutina, titolare dell'impresa individuale MGM di Cutina Luigi, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b)*, 22, commi 1 e 2, e 23, lettera *e)*, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Luigi Cutina, titolare dell'impresa individuale MGM di Cutina Luigi, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 24 e 25, lettera *d)*, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare al Sig. Luigi Cutina, relativamente alla pratica A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 €(cinquantamila euro);

d) di irrogare al Sig. Luigi Cutina, relativamente alla pratica B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 75.000 €(settantacinquemila euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. 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

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. 223/2006, 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 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