

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 15 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento) adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2016;

VISTO il proprio provvedimento del 19 aprile 2016, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Hertz Italiana S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 5 ottobre 2016, con il quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Hertz Europe Service Centre Ltd e Hertz Italiana S.r.l. (di seguito anche Hertz), in qualità di professionisti, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo.

In particolare, Hertz opera anche con il marchio Firefly Rent A Car,

attraverso il sito web <https://it.fireflycarrental.com>.

Nell'esercizio 2015 la società Hertz Italiana S.r.l. ha realizzato un fatturato pari a 274 milioni di euro. Negli ultimi tre esercizi (2013, 2014 e 2015), Hertz Italiana S.r.l. ha fatto registrare perdite rispettivamente pari a [30-40]* milioni di euro, [10-20] milioni di euro e [5-10] milioni di euro.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

2. La prima condotta, di cui alla comunicazione di avvio del 19 aprile 2016, attiene alle modalità aggressive con le quali il professionista, da un lato, blocca un considerevole importo – individuato autonomamente dal professionista - sulla carta di credito del cliente a garanzia di eventuali danni arrecati all'autovettura noleggiata e, dall'altra, offre alcuni prodotti accessori presentati asseritamente come “assicurativi” al fine di abbattere l'importo del deposito cauzionale.

3. Quanto alla seconda condotta (di cui all'estensione oggettiva del 22 luglio 2016), la medesima si riferisce ai comportamenti posti in essere dal professionista con riferimento alla gestione dei danni (arrecati alle autovetture date a noleggio) ed in particolare a quella adottata sperimentalmente in tre specifiche *location* nazionali (Catania, Napoli e Palermo) relativamente ai casi di auto riconsegnata fuori orario. Inoltre, il sito *web* del professionista omette di riportare informazioni relative alle procedure di gestione dei danni; in particolare, i criteri per la stima del danno sono contenuti in una matrice non resa pubblica al consumatore sul sito *web* di Firefly.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 19 aprile 2016 è stato comunicato alle società Hertz Europe Service Centre Ltd ed Hertz Italiana S.r.l. l'avvio del procedimento istruttorio PS9877, per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

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

In data 27 aprile 2016 sono state effettuate ispezioni presso le sedi delle società Hertz Italiana S.r.l. e presso l'unità operativa Firefly di Fiumicino (RM)¹.

La società Hertz Italiana S.r.l. ha inviato memorie in data 30 maggio 2016, 8 settembre 2016 e 10 novembre 2016.

In data 10 giugno 2016 Hertz Italiana S.r.l. ha presentato impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento.

In data 22 luglio 2016 è stato comunicato a Hertz il rigetto degli impegni presentati in data 10 giugno 2016, in quanto ritenuti non idonei a rimuovere i profili di possibile scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento.

Con atto del 22 luglio 2016, prot. n. 0050029, è stata comunicata a Hertz Europe Service Centre Ltd ed Hertz Italiana S.r.l. l'integrazione oggettiva della comunicazione di avvio del procedimento per verificare l'esistenza di una ulteriore presunta pratica commerciale scorretta in violazione degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

In data 5 ottobre è stato comunicato a Hertz il termine di conclusione della fase istruttoria nonché la proroga di 30 giorni del termine di conclusione del procedimento.

In data 10 novembre 2016 è pervenuta la memoria finale da parte della società Hertz Italiana S.r.l..

In data 10 novembre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo. Il parere è pervenuto in data 13 dicembre 2016.

¹ Gestita dalla società DMH S.r.l. in ragione di un contratto di mandato a stipulare contratti di locazione di autovetture senza autista in nome e per conto di Hertz Italiana S.r.l..

2) *Le evidenze acquisite*

Condotta sub (i)

5. In merito alla condotta *sub (i)* deve preliminarmente essere evidenziato che il professionista include, nella propria offerta di noleggio, una copertura assicurativa base la quale, secondo il più generale principio della Responsabilità Civile Auto, tutela il consumatore nel caso di danni involontariamente provocati ad altri durante il periodo di noleggio e/o furti del veicolo. In caso si verificasse uno di questi eventi, la copertura assicurativa base fa sì che il consumatore contribuisca agli eventuali costi fino ad un importo massimo – una sorta di “franchigia”.

6. I “*Requisiti per il Noleggio*” - rinvenibili sulla pagina *web* del professionista durante l’iter di prenotazione *online* - chiariscono inoltre che la tariffa di noleggio include le seguenti coperture a favore del cliente:

1) c.d. “*Third party liability*”, descritta come “*copertura su lesioni a persone diverse dal conducente e danni alla proprietà per qualcosa di diverso dal veicolo*”;

2) c.d. “*Collision Damage Waiver (CDW)*”: “*riduce la responsabilità finanziaria per danni o perdita del veicolo, sue parti ed accessori, ad eccezione di furto o tentativo di furto o atti vandalici in eccesso indicati nel Contratto di noleggio*”;

3) c.d. “*Theft Protection (TP)*”: *riduce la responsabilità finanziaria per perdita o danni al veicolo Firefly o alle sue parti o ai suoi accessori in seguito ad un furto, tentato furto o atti vandalici simili a quelli indicati nel contratto di noleggio*”.

Segue: il deposito cauzionale

7. Al momento del ritiro dell’autovettura, al cliente Firefly viene bloccato, da parte del professionista, un determinato importo sulla propria carta di credito a titolo di deposito cauzionale, ossia a garanzia di eventuali danni (e/o furti) che l’autovettura dovesse provocare o subire nel periodo di noleggio.

8. Laddove il consumatore dovesse eseguire la prenotazione attraverso il sito *web* di Firefly l’informazione circa il deposito cauzionale è contenuta nei citati “*Requisiti per il Noleggio*” (c.d. *RpN Firefly*). In particolare, il professionista specifica che “*Nel momento in cui si effettua il ritiro dell’auto a noleggio, è necessario depositare una somma per coprire la franchigia*

applicabile alla riduzione di responsabilità per danni (CDW), riduzione di responsabilità per furto e, in alcuni paesi, l'importo per coprire un pieno di carburante. Tale importo deve essere pagato con una carta di credito emessa a nome del conducente principale” (enfasi aggiunta).

9. L'importo del deposito cauzionale (definito tecnicamente “*Excess*” da Firefly) varia in funzione della tipologia di auto noleggiata e può arrivare fino a 2.160 euro. La tabella seguente riporta gli importi dei depositi cauzionali per gruppo di auto (con polizza assicurativa base CDW, offerta di *default* al costo di 1 euro per giorno di noleggio), così come riportati nei “*Requisiti per il Noleggio*”:

Gruppo di Vettura	
(MBMR) Ford Ka o simile	EURO 1510
(EDMR) Ford Fiesta o simile	EURO 1510
(CXMR) Fiat Idea o simile	EURO 1510
(IDMR) Ford C-Max o simile	EURO 2160
(IWMR) Ford Mondeo o simile	EURO 2160

10. Gli importi della precedente tabella si applicano non solo alla riduzione di responsabilità per danni (CDW) ma anche alla limitazione della responsabilità per furto (TP). Ad esempio, in un *voucher* in atti, riferito ad un noleggio (dell'aprile 2015) acquistato attraverso il *broker* Auto Escape, si legge che relativamente all'assicurazione danni (CDW) la franchigia totale ammonta a 1.510 euro e che anche relativamente all'assicurazione furto (TP) la medesima ammonta a 1.510 euro².

Le coperture assicurative accessorie

11. Firefly offre la possibilità di estendere la copertura assicurativa attraverso l'acquisto delle seguenti opzioni commerciali (descritte nei “*Requisiti per il Noleggio*”):

- *Personal Insurance*: copre i conducenti autorizzati, i passeggeri ed gli effetti personali.
- “*Super Cover: elimina la tua responsabilità che sarebbe altrimenti applicabile con il solo acquisto della CDW e del TP*”.

12. In particolare, la Super Cover viene presentata nel modo seguente: “*Super Cover limiterà la vostra responsabilità per i casi non coperti da*

² Cfr. doc. ispettivo “Auto Escape – voucher”.

Limitazione della responsabilità per danni (CDW) e limitazione della responsabilità per furto (TP). Questa opzione vi tutelerà per responsabilità riguardanti danni o perdita del veicolo, sempre premettendo le precauzioni obbligatorie riportate sul contratto di noleggio in relazione al veicolo noleggiato”.

13. I costi della Super Cover - indicati nei Requisiti per il Noleggio – variano in funzione dei giorni di noleggio nonché del tipo di veicolo noleggiato (secondo specifici Gruppi), così come riportato nella seguente tabella:

1-2 GIORNI Prezzo al giorno	3-7 GIORNI Prezzo al giorno	8-13 GIORNI Prezzo al giorno	14-99 GIORNI Prezzo al giorno
Gruppi B,C,U: 26.84 € Gruppi E,F: 29.28 €	Gruppi B,C,U: 23.18 € Gruppi E,F: 25.62 €	Gruppi B,C,U: 17.08 € Gruppi E,F: 19.52 €	Gruppi B,C,U: 9.76 € Gruppi E,F: 13.42 €

14. L’offerta di questi prodotti accessori avviene tipicamente al *desk* del professionista al momento del ritiro dell’autovettura da parte dei consumatori, in quanto la maggior parte dei noleggi viene acquistata da questi attraverso siti *web* di *broker* e/o comparatori dei servizi di autonoleggio.

Questi ultimi offrono – prospettandone un confronto basato sulle principali caratteristiche e sul prezzo – servizi di noleggio resi dai diversi professionisti attivi nel settore, ed è frequente che offrano al consumatore anche servizi accessori propri volti alla copertura di rischi.

Segue: la strategia commerciale di Firefly e l’importanza dei “servizi accessori”

15. Le risultanze in atti evidenziano l’importanza attribuita da un operatore dell’autonoleggio *low cost* come Firefly alla vendita di servizi accessori al prodotto principale, con l’obiettivo di compensare i ridotti margini correlati alla vendita del servizio di autonoleggio “puro”.

16. In tale ottica rileva anzitutto una presentazione *Powerpoint* del 2016³ ove, con riferimento al passato, si legge che “*We are inline to finish 2015 + [omissis] versus LY despite leisure volume being - [omissis] down against 2014 for Ancillary Sales*”: in altri termini, con riferimento ai servizi accessori (“*Ancillary Sales*”), il professionista fissa degli obiettivi che, nel caso di specie, non parrebbero essere stati raggiunti nel 2015 con riferimento al segmento *leisure*⁴.

³ Cfr. doc. ispettivo denominato “Broker Focus Launch 2016” (ispezione presso Hertz Italiana S.r.l.).

⁴ Ossia i consumatori che viaggiano per svago e non per affari.

Con riferimento al futuro, il medesimo documento riferisce del fatto che l'attività dei *broker*, nel 2016, sarebbe dovuta aumentare sensibilmente (del [20-30%]), ciò rappresentando una grande opportunità per la vendita di servizi accessori e, di conseguenza, per l'incremento complessivo delle entrate⁵.

17. A pagina 6 del medesimo documento, si mette inoltre in discussione la “*leggenda*”⁶ secondo cui chi acquista il servizio di noleggio attraverso *broker* – come la quasi totalità dei segnalanti nel procedimento in esame - non sarebbe disposto ad acquistare nient'altro se non il servizio stesso. A tal proposito, nel documento si sostiene che vi sia, in realtà, una diversa sensibilità al prezzo tra il momento della prenotazione *online* del servizio e il momento del ritiro dell'autovettura; in particolare, al momento del ritiro i clienti generalmente non paragonerebbero il prezzo richiesto (dal professionista) a quello di altri professionisti, ma semplicemente “*o acquistano il prodotto o non l'acquistano*”. In tale contesto, prosegue il documento, il fatto che un cliente arrivi al *desk* attraverso *broker* non farebbe molta differenza, e pertanto si dovrebbe tenere a mente il principio per cui, al *desk*, bisogna sempre proporre un'offerta, a tutti i clienti, ogni volta (in originale nel testo “*Make the offer, every customer, every time*”)⁷.

18. L'importanza dei servizi accessori per un professionista dell'autonoleggio *low cost* quale è Firefly emerge in tutta la sua evidenza da altri documenti⁸ che riportano – in formato *Excel* – gli incentivi economici da corrispondere al personale addetto al *desk*. Ciò che rileva, in questo contesto, è il fatto che tali incentivi vengano correlati alla vendita, da parte di ciascun dipendente, di servizi accessori (colonna “*ANCILLARIES*” nel documento).

19. Sempre in tale ottica rileva un documento⁹ che riporta delle Linee Guida per il personale al *desk*. In particolare, alla sezione “*Preparation of the Rental Agreement*”, con specifico riferimento alle “*Ancillary Sales*” si legge che “*Depending on the needs of the customer, please offer the relevant products (when applicable)*”, ossia si invita il personale ad offrire sempre tali

⁵ In originale, nel testo, “*Broker business in 2016 is predicted to increase by [20-30%] [...]. It's a great opportunity for Ancillary Sales and one we can make a difference with to drive revenue*”.

⁶ “*The myth*”, in originale nel testo.

⁷ In originale, il testo completo riporta “*The myth: “Broker Customers don't buy anything – they want cheapest everything or they have it already” [...] There is no evidence to say that belief this is true. There is a large difference between price sensitivity at the time of making the reservation and the time of picking up the vehicle. Customers do not generally compare prices to other companies, and they either want the products or they don't. The fact that they come through a broker is not really relevant. When this sort of thought comes into your mind, what you need to do to bust the myth is: Make the offer, every customer, every time*”.

⁸ Tra gli altri, cfr. doc. ispettivo denominato “*USER_FIREFLY_MAR_2016_INCENTIVI*”.

⁹ Cfr. doc. ispettivo denominato “*allegato mail 5*”.

servizi.

20. Nella medesima ottica rilevano altresì quei documenti che evidenziano l'interesse del professionista ad offrire prodotti che abbattano al minimo il deposito cauzionale, essendo il medesimo professionista ben consapevole del fatto che vi sia una certa sensibilità, da parte dei consumatori, ad avere un'ampia disponibilità di utilizzo della propria carta di credito.

21. In questa direzione rileva anzitutto una *mail*¹⁰ interna a Hertz che fa riferimento al prodotto assicurativo – *“presente nel menù delle ancillaries”* - definito “CVG4R o REDUC SCOVER”. Tale prodotto riduce l'*Excess* a massimo 500 euro per il danno e 500 euro per il furto. Ciò che rileva è la descrizione del *target* che tale prodotto si propone di raggiungere. In particolare, tale prodotto deve essere proposto a *“Clienti con un plafond sulla carta non sufficiente a coprire la riserva minima richiesta per il car group noleggiato e che non vogliono spendere per il prodotto Full”*. Inoltre, il prodotto è rivolto a clienti che *“hanno preso la SCOVER con il broker ma non vogliono avere comunque il rischio di sborsare l'intero importo dell' EXCESS che poi dovranno richiedere indietro al broker con tempi lunghi ed incerti”*. Quest'ultimo punto è per Hertz *“molto importante come selling proposition”* sui clienti che hanno acquistato la SCOVER del broker, *“e non va in conflitto con il prodotto venduto dal broker stesso, quindi riduce il rischio di complains da parte dei brokers che solitamente ci accusano di aver forzato il cliente a comprare un nostro prodotto identico a quello venduto da loro allo stesso cliente”*.

22. Sulla medesima falsariga rileva il contenuto di un'altra *mail*¹¹ interna nella quale si legge che *“ci è stato comunicato [...] che possiamo vendere la riduz. penalità risarcitoria portando i danni a zero. modificando con penna su contratto. incentivante per la vendita!! :)”*: in altri termini, per il personale Firefly è *“incentivante per la vendita”* un prodotto assicurativo che riduca a zero la responsabilità del cliente (e, quindi, la sua franchigia e il connesso deposito cauzionale).

Segue: le segnalazioni ricevute

23. Tanto premesso, le segnalazioni in atti evidenziano, da un lato, come l'elevato importo del deposito cauzionale richiesto da Firefly sia di fatto non sempre nella disponibilità del consumatore e, dall'altro, come a fronte

¹⁰ Cfr. doc. ispettivo denominato “Vannini cauzione danno 1”.

¹¹ Cfr. doc. ispettivo denominato “Mail riduzione penalità”.

dell'asserita indisponibilità di tale importo il personale al *desk* prospetti come unica soluzione alternativa l'acquisto di un prodotto assicurativo accessorio.

24. In tale ottica si consideri, ad esempio una segnalazione¹² riferita ad un noleggio acquistato nel giugno 2015 attraverso carta di credito Mastercard, la quale riferisce del fatto che una volta giunto al *desk* per il ritiro dell'autovettura il consumatore veniva informato della necessità di bloccare un importo pari a 2.000 euro a garanzia del noleggio, importo che il consumatore non possedeva in quel momento.

25. Un'altra segnalazione¹³ – relativa ad un noleggio effettuato nell'agosto 2016 e acquistato attraverso *broker* – riferisce del fatto che al *desk* Firefly sarebbe stata fatta notare l'impossibilità di bloccare l'importo di 1.900 euro in quanto mancava la copertura sulla carta di credito. Secondo il segnalante l'informazione circa tale rilevante deposito cauzionale mancava sul *voucher* della prenotazione *online*. Conseguentemente, il personale Firefly al *desk* avrebbe messo in atto una sorta di “*forma di ricatto*”¹⁴, ossia prospettato al consumatore le uniche alternative valide per ottenere il noleggio, ossia l'acquisto di una “*assicurazione integrativa di circa 23 euro per tutto il periodo del noleggio*” ovvero “*pagare la somma della caparra in contanti (in vacanza reperire quasi 2000 euro è assurdo)*”.

26. Da ultimo, rileva una *mail*¹⁵ nella quale si riferisce di un cliente che “*contesta perché dice che aveva i soldi sulla carta e non gli avete bloccato 1510 euro ma l'avete forzata a comprare tutto*”. La *mail* riferisce, in particolare, di una cliente che si lamentava per l'alto importo del deposito cauzionale, al punto da “obbligare” il personale al *desk* a non richiedere l'autorizzazione sulla carta di credito “*altrimenti il plafond o la disponibilità si sarebbero esaurite al momento*”.

Condotta sub ii)

27. Quanto alla condotta *sub* (ii), la medesima si riferisce ai comportamenti posti in essere da Hertz con riferimento alla gestione dei danni arrecati alle autovetture date a noleggio, ed in particolare a quella adottata sperimentalmente in tre specifiche *location* nazionali (Catania, Napoli e

¹² Cfr. doc. 4 agli atti del fascicolo.

¹³ Cfr. doc. 31 agli atti del fascicolo.

¹⁴ Cfr. doc. 31 cit.

¹⁵ Cartella Dir Gen, file denominato “Re I QUESTO CLIENTE CONTESTA PERCHE' DICE CHE CHE AVEVA I SOLDI SULLA CARTA E NON GLI AVETE BLOCCATO 1510 EURO MA L'AVETE”.

Palermo) relativamente ai casi di auto riconsegnata fuori orario¹⁶.

28. Tale nuova procedura di gestione dei danni – adottata a partire da ottobre 2015¹⁷ - prevede che in caso di riconsegna c.d. “*out of hours*” (ossia nelle ore notturne), e pertanto in assenza di personale al *desk*, il cliente lasci le chiavi dell’auto in un’apposita cassetta, mentre la verifica di eventuali danni è rimessa al personale Firefly il giorno successivo al *check in*. Qualora si dovessero accertare danni da addebitare al cliente, il dipendente Firefly stila un rapporto, chiamato Slot, in cui sono descritti i danni riscontrati, nonché un “*Accident Report Form*” (c.d. ARF), che riporta il calcolo seguito per la quantificazione del danno stesso.

29. In base alla procedura oggetto dell’estensione oggettiva del procedimento, il dipendente Firefly trasmette in seguito copia del contratto di noleggio, lo Slot compilato e l’ARF alla sede Hertz di Dublino, dove un apposito dipartimento (denominato “FNOL”) si occupa della gestione dei danni a livello centralizzato.

Successivamente vengono inviati al cliente i documenti ricevuti dall’agenzia territoriale, unitamente ad una comunicazione in cui si specifica che l’importo stimato del danno verrà addebitato sulla carta di credito del cliente stesso in assenza di espressa opposizione da parte di quest’ultimo nel termine di 7 giorni dal ricevimento della stessa.

30. Dalle evidenze in atti emerge come il professionista abbia inteso adottare tale “*nuova policy*” presso quelle stazioni di noleggio nelle quali aveva registrato un risultato negativo in termini di guadagni perduti (“*revenue perso*”) da compensare con i ricavi derivanti dalla gestione dei danni. Si tratta di una condotta volta a sfruttare al meglio le situazioni nelle quali la consegna dell’auto avviene necessariamente in assenza di contraddittorio, ossia quelle situazioni nelle quali il cliente si trova necessariamente in una situazione di debolezza rispetto al professionista.

31. Inoltre, quanto alle informazioni rese al consumatore sul punto, deve essere evidenziato come il sito *web* del professionista ometta di riportare informazioni relative alle procedure di gestione dei danni; il consumatore viene informato di tale procedura solo al momento del ritiro del veicolo, momento nel quale il personale al *desk* fornisce, attraverso la compilazione di un modulo (il citato “*Slot*”), le informazioni necessarie per poter comprendere i criteri seguiti da Firefly per definire cosa costituisca o meno un danno che possa formare oggetto di recupero da parte del professionista.

¹⁶ Cfr. doc. ispettivo denominato “*New Damage policy__ATTENZIONE MASSIMA - Inbox - Yahoo Mail*”.

¹⁷ Cfr. documento cit. “*New Damage policy__ATTENZIONE MASSIMA - Inbox - Yahoo Mail*”, che riporta una *mail* del 9 ottobre 2015.

Analogamente, quanto ai criteri per la stima del danno, i medesimi sono contenuti in una matrice ad oggi non resa pubblica al consumatore sul sito *web* di Firefly.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEI PROFESSIONISTI

32. Quanto alla condotta *sub i*), la società Hertz Italiana S.r.l. ha preliminarmente evidenziato che la finalità del deposito cauzionale su carta di credito (tecnicamente definito “riserva”) non sarebbe quella di costringere il consumatore all’acquisto di servizi aggiuntivi ma piuttosto quella di “*garantire il pagamento della franchigia da parte del consumatore*” nell’ipotesi in cui quest’ultimo fosse debitore nei confronti del professionista di una parte o della totalità della franchigia a causa di un danno cagionato al veicolo e/o del furto del medesimo. In questo contesto, sarebbe anche difficile sostenere che l’ammontare della riserva sarebbe eccessivo, dal momento che il suo valore “*è chiaramente determinato in funzione della franchigia*”.

33. Peraltro, secondo Hertz il meccanismo della riserva non sarebbe tale da incentivare la vendita di prodotti assimilabili a prodotti assicurativi, anche perché la riserva può essere ridotta notevolmente acquistando un prodotto molto meno costoso rispetto a quelli aventi natura “assicurativa”, denominato “DRF”¹⁸.

Pertanto, osserva Hertz, sebbene la pratica contestata “*può indurre semmai all’acquisto della DRF*”, in ogni caso le vendite in Italia della DRF sono state, nel periodo gennaio 2015 – giugno 2016, solamente [5.000-10.000] su un totale di [250.000-300.000] contratti a marchio Firefly. La DRF è stata pertanto acquistata solamente da circa il [1-5%] dei clienti Firefly: il modesto fatturato generato dalle vendite della DRF confermerebbe l’assenza, da parte del professionista, “*di una qualsivoglia intenzione di utilizzare la pratica contestata per sfruttare una posizione di debolezza del consumatore e costringerlo all’acquisto del prodotto in questione*”.

34. Quanto agli aspetti informativi, Hertz ritiene di fornire, sul tema della riserva, “*un’informativa puntuale ed esauriente*” prima che il consumatore

¹⁸ A tal proposito, Hertz evidenzia quanto riportato nella Comunicazione di avvio, ossia che il consumatore che volesse azzerare il blocco sulla carta di credito ha la facoltà di acquistare un prodotto chiamato Deposit Reduction Fee (“DRF”), al costo di 8 euro al giorno (contro i 20 euro di costo associato ad un’assicurazione “cover” che azzerava del tutto la franchigia). La DRF – osserva Hertz - non azzerava tuttavia la franchigia e “non è pertanto assimilabile in alcun modo ad un prodotto assicurativo”.

proceda all'acquisto del servizio di autonoleggio. A riprova di ciò vi sarebbe il fatto che la maggior parte dei clienti Firefly presta la riserva richiesta e non acquista alcun prodotto mirante alla riduzione del relativo ammontare.

35. Quanto alla condotta *sub* (ii), di cui all'estensione oggettiva, Hertz ha evidenziato che la procedura per la gestione dei danni in esame sarebbe stata abbandonata molto rapidamente, non avendo il *test* prodotto i risultati sperati¹⁹. In particolare, tale procedura sarebbe stata testata nelle tre *location* Firefly solamente per circa tre mesi²⁰.

Peraltro, anche a voler fare riferimento, più in generale, alla politica di gestione dei danni tuttora applicata da Hertz nei casi di restituzione dei veicoli *out of hours*, il professionista ha evidenziato trattarsi comunque di una procedura “*applicata solo in rarissimi casi*”, essendo assai ridotto il numero di riconsegne dei veicoli al di fuori degli orari di ufficio²¹.

36. Quanto all'asserita aggressività di tale procedura, Hertz evidenzia che nell'ambito della procedura di recupero danni in esame il consumatore non deve assumere alcuna decisione di natura commerciale né acquistare alcun prodotto specifico. Inoltre, il consumatore che riconsegna un veicolo fuori orario non può essere condizionato in alcun modo dal professionista, il quale non è presente al momento della restituzione del veicolo. Né nella fase post noleggio il professionista sarebbe in grado di vendere o di imporre l'acquisto di nuovi servizi non richiesti dal consumatore.

37. Sul punto Hertz osserva inoltre come la mancanza di un effettivo contraddittorio in caso di riconsegna dell'auto *out of hours* piuttosto che indebolire la posizione del consumatore la favorirebbe, atteso che nel caso di una presenza del dipendente Firefly al momento della restituzione del veicolo sarebbe difficile, per il consumatore, non concordare circa l'esistenza del danno cagionato al veicolo e provvedere, se del caso, al risarcimento entro il limite della franchigia. Diversamente, nel caso di restituzione fuori orario sarebbe sufficiente per il consumatore contestare il *report* del

¹⁹ A tal proposito, Hertz osserva che la medesima procedura aveva come differenza rispetto a quella ordinaria la gestione dell'intera pratica da parte dell'ufficio locale (dove era stato restituito il veicolo) in sostituzione del dipartimento estero che solitamente centralizza la gestione di tutte le procedure di questo tipo per tutta Europa. Hertz sperava così di rendere la procedura più efficiente rispetto a quella attuale che sconta le difficoltà dovute alla gestione centralizzata delle pratiche da parte di un unico soggetto ubicato all'estero. Tuttavia, la gestione locale si è rivelata poco efficiente, gli uffici in questione non disponendo delle risorse necessarie al trattamento di questa tipologia di pratiche.

²⁰ Cfr. memoria finale di Hertz Italiana S.r.l. del 10 novembre 2016.

²¹ In particolare, nel periodo gennaio 2015 – giugno 2016, i casi di riconsegna dei veicoli fuori orario sono stati *[omissis]* su un totale di *[omissis]* noleggi, ossia circa *[0-5%]* dei noleggi effettuati nel periodo di riferimento. Nel medesimo periodo, solo in 2 casi sono state addebitate somme a titolo di risarcimento del danno a seguito di una riconsegna fuori orario, e cioè meno di un caso l'anno. Peraltro, di questi due casi, nessuno è stato gestito seguendo la procedura oggetto dell'estensione oggettiva del procedimento.

dipendente Firefly redatto a seguito della riconsegna e a lui trasmesso, per impedire l'addebito del danno e costringere Hertz a seguire una procedura “a distanza” per poter ottenere il risarcimento dei danni causati dal consumatore stesso.

38. Quanto al riferimento al “*revenue perso*”, Hertz ha evidenziato che attraverso tale espressione si intendeva far presente la necessità di incrementare l'efficienza della procedura di recupero delle somme dovute dai clienti a titolo di risarcimento dei danni riportati dai veicoli noleggiati.

39. Quanto agli aspetti informativi, ovvero al fatto che il sito Firefly non pubblicherebbe i criteri per la stima del danno, Hertz osserva che, per lo meno fino a settembre 2016 i medesimi criteri non fossero presenti sul sito essendo la matrice dei danni “*ancora in corso di certificazione da parte di un ente terzo*”. Osserva Hertz come alla data del 10 novembre 2016 - di trasmissione della memoria finale - la matrice in questione è stata resa disponibile sul sito *web* Firefly all'interno degli RpN Firefly, alla voce “*Damage Matrix*”.

40. In conclusione, e più in generale, Hertz evidenzia delle possibili circostanze attenuanti di cui si dovrebbe tener conto ai fini della determinazione dell'eventuale sanzione da parte dell'Autorità, ed in particolare il fatto che il professionista si sia attivato al fine di ridurre significativamente l'ammontare della riserva, la quale è stata ridotta a 600 euro o 900 euro a seconda della categoria di veicolo. La modifica è entrata in vigore in data 8 novembre 2016. Inoltre la riserva verrà ridotta a 200 euro nel caso in cui un cliente acquisti un prodotto di tipo “Cover” e DRF, ciò significando che il “vantaggio” che il cliente trarrà dalla sottoscrizione di un prodotto di tipo “cover” sarà modesto, cosicché il tema della riserva non dovrebbe più in alcun modo condizionare l'acquisto di tale tipologia di prodotto.

Il nuovo ammontare particolarmente basso della riserva, pressoché equivalente a quello proposto dai marchi *premium* del gruppo Hertz e molto inferiore agli importi dei depositi cauzionali richiesti dalla concorrenza *low cost*, a detta di Hertz sarebbe tale da far cessare la pratica contestata.

41. Inoltre, il professionista intende implementare gli impegni, già proposti ma rigettati dall'Autorità, al fine di migliorare l'informativa che viene fornita al consumatore al momento della prenotazione del veicolo sul sito *web* Firefly. Più in particolare, Hertz si propone di:

1. aggiungere un ulteriore avviso in merito alla necessità di bloccare un determinato ammontare sulla carta di credito del cliente al momento del

ritiro del veicolo visualizzabile direttamente nella schermata di prenotazione, prima di confermare l'acquisto²²;

2. inserire nei RpN Firefly, Sezione VI, di seguito alla voce "Deposito", una specifica clausola che descriva precisamente il contenuto e la finalità della DRF;

3. modificare la schermata relativa ai servizi aggiuntivi che possono essere acquistati già al momento della prenotazione online al fine di inserirvi anche la DRF.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

42. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 10 novembre 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

43. Con parere pervenuto in data 13 dicembre 2016, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo Internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali oggetto del procedimento .

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

44. Preliminarmente, con riferimento alle condotte contestate, deve osservarsi come nessuna condotta è imputabile a Hertz Europe Service Centre Ltd., atteso che il contratto di noleggio è perfezionato tra consumatore ed Hertz Italiana S.r.l..

Le condotte sopra descritte appaiono integrare distinte pratiche commerciali che risulterebbero scorrette, ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

²² L'avviso sarà il seguente: del simile tenore: "Avviso: Si ricorda che, al momento del ritiro del veicolo, verrà bloccato sulla carta di credito del cliente un importo equivalente all'ammontare massimo del risarcimento eventualmente dovuto in caso di danni/furto, a seconda della categoria del veicolo (Euro 600/900) (N.B.: non si accettano carte di debito/prepagate). Si prega di tenere conto del fatto che l'importo bloccato potrebbe incidere sul massimale di spesa della carta di credito utilizzata. Qualora sia stato acquistato un prodotto accessorio (SuperCover, Reduced SuperCover, Glass&Tyres o DRF) l'importo bloccato verrà ridotto a Euro 200. Resta fermo che, in caso di noleggio non prepagato, l'ammontare bloccato sulla carta di credito (in caso di acquisto di un prodotto accessorio o meno) verrà sommato al costo del noleggio e di eventuali altri servizi accessori".

45. Quanto alla condotta *sub* (i), dagli elementi in atti sopra riportati emerge una pratica commerciale articolata che si sviluppa al momento del *check out* e si sostanzia nella vendita al consumatore di servizi c.d. “accessori”, facendo leva sul fatto che il consumatore deve garantire al professionista una conduzione e custodia diligente della vettura dando la propria carta di credito in garanzia al professionista.

46. Tale pratica appare idonea, proprio in ragione della richiesta di bloccare una rilevante somma sul plafond della carta di credito del consumatore al momento del ritiro dell’autovettura, a condizionarlo indebitamente così da indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, ovvero l’acquisto di un prodotto accessorio che gli permette l’abbattimento dell’elevato importo del deposito cauzionale.

47. A supporto del fatto che gli importi bloccati siano di rilevante entità, rilevano quelle segnalazioni che riferiscono dell’impossibilità di procedere al noleggio in ragione di una mancanza di disponibilità sulla carta di credito del consumatore.

48. Più in particolare, il professionista sfrutta la posizione di asimmetria – ed oggettiva debolezza – nella quale si trova il consumatore, che dopo aver acquistato il prodotto (ossia, il servizio di noleggio), si presenta al *desk* per ritirare l’autovettura e dare la propria carta di credito come garanzia dell’autovettura noleggiata. In particolare, a fronte della elevata somma richiesta a garanzia attraverso il deposito cauzionale bloccato sulla carta di credito del consumatore, Firefly prospetta insistentemente al cliente l’acquisto di prodotti accessori che permettono appunto la riduzione dell’importo del deposito cauzionale.

49. In tale contesto, inoltre, ai fini della valutazione dell’indebito condizionamento assumono rilievo i tempi e il luogo nei quali la condotta avviene, ossia il momento del ritiro dell’auto al *desk* del professionista. Assume infatti importanza, al fine di convincere i clienti ad acquistare tali servizi accessori, il fatto che il consumatore abbia già acquistato il servizio di autonoleggio e lo sfruttamento, da parte del professionista, di circostanze specifiche tali da alterare la capacità di valutazione del consumatore, quali appunto l’elevato importo del deposito cauzionale richiesto.

50. In questo contesto rileva la precisa strategia commerciale perseguita dal professionista e sottesa alla pratica in esame. Dai documenti in atti sopra descritti, infatti, emerge chiaramente l’importanza attribuita da un operatore *low cost* quale Firefly alla vendita di servizi accessori, con l’evidente finalità di compensare i ridotti prezzi del servizio di noleggio puro attraverso i

marginari realizzati proprio dalla vendita di servizi aggiuntivi (cfr. *supra par 15 e ss*).

51. Si tratta di una strategia commerciale che il professionista veicola alla propria rete commerciale attraverso circolari nelle quali esprime manifestamente il principio secondo cui al cliente bisogna sempre proporre un'offerta di servizi accessori. Coerentemente con tale strategia commerciale, la retribuzione degli operatori della rete vendita è, tra le altre cose, correlata proprio alla vendita di tali servizi accessori.

52. Rileva altresì la consapevolezza, in capo al professionista, del fatto che i consumatori abbiano l'esigenza di disporre pienamente dell'intero *plafond* della propria carta di credito, al punto da ritenere "incentivante per la vendita" un prodotto accessorio che annulli la responsabilità del cliente e, di conseguenza, la sua franchigia e il connesso deposito cauzionale.

53. In conclusione la condotta del professionista appare scorretta proprio in quanto non corrisponde alla diligenza attesa in una fase delicata del rapporto di consumo, quello in cui il professionista deve consegnare al consumatore l'autovettura noleggiata e assicurarsi solo della corretta custodia e prudente utilizzo dell'autovettura data a noleggio attraverso, fra l'altro, la garanzia della carta di credito. Infatti, questi sfrutta tale particolare posizione di supremazia e asimmetria per vendere prodotti accessori, presentati per limitare la responsabilità in caso di pericoli e danni, proprio grazie alla possibilità di ridurre l'elevato deposito cauzionale richiesto, condotta finalizzata ad un'evidente finalità commerciale che travalica la custodia e verifica dell'integrità dell'autovettura noleggiata.

In tal senso, e per i motivi sopra indicati, la prima condotta risulta aggressiva ai sensi degli art. 24 e 25 del Codice del Consumo.

54. Inoltre, la condotta appare contraria alla diligenza professionale, ai sensi dell'art. 20, comma 2, del Codice del Consumo in quanto la medesima consiste nello sfruttare la disponibilità della carta di credito data in garanzia dai consumatori al momento del prelevamento dell'autovettura.

55. Risulterebbe infine, in base agli elementi istruttori acquisiti, che la suddetta pratica sia stata posta in essere da Hertz Italiana S.r.l. almeno a decorrere dal luglio 2014²³ e che la medesima è tuttora in corso.

56. Quanto alla condotta *sub* (ii), la medesima è suscettibile di integrare una violazione degli articoli 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto non appare rispondere allo *standard* di diligenza richiesto nel settore in cui la società opera; in particolare, la pratica risulta aggressiva nella misura in cui il

²³ In tal senso cfr. doc. 1 agli atti del fascicolo.

professionista pare sfruttare a proprio favore le specifiche circostanze di riconsegna dell'autovettura (ossia, in orari notturni). Più in particolare, la procedura di gestione danni adottata sperimentalmente dal professionista non ha consentito un confronto in contraddittorio col consumatore in merito alla stima di eventuali danni arrecati all'autovettura noleggiata.

57. Inoltre, la pratica è ingannevole nella misura in cui, sul sito *web* del professionista, sono omesse le informazioni relative alle procedure di gestione dei danni presso le citate stazioni di Palermo, Catania e Napoli e, più in generale, circa le modalità normali di gestione dei danni. In particolare, il consumatore viene informato dei criteri seguiti dal professionista solamente al momento del ritiro del veicolo.

58. Risulterebbe infine, in base agli elementi istruttori acquisiti, che la suddetta pratica sia stata posta in essere da Hertz Italiana S.r.l. per un periodo limitato a circa tre mesi a decorrere da ottobre 2015 (cfr. *supra*, par. 35).

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

59. Ai sensi dell'articolo 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.

60. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

61. Con riguardo alla gravità delle violazioni *sub* (i) e (ii) rileva la dimensione del professionista, il gruppo Hertz, *player* di assoluto rilievo nel mercato globale del noleggio a breve termine. In particolare, Hertz Italiana S.r.l. ha realizzato, nel corso dell'esercizio 2015, un fatturato pari a 274 milioni di euro.

62. Ai fini della valutazione della gravità della condotta *sub* (i) posta in essere da Hertz Italiana S.r.l. deve rilevarsi la sua capacità di incidere sensibilmente sulle scelte economiche del consumatore al momento del ritiro dell'autovettura nella misura in cui condiziona indebitamente il medesimo

all'acquisto di un prodotto accessorio al servizio di noleggio, sfruttando la situazione di asimmetria ed oggettiva debolezza nella quale si trova il consumatore che ha già dato la propria carta di credito a garanzia del noleggio stesso.

Inoltre, rileva l'idoneità a raggiungere un numero considerevole di consumatori, in ragione appunto della sua potenziale applicazione a tutti i clienti del professionista.

63. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta *sub* (i) è stata posta in essere per lo meno a partire dal luglio 2014 e che la medesima è tuttora in corso.

64. Sulla base di tali elementi, con riferimento alla pratica *sub* (i) si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Hertz Italiana S.r.l., nell'importo base di 2.000.000 € (duemilioni euro).

65. Va tuttavia considerato il fatto che il professionista abbia ridotto l'ammontare della riserva a far data dall'8 novembre 2016 nonché il fatto che abbia voluto attuare alcune misure volte a rendere più complete le informazioni disponibili sul sito *web* del professionista in merito all'importo del deposito cauzionale.

Inoltre, deve considerarsi il fatto che Hertz Italiana S.r.l. ha realizzato perdite d'esercizio negli ultimi tre esercizi commerciali.

Sulla base di tali elementi, con riferimento alla pratica *sub* (i) si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Hertz Italiana S.r.l. nella misura di 1.500.000 € (un milionecinquecentomila euro).

66. Quanto alla pratica *sub* (ii), sempre con riguardo alla gravità della violazione si richiamano gli argomenti precedenti in merito alla dimensione del professionista.

Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta *sub* (ii) è stata posta in essere per un periodo limitato a circa tre mesi a decorrere da ottobre 2015.

67. Sulla base di tali elementi, con riferimento alla pratica *sub* (ii) si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Hertz Italiana S.r.l., nell'importo base di 150.000 € (centocinquantamila euro).

68. Va tuttavia considerato il fatto che il professionista ha realizzato perdite d'esercizio negli ultimi tre esercizi commerciali.

Sulla base di tali elementi, con riferimento alla pratica *sub* (ii) si ritiene di

determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Hertz Italiana S.r.l. nella misura di 120.000 € (centoventimila euro)

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* (i) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea ad incidere sensibilmente sulle decisioni economiche del consumatore, inducendolo all'acquisto di un prodotto accessorio al servizio principale di noleggio;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub* (ii) risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale, idonea ad ingannare il consumatore - nella misura in cui sono state omesse informazioni relative alle modalità normali di gestione dei danni – nonché aggressiva nella misura in cui il professionista non ha consentito un confronto in contraddittorio col consumatore in merito alla stima di eventuali danni nei casi di auto riconsegnata in orari notturni;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento come pratica *sub* (i), posta in essere dalla società Hertz Italiana S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento come pratica *sub* (ii), posta in essere dalla società Hertz Italiana S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) con riferimento alla pratica *sub* (i), di irrogare alla società Hertz Italiana S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 1.500.000 € (un milionecinquecentomila euro);

d) con riferimento alla pratica *sub* (ii), di irrogare alla società Hertz Italiana S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 120.000 € (centoventimila euro);

e) che i professionisti comunichino all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alle diffide di cui ai punti a) e b).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell’adempimento, ai sensi dell’articolo 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'articolo 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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