



# *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 giugno 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la Parte III, Titolo III, Capo I, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 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 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11263 del 20 maggio 2019, volto a verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 24, 25, lettera *d*), 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), 54, comma 1, lettera *b*), e 56, comma 1, del Codice del Consumo, poste in essere dalla società Tiger Group S.r.l.;

CONSIDERATO quanto segue:

## **I. FATTO**

1. Secondo le segnalazioni pervenute in Autorità a partire dal mese di maggio 2017 e sulla base di informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, la Parte avrebbe posto in essere,

nell'offerta di prodotti *on line* per il tramite del sito <https://www.tigershop.it>, condotte che potrebbero comportare violazioni sia in termini di pratiche commerciali scorrette (PCS) sia con riferimento ai diritti dei consumatori nei contratti (CRD), e nello specifico:

- a) problematiche nella consegna dei prodotti acquistati *online* (mancata consegna e/o prodotti con caratteristiche difformi da quelli ordinati);
- b) informazioni non veritiere in materia di garanzia legale di conformità sul sito Internet del professionista;
- c) frapposizione di ostacoli all'esercizio di taluni diritti contrattuali da parte dei consumatori, quali, ad es., la sottoposizione ad accettazione nei casi di esercizio del diritto di recesso da parte dei consumatori;
- d) assenza del *link* alla piattaforma di risoluzione extragiudiziale delle controversie (ODR).

2. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 20 maggio 2019, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11263, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di violazioni degli artt. 24, 25 lettera *d*), 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), 54, comma 1, lettera *b*), e 56, comma 1, del Codice del Consumo.

3. Parte del procedimento, in qualità di professionista, è la società Tiger Group S.r.l..

4. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la Parte è stata invitata, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine della valutazione dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

## **II. MEMORIE DELLE PARTI**

5. In data 28 maggio 2019 il professionista ha trasmesso all'Autorità una memoria difensiva al fine di fornire elementi di valutazione rispetto alla sospensione provvisoria dell'attività ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo. Contestualmente, la Parte ha fornito le informazioni richieste in sede di avvio di istruttoria.

6. Dopo aver evidenziato che gran parte delle problematiche riscontrate dai segnalanti nel procedimento in oggetto sarebbero derivate dal rapporto di collaborazione con soggetti terzi (*in primis* i corrieri), il professionista ha

sottolineato come al verificarsi di episodi quali lo smarrimento *in itinere* del prodotto ordinato *online*, la Parte provveda in ogni caso al rimborso delle somme pagate dai consumatori. Analogamente, a fronte della diversa fattispecie nella quale viene consegnato un prodotto differente da quello indicato dal cliente Tiger Shop afferma di provvedere “*all’immediato ritiro (ovviamente gratuito) e alla sostituzione con il bene effettivamente richiesto*”.

7. Quanto alle asserite omissioni degli obblighi informativi di cui al sito *web* del professionista (*cf. supra*, §§ 1.b, 1.c e 1.d), Tiger Shop osserva: i) di aver provveduto all’aggiornamento del sito in modo che sia del tutto evidente che la garanzia legale di conformità si estenda, a tutti i prodotti, per un periodo di 24 mesi; ii) quanto all’esercizio del diritto di recesso sottoposto ad accettazione da parte del professionista, che prima di procedere alla richiesta formulata dal cliente la società “*deve necessariamente e preliminarmente verificare il rispetto delle condizioni atte ad esercitare il diritto, fra tutte se il cliente è nei termini per effettuare il reso, ovvero scongiurare eventuali truffe*” (ad es., manomissioni *software*, ecc.); iii) che sul sito *web* del professionista sarebbe presente il *link* concernente la risoluzione extragiudiziale delle controversie (c.d. ODR).

8. Infine, la Parte ha fornito alcuni dati relativamente alla richiesta di informazioni formulata nella Comunicazione di Avvio. In particolare, quanto al numero degli ordini ricevuti attraverso il sito internet nel periodo che va dal 1° gennaio 2018 al 30 aprile 2019, la Parte ha rilevato di affidarsi ai dati forniti dal corriere, in quanto il proprio *database* non conterrebbe i medesimi dal momento che la loro conservazione influirebbe negativamente sulla funzionalità del *server*.

Analogamente, con riferimento ai dati relativi al numero delle richieste di avvalersi del diritto di recesso ricevute nello stesso periodo, la Parte si è limitata a dire che si tratta di un dato che la stessa non ha mai contabilizzato. Analoghe considerazioni sono state espresse dalla Parte con riferimento al numero degli ordini annullati dal professionista (definito “*dato caotico e non importante per noi*”) ovvero in relazione al numero dei rimborsi effettuati dal professionista nel medesimo arco temporale (dato non preciso essendo conteggiato “*manualmente*”).

### III. VALUTAZIONI

9. Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistente *prima facie* la violazione degli artt. 24, 25, lettera *d*), 49, comma 1, lettere *h*) e *v*), 54 comma 1, lettera *b*), e 56, comma 1, del Codice del Consumo, in particolare avuto riguardo alla condotta che si sostanzia nella mancata consegna dei prodotti ordinati e pagati (ovvero nella consegna di prodotti con caratteristiche difformi da quelli ordinati) e nel mancato rimborso ai consumatori allorquando gli stessi, a seguito di una serie di solleciti e di reclami, procedono all'annullamento dell'ordine. Invero, potrebbe trattarsi di condotte ostruzionistiche del tutto illegittime e aventi l'effetto di limitare in modo rilevante l'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori.

10. Inoltre, sempre da quanto emerge dalle segnalazioni, il comportamento del professionista è connotato da una particolare gravità e scorrettezza stante il fatto che il medesimo percepisce immediatamente, già al momento in cui il consumatore effettua l'ordine, l'importo da pagare, ancor prima di effettuare la spedizione del prodotto e, di conseguenza, anche in quei casi in cui il prodotto non risulta in seguito disponibile o la cui reperibilità richiede un notevole lasso di tempo. In tali casi, pertanto, il professionista si avvantaggerebbe e lucrerebbe sull'immediata disponibilità dell'importo pagato dal consumatore riversando su quest'ultimo il rischio della mancata disponibilità del bene.

11. In tale contesto, assai evasive e generiche appaiono le repliche della Parte alle segnalazioni riferite nella Comunicazione di Avvio, limitandosi Tiger Shop a riferire di un'asserita "*meticolosità*" nel predisporre i propri pacchi da spedire, ovvero attribuendo apoditticamente a soggetti terzi (corriere *in primis*) la responsabilità delle criticità segnalate dai consumatori. Nessun elemento viene invece evidenziato, da parte del professionista, in merito alla correttezza del proprio operato né, tantomeno, alcuna prova viene fornita in merito alla risoluzione, da parte dello stesso professionista, delle criticità segnalate.

12. Parimenti giova rilevare il *deficit* organizzativo che appare connotare l'attività della Parte, il quale emerge con evidenza laddove la medesima Tiger Shop, nel fornire i dati richiesti nella comunicazione di avvio, peraltro relativi a variabili assai significative nel rapporto con i consumatori, ha evidenziato che in alcuni casi tali dati relativi agli ordini ricevuti sarebbero stati soppressi dal proprio *database*, essendo stato necessario reperirli

attraverso il corriere espresso; analogamente, Tiger Shop non avrebbe mai raccolto il dato relativo al numero di reclami e recessi, né quello relativo al numero di ordini annullati dal professionista (che la Parte definisce “*caotico e non importante*”); con riferimento al dato relativo ai rimborsi effettuati, definito “*importante*” dalla Parte, il medesimo sarebbe, tuttavia, “*conteggiat[o] manualmente*”, con la conseguenza che lo stesso potrebbe essere soggetto ad un certo margine di errore.

**13.** In questo contesto giova altresì rilevare l’indeterminatezza delle argomentazioni sollevate dalla Parte laddove riferisce della presunta, asserita prassi di rimborsare i propri clienti nell’ipotesi di smarrimento di un prodotto *in itinere* ovvero a fronte di un’istanza di recesso. In particolare, la documentazione allegata, piuttosto che fornire prova inequivocabile di tale prassi, di fatto si limita a mostrare qualche evidenza di sporadici episodi risolti dalla Parte in modo favorevole ai clienti.

**14.** Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che le condotte sopra descritte sono caratterizzate da un elevato grado di offensività in quanto il sito *www.tigershop.it* è ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento nonché in considerazione della crescita esponenziale delle vendite *on-line* e delle caratteristiche dell’offerta pubblicizzata dai professionisti (tra gli altri, prodotti di informatica e telefonia), a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero acquistare i prodotti, pagarne il prezzo, non ricevere la merce e non riuscire a vedersi restituiti gli importi pagati.

**15.** Alla luce di tutto quanto sopra esposto, tenuto conto dell’attualità delle condotte descritte, il sito *Internet* in esame risulta idoneo, nelle more del procedimento, a indurre i visitatori dello stesso ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di effettuare acquisti nella convinzione di ricevere in breve tempo i prodotti acquistati, con la conseguenza di pagare un importo per prodotti che potrebbero non essere consegnati e per i quali risulta particolarmente difficile e complessa la restituzione delle somme pagate.

RITENUTO, pertanto, che dall’esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le pratiche commerciali sopra descritte continuino a essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

## DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società Tiger Group S.r.l.:

a) sospenda provvisoriamente ogni attività diretta alla commercializzazione e alla vendita di prodotti non disponibili o comunque non realmente pronti per la consegna;

b) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro 10 giorni dal ricevimento del presente provvedimento, inviando una relazione dettagliata nella quale vengano illustrate le misure adottate.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione 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'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura dei professionisti e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*