



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 ottobre 2019;

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 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 3 aprile 2019, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Vantage Group S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 17 luglio 2019, 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. Vantage Group S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. Tale società esercita, tra l’altro, attività d’intermediazione per l’acquisto di veicoli e vendita di spazi pubblicitari su questi ultimi.

2. AECI e ADUC – associazioni di consumatori in qualità di segnalanti.

3. CODACONS, CODICI ONLUS e Konsumer Italia in qualità di associazioni di consumatori intervenienti nel procedimento.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

4. Il procedimento concerne due distinte violazioni del Codice del Consumo, poste in essere dalla Società Vantage Group S.r.l. (nel prosieguo “Vantage Group”, “la Società” o “il Professionista”), in relazione all’offerta commerciale denominata “*My Car No Cost*”: la prima, concernente le modalità di pubblicizzazione della medesima offerta e la seconda, relativa al mancato mantenimento degli impegni assunti e all’imposizione di ostacoli all’esercizio dei diritti nella fase esecutiva del rapporto.

A) Modalità di pubblicizzazione dell’offerta commerciale

5. Vantage Group reclamizza la predetta offerta commerciale “*My Car No Cost*” enfatizzando, attraverso una serie di suggestivi messaggi, la possibilità di acquistare un’auto “a costo zero” (o fortemente ridotto), a fronte, tuttavia, della corresponsione di elevati importi al fine di aderire all’offerta (*fee* d’ingresso variabili a partire da circa €6.600) e dello svolgimento di attività pubblicitaria per un periodo di cinque anni. Il Professionista, infatti, promette il progressivo abbattimento dell’investimento sostenuto dagli aderenti, impegnandosi a corrispondere a questi ultimi, per sessanta mesi, un compenso mensile a titolo di remunerazione per la prestazione di un servizio pubblicitario sulle autovetture, presentato come tale da coprire integralmente (o quantomeno abbattere sensibilmente) il costo totale sostenuto e/o le rate del finanziamento stipulato per l’acquisto dell’autovettura, comprensivo dei suddetti esborsi iniziali a carico dei consumatori.

B) Problematiche attinenti alla fase esecutiva del rapporto

6. Le condotte poste in essere dal Professionista nella fase esecutiva del rapporto contrattuale riguardano:

- l’improvvisa cessazione della corresponsione dei rimborsi pattuiti da parte del Professionista, a partire dal mese di luglio 2018, in assenza di motivazioni

convincenti, nonché la mancata prestazione del servizio di “*wrapping*”, pur indicato dal professionista come necessario per lo svolgimento dell’attività promozionale da parte degli aderenti e, pertanto, elemento essenziale del contratto;

- il mancato riscontro alla richiesta del consumatore di risoluzione *ope legis* del contratto (previa diffida ad adempiere) conseguente al presunto inadempimento del Professionista, nonché la mancata attivazione delle vantate garanzie fideiussorie o obbligazionarie;

- la contestazione dell’inadempimento e la dichiarazione della volontà di avvalersi della clausola risolutiva espressa nei confronti di circa 3.500 consumatori, con motivazioni che appaiono pretestuose (mancato utilizzo dell’ultima versione dell’*app* indicata come necessaria per l’attività di statistica o presunti comportamenti sconvenienti e dannosi all’immagine del Professionista).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L’iter del procedimento

7. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 3 aprile 2019, è stato avviato nei confronti del Professionista il procedimento istruttorio PS11279, per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, 22, 23, lettera *p)*, 24 e 25 del Codice del Consumo.

In tale sede, in primo luogo, veniva rilevata la possibile ingannevolezza delle modalità di pubblicizzazione ed esaltazione dei presunti vantaggi dell’offerta “*My Car No Cost*”, per la sua ambiguità e idoneità ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, con riguardo tanto all’acquisto dell’automobile, quanto al sostenimento dei costi iniziali per l’adesione al programma. In secondo luogo, veniva ipotizzato che lo schema su cui si basa l’offerta del professionista potesse presentare elementi di piramidalità ai sensi dell’art. 23, lettera *p)*, del Codice del Consumo.

Infine, le condotte afferenti alla fase esecutiva del contratto apparivano caratterizzate da profili di aggressività, *ex artt.* 24 e 25 del Codice del Consumo, con specifico riguardo al mancato pagamento dei rimborsi agli aderenti, all’ostacolo all’esercizio dei diritti contrattuali del consumatore, nonché alla risoluzione del vincolo contrattuale a seguito di presunte

violazioni da parte dei consumatori.

8. In data 3 aprile 2019, l’Autorità ha deliberato di autorizzare ispezioni nei confronti sia del Professionista, sia di alcuni concessionari automobilistici. Gli accertamenti ispettivi si sono svolti in data 11 e 12 aprile 2019, presso la sede di Vantage Group e delle concessionarie (segnatamente Concessionaria Fiori, Roscini Veicoli Industriali e Autocentro Olgiata, con sede ed attività a Roma; Shift, con sede ed attività a Lecce; Automotive Center, con sede ed attività a Terni; Liberti Auto, con sede ed attività a Fabriano).

9. In data 2 maggio, Vantage Group ha fatto pervenire la propria memoria difensiva, integrandola successivamente in data 4 luglio 2019.

10. In data 21 giugno 2019, è stata accolta l’istanza di partecipazione al procedimento delle associazioni CODACONS, CODICI ONLUS e Konsumer Italia, dandone contestualmente comunicazione alle Parti.

11. In data 18 luglio 2019, è stata comunicata alle Parti la proroga di 60 giorni del termine di scadenza del procedimento, deliberata il 17 luglio 2019.

12. In data 23 agosto 2019, è stata inviata alle Parti, ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento, la Comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria, fissato per il 12 settembre 2019.

13. In data 13 settembre 2019, Vantage Group ha fatto pervenire la propria memoria conclusiva.

14. In data 17 settembre 2019, poiché la condotta in questione è stata posta in essere, tra l’altro, tramite il sito *internet* del Professionista, si è richiesto all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento.

2) *Le evidenze acquisite*

15. L’attività istruttoria ed ispettiva svolta a riscontro e integrazione delle segnalazioni ricevute ha consentito di delineare compiutamente i caratteri salienti e i profili di criticità della pratica oggetto del presente procedimento.

a) Funzionamento dell’offerta commerciale

16. Come in parte anticipato, il Professionista pubblicizza sul proprio sito *web* (<http://no-cost.info/>)¹ l’offerta commerciale denominata “*My Car No Cost*” mediante una serie di *claim* suggestivi che prospettano ai consumatori la

¹ Le pagine più rilevanti del sito sono state acquisite al fascicolo del procedimento in oggetto con verbale del 3 aprile 2019.

possibilità di acquistare automobili “*a costo zero*” (o fortemente ridotto) attraverso l’abbattimento pressoché totale della relativa rata di finanziamento (“*Acquistare la tua nuova auto con No-Cost è semplice, veloce e conveniente*”, “*No-Cost è innovazione e tendenza, un nuovo modo di acquistare la tua auto a COSTO ZERO Acquistare la tua nuova auto oggi non è più un problema con No-Cost. Risparmia la rata della tua auto per dare più tempo alle tue passioni*”, “*Acquista la tua nuova auto con No-Cost, alle rate ci pensiamo Noi*”), fornendo una sintetica esposizione del vantaggio essenziale promesso, ossia la corresponsione di un compenso mensile di importo equivalente (o quasi) a quello della predetta rata.

17. Più precisamente, Vantage Group si impegna a corrispondere agli aderenti, per 60 mesi, un compenso mensile dell’ammontare fisso di €340 (€290 per il rimborso della rata mensile del finanziamento per l’acquisto dell’auto e €50 a titolo di rimborso mensile forfettario per le spese di carburante, cui si aggiunge un rimborso variabile del premio relativo all’assicurazione RCA, calcolato in base alla classe di merito), a titolo di remunerazione per la prestazione di un servizio pubblicitario sulle autovetture (c.d. *carvertising*, ossia *car advertising*) attuato tramite l’applicazione di pellicole (c.d. *wrapping*) sulle portiere. Il suddetto rimborso mensile viene presentato come tale da coprire integralmente (o quantomeno abbattere sensibilmente) il costo totale sostenuto e/o le rate del finanziamento stipulato per l’eventuale acquisto dell’autovettura.

18. Per l’adesione alla predetta offerta “*My Car No Cost*” e per lo svolgimento della suddetta attività pubblicitaria, ciascun membro (c.d. *driver*) è tenuto al versamento di un anticipo di €1.070 (di cui €350 per spese di istruttoria ed €720 per il c. d. “*Pacchetto Easy*”, comprendente la prestazione di una serie di servizi per l’intera durata del contratto, quali rimozione e lucidatura della vettura alla fine dei 60 mesi, prenotazione tagliandi, prenotazione carrozzeria, prenotazione sostituzione gomme con una scontistica riservata).

19. Per ottenere il rimborso mensile da parte di Vantage Group, poi, onere essenziale a carico dell’aderente è altresì l’acquisto del pacchetto di servizi “*wrapping*” (comprensivo dell’applicazione sull’auto di una pellicola raffigurante il messaggio pubblicitario e della sostituzione della stessa con cadenza mensile o in caso di danneggiamento, da parte dei centri autorizzati *No-Cost*), corrispondendo al Professionista una somma che è variata nel tempo da circa €5.500 (normalmente inclusi nell’importo totale del finanziamento,

unitamente al prezzo dell'automobile)² a € 12.000, scaglionati in 60 rate mensili da €200³. Conseguentemente, il *driver* si impegna a circolare il più possibile con la vettura allestita con la predetta pellicola e a postarne due volte a settimana sul proprio profilo *Facebook* quattro foto scattate in luoghi pubblici diversi.

Acquisto <u>senza</u> No-Cost		Acquisto <u>con</u> No-Cost	
Importo auto (IVA inclusa)	€10.000	Importo auto + Wrapping (€5.500) (IVA inclusa)	€15.500
Rata Mensile (finanziata in 60 mesi)	€260	Rata Mensile (finanziata in 60 mesi)	€314
Assicurazione R.C.A. (esempio premio R.C.A. annuale di €480)	€40		
Costo carburante (spesa mensile minima carburante)	€50		
COSTO MENSILE TOTALE:	€350	RIMBORSI MENSILI NO-COST:	
		Rimborso base	€290
		Rimborso R.C.A. (fino al massimale mensile di €100 in base alla classe di merito)	€40
		Rimborso carburante	€50
		RIMBORSO MENSILE TOTALE:	€380
		RIMBORSO COMPLESSIVO: (€290 + €40 + €50) X 60 mesi	€22.800
COSTO COMPLESSIVO: (€260 + €40 + €50) X 60 mesi	€21.000	COSTO COMPLESSIVO:	ZERO

b) I moduli contrattuali

20. Lo schema delineato viene attuato in concreto, oltre che attraverso la stipula, da parte dell'aderente, di specifici contratti con il Professionista, anche con l'acquisto dell'autovettura presso un concessionario e la sottoscrizione di un contratto di prestito finalizzato con una società finanziaria. In primo luogo, il consumatore sottoscrive con Vantage Group un "contratto di acquisto"⁴ di durata quinquennale, avente ad oggetto "la fornitura di servizi statistici per la Società, al fine di sviluppare le attività di impresa", ossia l'atto negoziale contenente l'accordo quadro tra le due parti e la disciplina dei rispettivi impegni economici più rilevanti: oltre a versare le anzidette somme, il consumatore (indicato come "incaricato" o "*driver*") si impegna ad acquistare la vettura scelta, necessaria per prestare i servizi statistici, e a sottoscrivere la richiesta di finanziamento per l'acquisto dell'auto, che viene così ordinata.

² Cfr., ad esempio, doc. 1347 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

³ Cfr. doc. 268 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁴ Cfr., ad esempio, il predetto doc. 1347 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

21. Inoltre, per espressa previsione dell'art. 6 di tale contratto, il *driver* si obbliga a sottoscrivere, sempre con Vantage Group, una “*Lettera d’Incarico IVD alla Vendita a Domicilio*”⁵, avente ad oggetto “*l’attività di promozione e propaganda dei servizi/prodotti commercializzati dalla società*”, ritenuta dal professionista presupposto essenziale per lo svolgimento dell’attività. Tale lettera d’incarico, della durata di un anno e tacitamente rinnovabile, consente all’incaricato di fruire del sito *web* di Vantage Group e di non meglio precisati servizi connessi per svolgere la propria attività promozionale, a fronte del pagamento di un canone semestrale di €35+IVA.

c) Attività pubblicitaria dei driver e remunerazione

22. Le risultanze ispettive non hanno consentito di reperire evidenze oggettive e convincenti in merito alla concreta prestazione dei servizi pubblicitari cui, sulla base della documentazione promozionale e contrattuale, dovrebbe essere finalizzata l’attività tanto del Professionista quanto dei cc. dd. “*driver*”. Infatti, a fronte delle presentazioni del sistema promozionale *No-cost* concepite per i potenziali clienti interessati a farsi pubblicità⁶ e dei modelli contrattuali all’uopo predisposti⁷, in sede ispettiva non è stato reperito alcun contratto (o atto precontrattuale) sottoscritto, né (*a fortiori*) alcuna documentazione di ricavi riferibili a tale asserita attività promozionale, salvo una fattura oggetto di scambio di *e-mail* tra Vantage Group, destinatario, e un concessionario auto che si è fatto carico del pagamento⁸. Da un *file* contenente le vendite alla data dell’11 aprile 2019⁹, a fronte della vendita di oltre 3.400 pacchetti *wrapping* su auto acquistate o (in misura marginale) noleggiate dai *driver*, risultano essere stati venduti complessivamente solo 99 pacchetti di pubblicità/sponsorizzazione su vettura, di valore compreso tra €500 e €2.400, a imprese operanti in ambito locale. Di questi, ben 18 risultano acquistati da concessionari che hanno venduto auto ai *driver*.

23. Una scarsa redditività, del resto, deriva al professionista dal meccanismo di affiliazione delle concessionarie auto, che comporta a carico di queste ultime, oltre al pagamento di una quota iniziale, l’obbligo di acquistare spazi pubblicitari su ciascuna delle auto vendute¹⁰.

⁵ Cfr., ad esempio, doc. 1346 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁶ Ad esempio docc. 51, 52, 1348-1354 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁷ Doc. 267 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁸ Docc. 97, 98, 99 e 101 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁹ Doc. 249 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹⁰ Cfr. docc. 77 e 78 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

24. Quanto ai costi, Vantage Group riconosce ai Punti Pit Stop affiliati (ossia le carrozzerie, le officine e gli altri soggetti deputati all'applicazione delle pellicole pubblicitarie) l'importo di €100 + IVA per il primo allestimento *wrapping* e €15 + IVA per la sostituzione dello stesso su ciascuno dei quattro lati dell'autovettura. Oltretutto, lo stesso Punto Pit Stop, per erogare tale servizio, è tenuto a versare al Professionista €45 + IVA per l'acquisto del relativo *kit* e €25 euro + IVA mensili per l'utilizzo dello strumento *web* denominato "*Back Office*"¹¹.

25. In aggiunta a quanto sopra illustrato, si rileva che (come di seguito meglio puntualizzato) la quasi totalità delle segnalazioni presenti nel fascicolo istruttorio lamenta proprio la mancata sostituzione del *wrapping* con cadenza mensile, con un conseguente risparmio per il Professionista. A conferma di ciò, si consideri che il Professionista ha richiesto al concessionario Automotive Center di Terni il pagamento di una fattura di €336.000 per la mancata rimozione delle pellicole (che sarebbe spettata a Vantage Group) e il conseguente prolungamento dell'originario allestimento pubblicitario per svariati mesi¹².

26. Sempre sotto il profilo dei costi e della sostenibilità del sistema, vengono in rilievo le garanzie prospettate nella fase precontrattuale ad asserita tutela degli aderenti che, a seconda del periodo di conclusione del contratto, potevano scegliere di versare una somma di €380 per una "*polizza*" emessa dal Consorzio Confidi Centro Italia (riportante come contraente Vantage Group e come beneficiario il singolo *driver*)¹³ o di €480 per il rilascio di un'obbligazione bancaria a garanzia dei rimborsi spettanti per l'intera durata (5 anni) del contratto. Tuttavia, quanto alla garanzia offerta dal Consorzio Confidi Centro Italia, nell'ambito degli accertamenti ispettivi è stata reperita una comunicazione inviata da quest'ultimo a Vantage Group in data 23 marzo 2017¹⁴, nella quale vengono precisati i limiti di operatività della copertura di matrice mutualistica, incompatibili con l'esposizione derivante dalla sottoscrizione di un elevato numero di contratti. Quanto al "*diritto di opzione totale pari a €50.000.000,00 a nome di Vantage Group S.r.l. per l'obbligazione emessa dall'istituto di credito internazionale HSBC BANK attraverso l'intermediario finanziario Moneri Private Limited*" offerto come successiva forma di garanzia dal Professionista, in sede ispettiva è stato rinvenuto un *fac simile* di tale obbligazione bancaria che questi di volta in

¹¹ Doc. 79 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹² Doc. 55 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹³ Si vedano in proposito le informazioni acquisite al fascicolo istruttorio, prot. n. 55258 del 9 agosto 2019.

¹⁴ Doc. 165 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

volta invia ai richiedenti inserendone i dati¹⁵; del pari, sono stati reperiti l'*e-mail* di una *driver*¹⁶ e gli *screenshot* di un *post* di un altro *driver*¹⁷, relativi alla conferma ufficiale da parte di HSBC Bank dell'assenza di rapporti tanto con Vantage Group quanto con Moneri Private Limited, nonché l'*e-mail* di risposta della stessa banca del 20 marzo 2019, del medesimo tenore, ad un ulteriore *driver*¹⁸. Inoltre, lo stesso Professionista ha ammesso, in una comunicazione interna del 28 giugno 2018, di non aver emesso le fidejussioni a 592 *driver*, nonostante questi avessero corrisposto la quota di €380¹⁹.

d) I ricavi e i rimborsi dell'offerta "My Car No Cost"

27. Nel corso dell'ispezione sono stati acquisiti documenti dai quali emerge il numero degli aderenti per ciascun anno (suddivisi tra incaricati e *driver*). Specificamente, nel 2015 hanno aderito circa 800 consumatori, nel 2016 circa 870, nel 2017 circa 1.860, nel 2018 circa 1.000 e, infine, 200 nel 2019 (fino ad aprile); il numero complessivo degli aderenti all'offerta risulta, ad aprile 2019, pari a circa 4.600²⁰.

Moltiplicando il totale degli aderenti (4.600) per l'importo di €6.570 (ossia l'ammontare, comprensivo di IVA, dei costi d'ingresso più bassi tra quelli che risultano essere applicati per spese di apertura pratica e acquisto dei pacchetti *Easy* e *Wrapping*), si ottiene il considerevole importo di circa 25 milioni di euro nel periodo considerato, che appare una ragionevole stima dei ricavi del professionista.

28. Con riferimento ai dati di bilancio disponibili, Vantage Group registra nell'anno 2016 ricavi pari a circa 3 milioni di euro (derivanti presumibilmente dalle *fee* d'ingresso dei circa 870 *driver*) e nell'anno 2017 ricavi pari a € 9.632.988, derivanti principalmente dall'ingresso di circa 1.860 nuovi aderenti.

Con riferimento ai costi per servizi evidenziati nel bilancio 2017, pari a € 8.939.828, essi derivano presumibilmente dai rimborsi da corrispondere ai *driver* che avevano aderito nel corso dell'anno²¹ e in quelli precedenti, pari

¹⁵ Doc. 129 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹⁶ Doc. 127 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹⁷ Docc. 257 e 258 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹⁸ Doc. 150 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

¹⁹ Doc. 43 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

²⁰ Dato desumibile dai docc. 276 e 277 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

²¹ Per questi si stima il rimborso di soli sei mesi.

appunto a circa 2.500²².

e) Criticità nella fase esecutiva del rapporto

29. Dalle risultanze istruttorie emergono ulteriori condotte poste in essere dal Professionista nella fase esecutiva del rapporto contrattuale:

- l'improvvisa cessazione della corresponsione dei rimborsi ai *driver* a partire dal mese di luglio 2018, in assenza di motivazioni convincenti, nonché la mancata prestazione del servizio di "*wrapping*", pur indicato come necessario per lo svolgimento dell'attività promozionale da parte degli incaricati e, pertanto, elemento essenziale del contratto;
- il mancato riscontro alla richiesta dei consumatori di risoluzione *ope legis* del contratto (previa diffida ad adempiere), nonché la mancata attivazione delle vantate garanzie fideiussorie o obbligatorie;
- la contestazione dell'inadempimento o la manifestazione della volontà di avvalersi della clausola risolutiva espressa (*ex artt. 3 della lettera di incarico alle vendite e 22 del contratto di acquisto*) nei confronti di numerosi *driver*, con motivazioni che appaiono pretestuose, come il fatto che non avrebbero utilizzato l'ultima versione dell'*app* indicata come necessaria per l'attività di statistica (incorrendo nella violazione della clausola contrattuale che impone l'uso degli strumenti posti a disposizione dalla società) o che l'incaricato avrebbe assunto "*comportamenti tali da risultare sconvenienti e dannosi all'immagine del logo e dei brand delle partnership della Società poste sulla propria autovettura*".

30. In proposito, come accertato in sede ispettiva, Vantage Group ha ricevuto numerose *e-mail* e PEC contenenti reclami, diffide, notifiche di recesso dal contratto, richieste di chiarimenti e quant'altro da parte dei *driver* a seguito della cessazione della corresponsione dei rimborsi mensili, cui il Professionista ha fornito come unico riscontro la volontà di recedere a sua volta dal contratto o sospendere i pagamenti per pretesi inadempimenti o violazioni contrattuali della controparte: in due *file* denominati "*pec driver*"²³ sono elencate rispettivamente ben 1.302 e 283 comunicazioni in tal senso tra le parti, mentre in 5 cartelle denominate "*pratiche scansionate*" sono contenuti oltre 1.000 documenti relativi a siffatte interlocuzioni²⁴. Del pari, sono stati acquisiti esempi di comunicazioni ai *driver* di recesso dal contratto da parte di

²² Dati desumibili dai bilanci allegati alla visura camerale effettuata tramite il servizio Telemaco Infocamere.

²³ Docc. 147 e 196 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

²⁴ Docc. da 346 a 1475 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

Vantage Group per violazioni contrattuali ravvisate nelle opinioni espresse su *social network*²⁵ o nella richiesta alla Moneri Limited di avvalersi della pretesa garanzia obbligazionaria in assenza di inadempimento del Professionista protrattosi per almeno sei mesi²⁶.

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

31. Il Professionista, nelle memorie difensive presentate in data 2 maggio, 4 luglio e 13 settembre 2019, ha replicato alle contestazioni dell’Autorità attraverso i seguenti rilievi:

- l’offerta presente sul sito *web* del Professionista (<http://no-cost.info/>) non sarebbe ingannevole in quanto sufficientemente dettagliata, anche perché la ricostruzione datane nella comunicazione d’avvio del procedimento consentirebbe di percepirne gli elementi essenziali in modo chiaro e comprensibile;
- altrettanto varrebbe per la descrizione della portata delle obbligazioni a carico del Professionista e dell’aderente (relativamente alle quali la comunicazione d’avvio del procedimento riporterebbe in modo chiaro e comprensibile gli elementi economici di uno schema contrattuale), in quanto la pubblicità sul sito e le condizioni generali di contratto individuerebbero chiaramente la causa del contratto nella corresponsione di un importo, con cadenza mensile, come remunerazione dell’attività lavorativa, di natura pubblicitaria, svolta dal *driver*²⁷;
- non sussisterebbero, né sarebbero comprovati, elementi di piramidalità, esclusi dallo scambio tra la diffusione della pubblicità su veicoli e i conseguenti vantaggi economici;
- la costituzione di una flotta di automobili di ingenti proporzioni precederebbe temporalmente e strumentalmente la realizzazione di contratti di diffusione pubblicitaria, in quanto necessaria a porre Vantage Group in posizione di intermediario tra la domanda di servizi promozionali da parte delle imprese e l’offerta di “*pubblicità in movimento*” attraverso i *driver*, garantendo la redditività e la sostenibilità economica del sistema “*My Car No Cost*”;
- al contrario, l’inadempimento da parte del Professionista sarebbe necessaria conseguenza, data la sinallagmaticità del rapporto contrattuale,

²⁵ Ad esempio docc. 663, 682 e 994 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

²⁶ Ad esempio doc. 637 dell’Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

²⁷ Cfr. pagg. 2-4 della memoria difensiva presentata dal Professionista in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635.

dell'impossibilità sopravvenuta ad adempiere da parte dei *driver*, la cui attività pubblicitaria sarebbe *ex abrupto* divenuta illecita per via di un'interpretazione dell'art. 23 del Codice della strada affermatasi nella prassi amministrativa (evento che il Professionista qualifica come circostanza non dominabile e interruttiva del nesso causale tra gli impegni gravanti rispettivamente sullo stesso e sui consumatori). In altre parole, il rischio di irrogazione di sanzioni amministrative avrebbe fatto desistere una non meglio individuata parte dei *driver* dallo svolgimento dell'attività pubblicitaria, ormai illecita: a supporto di tale tesi il Professionista allega alcuni articoli di stampa relativi alla vicenda, tre sentenze di giudici di pace favorevoli ad altrettanti *driver* (rese in data 10 luglio 2018, 17 settembre 2018 e 14 gennaio 2019, per l'annullamento di sanzioni amministrative elevate rispettivamente in data 28 dicembre 2017, 26 gennaio 2018 e 9 giugno 2017) e le ordinanze 17 maggio 2019 e 15 luglio 2019 del Tribunale di Roma, che rigettano il ricorso proposto in sede cautelare da un *driver* sulla base, tra l'altro, dell'illiceità dell'oggetto del contratto;

- non sussisterebbe alcuna condotta aggressiva, essendo libero il consumatore di adire l'autorità giudiziaria ed essendosi il Professionista avvalso legittimamente e correttamente della clausola risolutiva espressa contrattualmente prevista;

- in capo ai *driver* non sussisterebbe lo *status* di consumatore, dal momento che questi non acquisterebbero alcun prodotto, ma presterebbero servizi di natura pubblicitaria, a fronte di un mero rimborso spese, rispetto ai quali l'accessorio "*wrapping*" sarebbe un bene strumentale (e quindi non di consumo);

- l'Autorità avrebbe ritenuto sufficienti le informazioni fornite dalla Società in data 20 ottobre 2017 in risposta alla richiesta di informazioni inviata in data 3 ottobre 2017 nell'ambito del procedimento DS2028.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

32. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite il sito *internet* del Professionista, in data 17 settembre 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

33. Con comunicazione pervenuta in data 17 ottobre 2019, la suddetta Autorità ha trasmesso la delibera n. 410/19/CONS, nella quale ha espresso il parere

richiesto limitando le proprie valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica. In particolare, la suddetta Autorità ha considerato che *“con riferimento al caso di specie, il consumatore, consultato il sito web del professionista, attirato dalla promessa di acquistare una vettura a costo zero con un ulteriore vantaggio in termini di risparmio dei costi per il carburante e dell'assicurazione RC auto, potrebbe essere stato indotto a decisioni commerciali che altrimenti non avrebbe preso”*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

34. Il procedimento ha ad oggetto due distinte violazioni del Codice del Consumo, poste in essere dal Professionista con le modalità finora descritte: a) una prima infrazione concernente le modalità di pubblicizzazione dell'offerta commerciale denominata *“My Car No Cost”*; b) una seconda violazione relativa al mancato mantenimento degli impegni assunti e all'imposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti nella fase esecutiva del rapporto.

Violazione a)

35. La pratica commerciale qui esaminata attiene alla diffusione, attraverso il sito *internet* del professionista (<http://no-cost.info/>), di informazioni ingannevoli in ordine alle modalità di pubblicizzazione ed esaltazione dei presunti vantaggi dell'offerta commerciale *“My Car No Cost”*, nonché alla sua ambiguità su vari aspetti, con particolare riferimento alla possibilità di acquistare un'autovettura *“a costo zero”* (o fortemente ridotto), a fronte dell'iniziale corresponsione di elevate quote d'ingresso da parte dei consumatori.

1) Qualità di consumatori degli aderenti

36. Con riferimento all'applicabilità del Codice del Consumo al caso *de quo*, si rileva preliminarmente che i *claim* pubblicitari contestati sono diffusi genericamente sul predetto sito *web* del Professionista e sono chiaramente rivolti a un pubblico indistinto di consumatori, ai quali si offre la possibilità di

acquistare un' autovettura a condizioni vantaggiose, accentuando volutamente tale aspetto (*"Acquistare la tua nuova auto con No-Cost è semplice, veloce e conveniente"*, *"No-Cost è innovazione e tendenza, un nuovo modo di acquistare la tua auto a COSTO ZERO Acquistare la tua nuova auto oggi non è più un problema con No-Cost. Risparmia la rata della tua auto per dare più tempo alle tue passioni"*, *"Acquista la tua nuova auto con No-Cost, alle rate ci pensiamo Noi"*). Come si evince agevolmente dal tenore dei messaggi pubblicitari, i riferimenti (alquanto generici) allo svolgimento di un'attività pubblicitaria per conto del Professionista²⁸ non sono certo esaltati con la stessa enfasi, bensì contenuti in alcune precisazioni, redatte peraltro con modalità grafiche meno evidenti, fornite di seguito ad alcuni dei predetti messaggi²⁹.

37. Non vi è pertanto alcun dubbio sul fatto che i messaggi promozionali in esame si rivolgano (principalmente, se non esclusivamente) a persone fisiche che agiscono per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta, invitandole ad aderire all'offerta *My Car No Cost* per poter accedere all'acquisto di un autoveicolo *"a costo zero"* (o, quantomeno, fortemente ridotto) piuttosto che per svolgere un'attività economica. In particolare, il destinatario del *claim* pubblicitario e l'eventuale aderente al sistema *"My Car No Cost"*, quantomeno nella fase del primo contatto pubblicitario con il professionista (c.d. aggancio), deve essere considerato un *consumatore* ai sensi dell'art. 18, lettera *a*), Codice del Consumo, anche considerato che *"l'atto di consumo"* si sostanzia nella richiesta della Società di versare a suo favore un'ingente somma di denaro (come detto, un anticipo di €1.070 – di cui €350 per spese di istruttoria e €720 per l'acquisto del c.d. *"Pacchetto Easy"* – e un importo variato nel tempo da €5.500 a €12.000 per l'acquisto dell'accessorio *"wrapping"*), a fronte della promessa di corrispondere i rimborsi oggetto di promozione e conseguire un'auto *"a costo zero"*.

38. Pertanto, considerato che l'offerta *"My Car No Cost"*, per come complessivamente presentata dal Professionista sul proprio sito, contiene, in relazione alla fase preliminare del cd. aggancio pubblicitario, riferimenti allo svolgimento di attività pubblicitaria del tutto ancillari al messaggio centrale dell'auto *"a costo zero"*, deve necessariamente riconoscersi a favore degli aderenti la generale applicazione della disciplina posta a tutela del consumatore; a conferma di tale conclusione, si rileva che la maggior parte dei

²⁸ Menzionati a pag. 3 della memoria difensiva presentata dal Professionista in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635.

²⁹ Cfr. il già citato verbale di acquisizione delle pagine del sito web del Professionista del 3 aprile 2019.

soggetti che hanno aderito all'offerta reclamizzata da Vantage Group non esercitano alcuna attività professionale e non sono titolari di partita IVA, né divengono professionisti a seguito dello svolgimento dell'asserita attività pubblicitaria, in via meramente occasionale e non abituale.

39. Ulteriore conferma di tale situazione, con riferimento all'informativa precontrattuale e alla fase della stipulazione, è fornita dalla circostanza che i contratti conclusi dai cd. *"incaricati"* recano l'intitolazione *"contratto di acquisto"*³⁰, palesemente riferita più all'acquisto della vettura e dei menzionati *"pacchetti"* offerti dal Professionista che alla *"fornitura di servizi statistici per la Società, al fine di sviluppare le attività di impresa"* individuata come oggetto. Tale circostanza contrasta, peraltro, con quanto affermato da Vantage Group nelle proprie memorie difensive³¹, secondo cui la natura di bene strumentale all'esercizio di attività pubblicitaria (e quindi non di bene di consumo) dell'accessorio *"wrapping"* precluderebbe la possibilità di qualificare come consumatori i *driver*: la rilevanza (tanto contrattuale quanto economica) dell'acquisto di tale pacchetto di servizi, nonché l'essenzialità rispetto alla possibilità di acquisto *"a costo zero"* dell'automobile, giustifica l'applicazione della disciplina a tutela del consumatore alla prestazione di tale servizio da parte del Professionista.

2) *Insussistenza di un'effettiva attività pubblicitaria redditizia e ingannevolezza dell'informativa precontrattuale*

40. La condotta relativa alla reclamizzazione dell'offerta in esame presenta significativi profili di decettività nella misura in cui le informazioni fornite ai consumatori, a fronte della suggestiva promessa relativa alla possibilità di acquistare un'automobile *"a costo zero"* mediante un'attività di *carvertising* e dell'enfasi posta sul conseguente vantaggio economico, non forniscono una chiara ed adeguata rappresentazione della reale essenza e dell'effettiva convenienza della proposta commerciale, alla luce anche degli ingenti esborsi richiesti ai consumatori al fine di aderire all'offerta (spese per apertura pratica e acquisto dei pacchetti *"Easy"* e *"wrapping"*).

41. Sotto tale profilo, si è già dato conto di come non sussistano elementi idonei a dimostrare la veridicità della promessa relativa alla possibilità per il consumatore aderente di finanziare l'acquisto di una nuova vettura attraverso

³⁰ Cfr., ad esempio, il predetto doc. 1347 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

³¹ Cfr. pag. 10 e s. della memoria difensiva presentata dal Professionista in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635.

i ricavi derivanti da un'attività pubblicitaria svolta attraverso la medesima automobile, cosicché la remunerazione mensile promessa agli aderenti al sistema, in mancanza di significativi e dimostrabili ricavi provenienti da tale attività, non può che derivare dalle entrate generate dai versamenti effettuati dai consumatori per l'adesione all'offerta e, in minima parte, dalle commissioni corrisposte dai concessionari "*affiliati*" per ogni auto venduta.

42. Infatti, si è dato conto di come dalle risultanze istruttorie non siano emerse evidenze oggettive e convincenti in merito alla concreta prestazione di quei servizi pubblicitari cui dovrebbe essere finalizzata e da cui dovrebbe essere remunerata l'attività, tanto del Professionista quanto dei *driver*: come anticipato, in sede ispettiva non è stato reperito alcun contratto (o atto precontrattuale) sottoscritto (salvo una fattura oggetto di scambio di *e-mail* tra Vantage Group e un concessionario auto)³², mentre da un *file* contenente le vendite alla data dell'11 aprile 2019³³, a fronte della fornitura di oltre 3.400 pacchetti *wrapping* su auto acquistate o (in misura marginale) noleggiate dai *driver*, risultano essere stati venduti complessivamente 99 pacchetti di pubblicità/sponsorizzazione su vettura, di valore compreso tra €500 e €2.400, a imprese operanti in ambito locale (e, di questi, ben 18 risultano venduti a concessionari che hanno venduto auto ai *driver*).

43. Anzi, il Professionista ammette chiaramente, nelle proprie memorie difensive³⁴, la sostanziale insussistenza sia dell'attività pubblicitaria sia, *a fortiori*, di significativi proventi da essa derivanti, , individuandone le cause nel rischio d'impresa e, in particolare, nell'affermarsi di prassi amministrative che considerano illecita la pubblicità su autovetture svolta con le modalità previste dallo schema "*My Car No Cost*". Anzi, alquanto singolarmente il Professionista ha prodotto documentazione (peraltro priva di firma e data certa) relativa ad un generico progetto di offerta commerciale nel campo della telefonia³⁵, mentre ha omesso di presentare quantomeno analogo materiale riferito all'offerta oggetto del procedimento.

44. In definitiva, dall'istruttoria condotta è emerso un forte squilibrio tra i ricavi derivanti dall'attività pubblicitaria effettivamente svolta dagli aderenti all'offerta *My Car No Cost* e i costi iniziali sostenuti da questi ultimi. Infatti, se nel corso dell'ispezione non è stato possibile accertare ricavi pubblicitari di sorta, il numero dei privati aderenti all'offerta (suddivisi tra incaricati e *driver*)

³² Docc. 97, 98, 99 e 101 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

³³ Doc. 249 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

³⁴ Cfr. pagg. 6-9 della memoria difensiva presentata dal Professionista in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635.

³⁵ All. 6 alla memoria difensiva presentata dal Professionista in data 13 settembre 2019, prot. n. 59889.

ad aprile 2019 risulta di circa 4.600³⁶ e l'ammontare complessivo dei ricavi appare raggiungere il considerevole importo di oltre 25 milioni di euro.

45. Del pari priva di pregio appare l'argomentazione difensiva secondo cui *“in ragione della specifica tipologia del rapporto contrattuale di diffusione pubblicitaria, la creazione di una flotta di veicoli circolanti precede temporalmente e strumentalmente la realizzazione di contratti di diffusione tra mezzi e utenti (...) nel caso di specie, il mezzo è la flotta di veicoli e senza il mezzo (idoneo per ambito territoriale ottimale e numero di spazi pubblicitari) i contratti di diffusione pubblicitaria non possono essere conclusi”*³⁷ (sottolineatura presente in originale): appare quantomeno pretestuoso sostenere (soprattutto in mancanza di una qualsiasi stima o documentazione a supporto) che una flotta costituita da circa 4.600 veicoli diffusi su buona parte del territorio nazionale, a distanza di quasi 4 anni dalle prime adesioni dei consumatori, risultasse (quantomeno al momento della cessazione dei pagamenti) ancora inidonea ad attrarre potenziali clienti.

46. Ma vi è di più. Il significativo lasso di tempo trascorso dalle prime adesioni (2017, con circa 450 *driver*) o in ogni caso dalla piena attività di reclutamento (2018 con circa 2.000 *driver*) ha determinato un'ingente esposizione finanziaria del Professionista per il pagamento dei rimborsi (circa 9 milioni di euro nel 2018 quali costi per servizi), che erodeva progressivamente i ricavi derivanti dalle *fee* di ingresso, già evidenziando l'inevitabile ed imminente fallimento di tale offerta commerciale.

47. Risulta, infine, priva di fondamento l'argomentazione del Professionista secondo cui l'Autorità avrebbe ritenuto sufficienti le informazioni da esso fornite nell'ambito del menzionato procedimento DS2028, dal momento che rispetto al quadro fattuale all'epoca rappresentato dalla Società sono successivamente emersi nuovi e importanti elementi di fatto, evidenziati dalle numerosi segnalazioni pervenute e confermati dalle risultanze istruttorie del presente procedimento, che hanno condotto alla valutazione di significativi profili di illiceità della condotta posta in essere da Vantage Group, diversi da quelli oggetto di esame da parte dell'Autorità a valle della citata richiesta di informazioni.

48. In sintesi, alla luce di quanto fin qui esposto e contrariamente alla promessa contenuta nel messaggio pubblicitario, il rimborso mensile

³⁶ Dato desumibile dai docc. 276 e 277 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

³⁷ Così a pag. 1 e s. della memoria difensiva presentata dal Professionista in data 13 settembre 2019, prot. n. 59889, riprendendo quanto esposto a pag. 6 della precedente memoria presentata in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635.

corrisposto ai *driver* non deriva dai proventi relativi a un'attività economica reale – quale l'attività pubblicitaria svolta attraverso l'automobile – ma dalla disponibilità in capo al Professionista dei versamenti effettuati dai consumatori (ossia le elevate *fee* d'ingresso corrisposte al momento dell'adesione al sistema) e, quindi, dalla effettiva conclusione di nuovi contratti, di modo che il sistema risulta in grado di alimentarsi solo per un limitato lasso di tempo.

49. Tali aspetti rendono l'offerta commerciale “*My Car No Cost*” non veritiera e ingannevole, poiché il sistema, prescindendo da un'effettiva redditività dell'attività pubblicitaria sottostante, non è in grado di supportare la corresponsione dei prospettati rimborsi rateali, lasciando intendere ai consumatori, contrariamente al vero, che potranno acquistare il veicolo a “costo zero”. A conferma di ciò, nel caso di specie, le evidenze acquisite hanno consentito di dimostrare che l'offerta “*My Car No Cost*” è risultata manifestamente incapace di autofinanziarsi.

50. Se quanto ora esposto palesa rilevanti profili di incompletezza ed ingannevolezza dei messaggi pubblicitari e dell'informativa precontrattuale sugli aspetti economici e sulla convenienza dell'offerta, analoga portata decettiva si rileva nelle notevoli incongruenze relative all'effettiva validità e operatività delle garanzie previste, a titolo oneroso, per gli aderenti: tale ambiguità informativa, non chiarita in alcun modo da Vantage Group neanche nelle proprie memorie difensive, diviene poi patologica in conseguenza del venir meno del Professionista a quanto promesso.

51. La stessa società Vantage Group ammette in una comunicazione interna del 28 giugno 2018 di non aver emesso le fidejussioni a 592 *driver*, nonostante questi avessero corrisposto la quota di €380³⁸, palesando il mancato rispetto di un impegno espressamente assunto, pur avendo incassato il relativo pagamento e senza fornire delucidazioni e chiarimenti in merito. Inoltre, dal tenore delle comunicazioni inviate dai due pretesi istituti emittenti (Consorzio Confidi Centro Italia e HSBC Bank) si desume che sia ascrivibile al Professionista la mancata attivazione a favore dei consumatori di una valida copertura, conforme a quella promessa.

52. La pratica commerciale posta in essere dal Professionista concernente la promozione, sul sito *web* dello stesso, dell'offerta commerciale “*My Car No Cost*”, integra la violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b)*, *c)*, *d)* e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale

³⁸ Doc. 43 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

per via del mancato assolvimento dell'onere di chiarezza e completezza informativa, nonché idonea a indurre in errore i consumatori sotto il profilo dell'effettiva natura e convenienza dell'offerta reclamizzata, con particolare riguardo al vantaggio economico connesso alla proposta che li espone tuttavia ad un immediato e ingente esborso economico (a partire da circa €6.600), ai contenuti dell'attività da essi svolta e agli impegni del Professionista, condizionandoli ad assumere decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

Violazione B)

53. Le criticità riscontrate nella fase esecutiva del rapporto, relative al mancato mantenimento degli impegni assunti e all'imposizione di ostacoli all'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori, appaiono direttamente collegate a quelle sopra evidenziate con riguardo allo schema di funzionamento dell'offerta commerciale e alla relativa fase promozionale e precontrattuale, sostanziandosi nei seguenti comportamenti del Professionista:

- l'improvvisa cessazione della corresponsione dei rimborsi pattuiti a partire dal mese di luglio 2018, in assenza di spiegazioni convincenti, nonché la mancata prestazione del servizio di "*wrapping*", pur indicato come necessario per lo svolgimento dell'attività promozionale da parte degli incaricati e, pertanto, elemento essenziale del contratto;
- il mancato riscontro alla richiesta di risoluzione *ope legis* del contratto (previa diffida ad adempiere), nonché la mancata attivazione delle vantate garanzie fideiussorie o obbligazionarie;
- la contestazione dell'inadempimento o la manifestazione della volontà di avvalersi della clausola risolutiva espressa (*ex artt. 3 della lettera di incarico alle vendite e 22 del contratto di acquisto*) nei confronti di numerosi *driver* con motivazioni che appaiono pretestuose: perché non avrebbero utilizzato l'ultima versione dell'*app* indicata come necessaria per l'attività di statistica (incorrendo nella violazione della clausola contrattuale che impone l'uso degli strumenti posti a disposizione dalla società) o avrebbero assunto "*comportamenti tali da risultare sconvenienti e dannosi all'immagine del logo e dei brand delle partnership della Società poste sulla propria autovettura*".

54. In proposito, come anticipato, la Società non fornisce (neanche nelle proprie memorie difensive) alcun riscontro in ordine alla mancata sostituzione del *wrapping* con cadenza mensile: la circostanza che il Professionista abbia

ricevuto da parte dei consumatori il pagamento relativo all'integrale servizio di *wrapping* senza poi dare seguito alle previste sostituzioni e al rinnovo delle applicazioni pubblicitarie, conferma di fatto l'inesistenza dell'asserito nesso di strumentalità dell'acquisto del pacchetto rispetto allo svolgimento della pretesa attività pubblicitaria dei *driver*, in realtà quindi insussistente.

55. Il Professionista, invece, giustifica la mancata corresponsione dei rimborsi mensili come conseguenza dell'impossibilità sopravvenuta ad adempiere da parte dei *driver*, la cui attività pubblicitaria sarebbe *ex abrupto* divenuta illecita per via di un'interpretazione del Codice della strada affermatasi nella prassi amministrativa (evento considerato non dominabile dalla Società), e supporta tale affermazione allegando, come riferito, alcuni articoli di stampa relativi alla questione, tre sentenze di giudici di pace (segnatamente la n. 199 del 10 luglio 2018 del G.d.P. di Oristano, la n. 30154 del 17 settembre del G.d.P. di Roma, sez. IV e la n. 812 del 14 gennaio 2019 del G.d.P. di Roma, sez. III) favorevoli ad altrettanti *driver* e due ordinanze del Tribunale di Roma (del 17 maggio 2019 e 15 luglio 2019)³⁹, che rigettano il ricorso proposto in sede cautelare da un *driver*.

56. Sul punto, occorre rilevare che il Professionista si è limitato ad affermazioni generiche non supportate da adeguata documentazione, non fornendo alcun riscontro circa il numero di *driver* considerati effettivamente inadempienti, né circa il periodo nel quale tale prassi amministrativa si sarebbe affermata: anzi, lo stesso la qualifica espressamente come non consolidata, coerentemente con la circostanza che le sentenze dei giudici di pace allegate agli scritti difensivi depongono a favore della liceità dell'attività pubblicitaria. Per contro, la Società non risulta aver prestato ai *driver* in precedenza tale spiegazione di carattere generale in merito all'improvvisa cessazione dei pagamenti mensili, essendosi premurata, invece, di assicurare a ottobre 2018 gli aderenti circa la propria volontà di proseguire la corresponsione dei rimborsi, asseritamente bloccati temporaneamente da problemi con il *software* gestionale⁴⁰, ribadendo tale posizione a dicembre 2018, nel corso della trasmissione televisiva "Mi Manda Raitre" (come desumibile proprio dalla documentazione allegata alle memorie presentate da Vantage Group); addirittura, in due nuovi "comunicati ufficiali" inviati via *e-mail* ai *driver* in data 17 dicembre 2018, il Professionista confermava la liceità dell'attività pubblicitaria svolta, citando a supporto una delle tre sentenze sopra

³⁹ Rispettivamente all. 3, 4 e 5 alla memoria difensiva presentata dal Professionista in data 4 luglio 2019, prot. n. 46635 e all. 7 a quella presentata in data 13 settembre 2019, prot. n. 59889.

⁴⁰ Cfr. il "Comunicato inviato ai driver via mail a ottobre 2018", doc. 188 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

menzionate⁴¹, facendo leva sulla lettera d'incarico e preannunciando un confronto sulla questione con il Comando dei Vigili Urbani del Comune di Lecce.

Tali circostanze risultano in totale contrasto con l'asserita non debenza dei rimborsi a fronte dell'impossibilità ad adempiere da parte dei *driver*. Inoltre, le ordinanze citate non paiono costituire un valido precedente, essendo state pronunciate in fase cautelare e oltretutto, successivamente all'avvio del procedimento.

57. Le risultanze istruttorie hanno confermato, inoltre, che il Professionista ha continuato a reclutare nuovi *driver* anche successivamente al periodo compreso tra luglio e settembre 2018 (ossia quello in cui ha avuto luogo l'interruzione dei pagamenti): dai documenti acquisiti in ispezione risultano circa 200 *driver* registrati nel 2019 a livello nazionale⁴², nonché circa 50 (da inizio settembre) e 80 (da inizio luglio) nuovi *driver* acquisiti solo in Puglia fino a fine 2018⁴³ ed altri tre nelle Marche⁴⁴; risultano altresì almeno due bonifici per l'acquisto del pacchetto *wrapping* pendenti alla data del 7 settembre 2018⁴⁵. A conferma di ciò, alle segnalazioni dei consumatori acquisite al fascicolo del procedimento risultano allegati 10 contratti sottoscritti tra luglio 2018 e febbraio 2019⁴⁶.

In sede ispettiva, poi, è risultato che il Professionista si è avvalso della clausola risolutiva espressa o ha unilateralmente deciso la sospensione dei pagamenti in prevalenza per replicare a PEC ed *e-mail* dei consumatori contenenti reclami, diffide, notifiche del recesso dal contratto, richieste di chiarimenti e quant'altro. In particolare, come sopra esposto (cfr. par. 30), in due *file* denominati "*pec driver*"⁴⁷ sono elencate rispettivamente ben 1.302 e 283 comunicazioni in tal senso tra le parti, mentre in 5 cartelle denominate "*pratiche scansionate*" sono contenuti oltre 1.000 documenti relativi a siffatte

⁴¹ Doc. 16 e 213 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Shift di Patrizia Vallone Trianni. Il primo esordisce testualmente con il seguente incipit: "Gentili Driver, con la presente siamo a comunicare che l'attività svolta dalla Vantage Group è una attività lecita...".

⁴² Dato desumibile dai docc. 276 e 277 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁴³ Docc. 203 e 204 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Shift di Patrizia Vallone Trianni.

⁴⁴ Cfr. contratti sub docc. 13, 15 e 16 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 2 al verbale ispettivo Autofficina Liberti di Liberti Alberto e Andrea s.n.c.

⁴⁵ Doc. 192 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Shift di Patrizia Vallone Trianni.

⁴⁶ Segnatamente, si tratta dei contratti allegati alle segnalazioni prot. nn. 23530 del 12 marzo 2019, 23575 del 12 marzo 2019, 24392 del 15 marzo 2019, 30161 del 12 aprile 2019, 32008 del 19 aprile 2019, 33373 del 2 maggio 2019, 34398 del 7 maggio 2019, 37135 del 20 maggio 2019, 41116 del 6 giugno 2019 e 50943 del 22 luglio 2019.

⁴⁷ Docc. 147 e 196 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

interlocuzioni⁴⁸ e sono stati acquisiti esempi di recesso da parte del Professionista per violazioni contrattuali ravvisate nelle opinioni espresse su *social network*⁴⁹ o nella richiesta di precisazioni sulla possibilità di avvalersi delle garanzie indirizzata alle Società asseritamente designate da Vantage Group⁵⁰.

58. Quindi, emerge come la scelta del Professionista sia stata quella di procedere al blocco dei pagamenti per ragioni che esulano dalla pretesa impossibilità ad adempiere da parte dei consumatori e, quando esplicitate, basate su motivazioni pretestuose, largamente demandate alla discrezionalità della Società; in proposito, è il caso di rilevare come le condizioni generali di contratto prodotte come all. 1 alla citata memoria del 4 luglio contengano clausole (art. 24) che tipizzano le ipotesi di risoluzione *ipso iure* del contratto, le quali non erano presenti nelle versioni contrattuali precedenti sottoscritte dai *driver* e reperite in sede ispettiva⁵¹. In assenza di giustificazioni plausibili, pertanto, la cessazione dei pagamenti mensili da parte del Professionista rappresenta una conseguenza pressoché indefettibile dell'insostenibilità dello schema economico in precedenza illustrata.

59. Del pari, appare inconferente la precisazione del Professionista secondo cui esso non avrebbe “*tenuto comportamenti ostativi alle legittime aspirazioni dei driver alla tutela giurisdizionale*”, atteso che è proprio il mancato (o improprio) riscontro alle doglianze dei consumatori in sede di normale dinamica del rapporto contrattuale ad integrare gli estremi dell'art. 25, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo: a fronte della mancata prestazione del servizio di *wrapping* e dell'improvvisa interruzione della corresponsione degli importi dovuti, Vantage Group non solo non ha fornito spiegazioni e indicazioni adeguate, ma ha anche adottato comportamenti dilatori e addotto motivazioni pretestuose nei confronti dei numerosi consumatori che si sono attivati per la tutela dei propri interessi, come emerge dai reclami rinvenuti in sede ispettiva.

60. Pertanto, l'aver ingiustificatamente disatteso gli impegni assunti da parte del Professionista, nonché i conseguenti impedimenti all'esercizio di diritti del consumatore, integrano la violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto rappresentano ostacoli non contrattuali, onerosi e

⁴⁸ Docc. da 346 a 1475 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁴⁹ Ad esempio docc. 663, 682 e 994 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁵⁰ Ad esempio doc. 637 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

⁵¹ Cfr., ad esempio, il già citato doc. 1347 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

sproporzionati, all'esercizio di diritti contrattuali, compreso il diritto di risolvere un contratto, da parte del consumatore.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

61. 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.

In caso di procedimento, come quello di specie, 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 del professionista, si applichi il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, 19 gennaio 2012, n. 209). Pertanto, nel presente procedimento sarà applicato il cumulo materiale delle sanzioni per le due violazioni accertate.

62. 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.

63. In relazione alla dimensione economica del Professionista, sulla base degli ultimi dati camerali disponibili, risulta che Vantage Group ha realizzato nell'anno 2017 un fatturato di euro € 9.632.988, registrando un utile di € 428.827. Non risulta ancora pubblicato il bilancio 2018 né il Professionista ha fornito alcun dato al riguardo.

64. Con riguardo alla gravità della violazione di cui alla lettera A) del punto II si tiene conto: *i)* della natura dell'infrazione, caratterizzata da un significativo grado di offensività; *ii)* dell'ampia diffusione dei messaggi pubblicitari, veicolati tramite *internet*, e della elevata capacità di raggiungere rapidamente un numero significativo di consumatori; *iii)* del coinvolgimento di un rilevante numero di consumatori (quantificabili in circa 4.600); *iv)* dell'estensione nazionale delle pratiche che hanno riguardato consumatori localizzati in diverse Regioni del territorio italiano; *v)* dell'entità del pregiudizio economico derivante ai consumatori, con riguardo agli ingenti esborsi economici richiesti per aderire all'offerta (un anticipo di € 1.070 – di cui € 350 per spese di

istruttoria e €720 per l'acquisto del c.d. “*Pacchetto Easy*” – e una somma variata nel tempo da € 5.500 a € 12.000 per l'acquisto dell'accessorio “*wrapping*”).

65. Per quanto riguarda la durata della violazione di cui alla lettera A) del punto II, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quantomeno da maggio 2015 (periodo delle prime adesioni all'offerta)⁵² ed è ancora in corso.

66. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Vantage Group S.r.l. per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera A) del punto II nella misura di 600.000 €(seicentomila euro).

67. Con riguardo alla gravità della violazione di cui alla lettera B) del punto II, si tiene conto dei punti i), iii) e v) di cui al paragrafo 64, mentre per ciò che concerne la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quantomeno da luglio 2018 (mese in cui si sono verificate le prime sospensioni dei pagamenti) ed è ancora in corso.

68. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Vantage Group S.r.l. per la pratica commerciale scorretta di cui alla lettera B) del punto II nella misura di 600.000 €(seicentomila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale descritta alla lettera A) del punto II risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere b), c) e d), e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la promozione dell'offerta denominata “*My Car No Cost*”, che consentirebbe di acquistare automobili “*a costo zero*” (o fortemente ridotto), tramite la corresponsione agli aderenti di un rimborso mensile – a titolo di remunerazione per la prestazione di un servizio pubblicitario sulle autovetture – di ammontare tale da coprire integralmente o parzialmente la corrispondente rata del finanziamento per l'acquisto dell'autovettura, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto e pubblicizzati dal professionista;

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica

⁵² Come desumibile dai già menzionati docc. 276 e 277 dell'Elenco documenti ispettivi DVD all. 1 al verbale ispettivo Vantage Group.

commerciale descritta alla lettera B) del punto II risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto l'aver ingiustificatamente disatteso gli impegni assunti da parte del Professionista, nonché i conseguenti impedimenti all'esercizio di diritti del consumatore, rappresentano ostacoli non contrattuali, onerosi e sproporzionati, all'esercizio di diritti contrattuali, compreso il diritto di risolvere un contratto, da parte del consumatore.

DELIBERA

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

b) che la pratica commerciale descritta alla lettera B) del punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Vantage Group S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società Vantage Group S.r.l., per la pratica di cui al punto a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 600.000 €(seicentomila euro);

d) di irrogare alla società Vantage Group S.r.l., per la pratica di cui al punto b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 600.000 €(seicentomila euro);

e) che il Professionista comunichi 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).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate 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’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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli