



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 aprile 2019;

SENTITO il Relatore dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, e la Parte III, 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 6 dicembre 2018 , con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare nei confronti di Ibalò S.r.l.s., ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. La società IBALÒ S.r.l.s (di seguito anche Ibalò o professionista), P.I. 08755851212, in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, esercita attività di vendita attraverso il proprio dominio *web ibalo.it* a partire dal mese di ottobre 2017.

II. LE CONDOTTE

2. Il procedimento concerne le condotte poste in essere dal professionista, consistenti nella commercializzazione di prodotti tecnologici attraverso il dominio *web ibalo.it*, secondo una particolare modalità di offerta degli stessi, caratterizzata dalla possibile applicazione di sconti rilevanti.

3. In particolare, le condotte poste in essere dal professionista, consistono: *a)* nel prospettare sul proprio sito la vendita di prodotti in modo da far ritenere che sia possibile acquistarli ad un prezzo particolarmente scontato senza evidenziare adeguatamente che si tratta di una mera prenotazione e che l'ottenimento del bene è in realtà subordinato alla presentazione di "tre amici" che effettuino la medesima scelta di consumo e i relativi pagamenti, nonché nell'opporre ingiustificati ostacoli all'uscita dal peculiare meccansimo di vendita Ibalò, ostacolando il riscatto del bene e il rimborso dei consumatori; *b)* nel mancato rispetto della disciplina a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti, con specifico riguardo al recesso e al rimborso.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. A partire dal mese di febbraio 2018 sono pervenute alcune segnalazioni di singoli consumatori e del CRTCU - Centro di Ricerca e Tutela dei Consumatori e degli Utenti di Trento, nelle quali venivano evidenziate una serie di condotte scorrette poste in essere da Ibalò nella commercializzazione *on line* di prodotti elettronici.

5. In relazione alle condotte denunciate e sopra descritte, in data 14 novembre 2018 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS11283 per possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)*, e *d)*, 22, 24, 25 e 56 del Codice del Consumo.

6. Contestualmente alla comunicazione di avvio, il professionista è stato invitato, 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.

7. Con provvedimento del 6 dicembre 2018 l'Autorità, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, ha disposto nei

confronti di Ibalò la sospensione di ogni attività diretta alla vendita di beni ad un prezzo particolarmente scontato attraverso il pagamento di una somma quale “prenotazione” del bene e condizionata alla successiva adesione di altri consumatori che effettuino analogo versamento/prenotazione o al successivo movimento della c.d. lista; nonché la sospensione di ogni attività diretta alla vendita, attraverso il sito *internet* <http://www.ibalo.it>, mediante l’addebito anticipato di corrispettivi per prodotti che non risultino pronti per la consegna.

8. In data 8 febbraio 2019 è stato comunicato al professionista il termine di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento.

9. In data 4 marzo 2019 è stata trasmessa la richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, pervenuto il 26 marzo 2019.

10. Il professionista non è intervenuto nel procedimento, non ha trasmesso scritti difensivi né ha fornito le informazioni richieste e i dati relativi ai risultati economici, che non risultano disponibili presso fonti ufficiali.

2) Le evidenze acquisite

11. Il professionista svolge attività di commercializzazione *on-line*, utilizzando il dominio *web* [ibalo.it](http://www.ibalo.it), sul quale sono pubblicate le offerte di prodotti tecnologici caratterizzate da una particolare modalità di vendita che consentirebbe l’applicazione di sconti molto rilevanti rispetto al prezzo di listino del bene pubblicizzato.

12. Solo nella pagina del Sito Internet del professionista dedicata alla scheda del singolo prodotto, sono presenti sommarie e incomplete informazioni circa le particolari condizioni che si devono realizzare affinché il consumatore possa ottenere il bene al prezzo scontato, ossia nel caso di Ibalò, la circostanza che altri tre consumatori (*c.d. amici*) effettuino analogo prenotazione e pertanto introducano nel sistema importi ulteriori e sufficienti a completare l’acquisto.

13. In particolare, in base allo schema di vendita adottato da Ibalò, sono possibili due diverse modalità di acquisto: la prima prevede la prenotazione a prezzo ridotto del bene (“*Modalità Acquisto con Boom Price*”), mentre la seconda – che costituisce una sorta di modalità inversa – comporta l’acquisto immediato del bene a prezzo pieno, la successiva prenotazione da parte di tre amici dello stesso prodotto e la restituzione di parte del prezzo pagato (“*Modalità Acquisto in Overturned*”).

14. Con specifico riguardo alla prima modalità (“*Acquisto con Boom Price*”), l’acquirente deve prenotare il bene versando il prezzo scontato rispetto a quello di listino; per ricevere il prodotto così prenotato deve invitare altri tre amici che dovranno, a loro volta, prenotare beni di importo almeno corrispondente a quello del primo prodotto prenotato.

15. In sostanza, il consumatore non acquista il bene al prezzo scontato, ma si limita a prenotarlo versando un prezzo ridotto. L’ulteriore prenotazione da parte di altri tre “*amici*” rappresenta la condizione indispensabile per ottenere il bene al prezzo scontato (“*Invita 3 amici per ottenere il boom price sul tuo prodotto*”)¹.

16. Per quanto concerne la variante inversa del sistema Ibalò (“*Modalità Acquisto in Overturned*”), essa consiste nella facoltà per il consumatore di acquistare il prodotto a prezzo pieno, salvo poi, entro nove mesi, invitare tre amici a prenotare altri prodotti in modo da ottenere lo sconto sotto forma di restituzione di parte del prezzo pagato.

17. In ordine alla possibilità di uscita dal peculiare sistema di vendita adottato da Ibalò, sebbene sia formalmente disciplinata nelle condizioni generali di contratto la possibilità per il consumatore di riscattare (nel caso di specie definito “*acquisto diretto*”), in ogni momento, il prodotto a prezzo pieno², nella realtà il professionista non prevede alcuna forma di rimborso della prenotazione, una volta trascorsi 14 giorni dalla medesima

18. Inoltre, il professionista non consente ai consumatori l’esercizio della facoltà di riscattare il prodotto prenotato; infatti, la documentazione agli atti del procedimento conferma che ove il consumatore non riesca a realizzare il programma di acquisto previsto da Ibalò, presentando tre “*amici*” per ottenere il bene al prezzo scontato di prenotazione, il professionista - di fatto - impedisce il riscatto a prezzo pieno, nonostante sia espressamente e analiticamente indicato nella sezione del sito “*termini e condizioni*”, di modo che i consumatori rimangono bloccati nel sistema a seguito della prenotazione del prodotto *on-line*³.

19. Per quanto riguarda la disciplina del diritto di recesso, le condizioni generali di contratto del professionista escludono la possibilità di esercitare

¹ Cfr. Verbale acquisizione atti del 7 novembre 2018.

² L’art. 2.3 delle condizioni di contratto prevede infatti che “[...] in qualsiasi momento, l’Acquirente potrà integrare il pagamento versando la differenza tra quanto pagato in sede di prenotazione e il prezzo pieno del bene, acquistandolo direttamente” (Verbale acquisizione atti dl 7 novembre 2018).

³ Si vedano al riguardo, *ex multis*, le Segnalazioni prot.67630 del 3 ottobre 2018, prot.73437 del 31 ottobre 2018, prot. 76919 del 19 novembre 2018 e prot. 17022 del 7 febbraio 2019.

tale diritto nel caso in cui il consumatore decida di riscattare il bene prenotato (“acquistare direttamente”) versando la differenza tra quanto pagato in sede di prenotazione e il prezzo pieno dello stesso (“*il passaggio dalla prenotazione all’acquisto diretto non fa sorgere un nuovo e ulteriore diritto di recesso in capo all’Acquirente*”⁴). Ne discende che l’acquirente, al momento della consegna del prodotto acquistato, si vede negato il diritto di recesso.

20. Infine, in merito al diritto di rimborso del prezzo pagato, è previsto, sempre ai sensi dei “termini e condizioni” di contratto (art. 5.2) presenti sul sito del professionista, un ampio termine di 30 giorni in favore di Ibalò per procedere alla restituzione dell’importo versato nei confronti dell’acquirente che abbia manifestato la volontà di recedere⁵.

Le argomentazioni difensive della Parte

21. Il professionista non ha depositato alcuna memoria difensiva né ha trasmesso alcuna informazione nel corso del procedimento.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo Internet, in data 4 marzo 2019 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

23. Con comunicazione pervenuta in data 26 marzo 2019, la suddetta Autorità ha trasmesso la delibera n. 81/19/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.

24. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che “*con riferimento al caso di specie, il consumatore, in conseguenza delle informazioni presenti sul sito de quo, allettato dall’offerta di prodotti a prezzi tanto scontati*

⁴ Cfr. il citato art. 2.3 delle condizioni di contratto.

⁵ Cfr. Verbale acquisizione atti del 7 novembre 2018.

potrebbe procedere all'acquisto dei prodotti stessi, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line", ha ritenuto che, nel caso di specie, il mezzo *Internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle condotte oggetto della richiesta di parere.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

25. L'istruttoria in esame riguarda il settore dell'*e-commerce*, con specifico riguardo alla commercializzazione *on-line* di prodotti tecnologici mediante l'adozione di schemi di vendita peculiari e articolati, che si discostano dalle ordinarie modalità di offerta di beni su Internet.

In tale contesto, connotato dalla spersonalizzazione del rapporto d'acquisto e dalla posizione di inevitabile asimmetria informativa in cui versa il consumatore, si impone la necessità di assicurare la correttezza delle relazioni commerciali, a partire dal momento dell'aggancio dell'utente attraverso una chiara e completa rappresentazione del meccanismo di offerta che si pubblicizza e del conseguente vincolo contrattuale, per consentire una scelta commerciale consapevole dapprima in ordine all'acquisto e poi alla prosecuzione del rapporto contrattuale.

26. Sotto questo profilo si deve evidenziare che il professionista ha adottato una struttura di vendita astrattamente riconducibile al modello del c.d. *Buy&Share*, in quanto basata sulla creazione di gruppi di acquisto volti a conseguire prezzi più vantaggiosi per i consumatori; a differenza, tuttavia, dello schema tipico del *Buy&Share*, il venditore Ibalò si pone come organizzatore del gruppo di acquisto e induce i consumatori a svolgere una vera e propria attività promozionale per suo conto.

27. In base allo schema di vendita Ibalò, l'acquirente è chiamato ad aderire all'offerta pubblicizzata effettuando il pagamento di una somma di solito pari al 30% del valore del bene prescelto e, successivamente, per ottenere quanto prenotato al prezzo scontato, deve necessariamente convincere altri tre consumatori (c.d. *amici*) ad aderire a loro volta all'offerta di Ibalò effettuando una prenotazione per beni almeno di pari valore. Solo a seguito dell'effettiva adesione di tre "amici", della loro prenotazione e del versamento dei relativi importi "scontati", il primo consumatore può ricevere il bene al prezzo di prenotazione.

28. Nel caso di specie, Ibalò risulta aver fornito una rappresentazione

incompleta, poco trasparente e non veritiera in merito ai seguenti elementi (i) il prezzo di offerta dei prodotti, subordinato a condizioni imprevedibili e aleatorie, (ii) i termini e le condizioni del “Programma” proposto, (iii) la natura effettiva degli impegni che il consumatore assume, nonché infine (iv) il meccanismo del processo di vendita e i tempi di attesa ai fini della consegna del prodotto nonché le reali possibilità di conseguire i beni prenotati.

29. Siffatte omissioni e ambiguità informative sono tali da indurre in errore il consumatore medio facendogli assumere una decisione di natura commerciale in merito all’acquisto *on line* mediante il meccanismo di vendita Ibalò, che altrimenti non avrebbe preso.

30. In particolare, risulta decettiva la modalità di prospettazione del prezzo “scontato” utilizzata dal professionista.

Infatti, quello che viene presentato come prezzo di acquisto in realtà si riferisce solo alla prenotazione, costituendo un rilevante elemento di persuasione verso il consumatore e realizzando il c.d. effetto aggancio.

31. Successivamente alla prenotazione, dopo aver effettuato il versamento della somma richiesta, l’aderente non viene correttamente informato in ordine al fatto che l’unica modalità di acquisto è subordinata a un evento incerto e aleatorio, quale il coinvolgimento di tre amici che effettuino analoga prenotazione. Infatti, come sopra illustrato nelle risultanze istruttorie, Ibalò non consente all’acquirente di riscattare il prodotto prenotato al prezzo di mercato.

32. Alla luce di quanto sopra esposto, emerge la natura ingannevole della condotta posta in essere da Ibalò, in grado di indurre i consumatori ad aderire all’offerta di vendita pubblicizzata sulla base di una prospettazione decettiva. Infatti, l’acquirente che effettua una prenotazione è ingannato in merito alla possibilità di concludere il processo di acquisto e di ottenere effettivamente la consegna dei beni prenotati.

33. All’ingannevole prospettazione della vendita a prezzi notevolmente scontati di prodotti tecnologici si aggiunge, sulla base delle risultanze istruttorie, la condotta del professionista consistente nell’ escludere espressamente (nelle condizioni contrattuali) l’esercizio del recesso a seguito di riscatto del bene prenotato.

34. Infatti, come visto in precedenza, la disciplina contrattuale del professionista si pone in contrasto con le norme a tutela dei diritti dei consumatori nella misura in cui non consente il diritto di recesso nel caso in cui il consumatore decida di riscattare il bene prenotato (“acquistare

direttamente”) versando la differenza tra quanto pagato in sede di prenotazione e il prezzo pieno dello stesso (“*il passaggio dalla prenotazione all’acquisto diretto non fa sorgere un nuovo e ulteriore diritto di recesso in capo all’Acquirente*”⁶).

35. Alla luce di quanto sopra esposto, la pratica commerciale in esame, posta in essere da Ibalò in relazione alla vendita *on-line* di prodotti tecnologici, consistente nel prospettare con informazioni decettive la possibilità di acquistare beni a prezzi estremamente scontati nonché nell’ostacolare l’uscita dal processo di acquisto, anche impedendo l’esercizio da parte dei consumatori dei diritti previsti dal Codice del Consumo, risulta scorretta, integrando una fattispecie ingannevole e aggressiva, in quanto idonea a indurre in errore i consumatori e ad esercitare su di essi un indebito condizionamento in relazione alla proposta contrattuale, limitandone la libertà di scelta e di comportamento, in tal modo inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso in ordine all’adesione all’offerta e al diritto di risolvere un contratto, in violazione degli articoli 21, comma 1, lettere *b), c) e d)*, 24 e 25 del Codice del Consumo.

36. Inoltre, sulla base di quanto sopra illustrato, la disciplina relativa al diritto di recesso in favore dei consumatori, nella misura in cui prevede un termine di rimborso superiore a quello normativamente previsto (30 giorni in luogo di 14) ed esclude l’esercizio del recesso a seguito del riscatto del bene prenotato, si pone in contrasto con l’art. 56 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

37. 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.

38. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le

⁶ Cfr. il citato art. 2.3 delle condizioni di contratto.

altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

39. 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.

40. Con riguardo alle infrazioni poste in essere da Ibalò, nel valutare la gravità delle violazioni si tiene conto dell'entità complessiva del pregiudizio economico potenzialmente derivante ai consumatori, della dimensione del professionista, il quale risulta operare dal mese di ottobre 2017, e delle specificità del settore dell'*e-commerce*, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista, nonché delle modalità di diffusione dell'offerta e del mezzo impiegato per veicolare contenuti informativi, ossia il sito internet aziendale del professionista, strumento suscettibile di raggiungere un elevato numero di consumatori.

41. Per quanto concerne la durata delle violazioni, dagli elementi disponibili in atti risulta che le condotte sono state poste in essere a partire dal maggio 2018 e sono cessate alla data del 7 febbraio 2019, come emerge dalla rilevazione effettuata sul sito web del professionista, che risulta in corso di aggiornamento⁷.

42. Sulla base di tali elementi, con specifico riferimento alla pratica commerciale scorretta posta in essere in violazione degli articoli 21, 24 e 25 del Codice del Consumo, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Ibalò nella misura di 120.000 € (centoventimila euro).

43. Con riferimento alla violazione delle norme del Codice del Consumo sul diritto di recesso nei contratti a distanza, con specifico riguardo alla previsione di un termine di rimborso superiore a quello normativamente previsto (30 giorni in luogo di 14) e alla espressa esclusione dell'esercizio del recesso a seguito del riscatto del bene prenotato, in violazione della norma di cui all'art. 56, comma 1, del Codice del Consumo, si ritiene congruo determinare una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 10.000 € (diecimila euro).

⁷ Cfr. verbale acquisizione atti del 7 febbraio 2019 (nella home page del Sito di Ibalò si legge: "Saremo presto on line. Stiamo aggiornando i nostri sistemi. Ci scusiamo per il disagio.").

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale scorretta realizzata da Ibalò costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 21, comma 1, lettere *b), c) e d)*, 24 e 25, del Codice del Consumo, in quanto idonea a presentare in maniera fuorviante la possibilità di acquistare prodotti tecnologici a prezzi scontati nonché a condizionare indebitamente il consumatore medio in ordine all’esercizio di diritti contrattuali;

RITENUTO pertanto, tenuto conto del parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che le condotte poste in essere da Ibalò con riguardo alla violazione dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, comportamenti illeciti ai sensi dell’art. 56, comma 1, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che le condotte descritte al punto II, lettera *a)*, del presente provvedimento, poste in essere dalla società Ibalò S.r.l.s. e consistenti nell’ingannevole prospettazione della possibilità di acquistare beni tecnologici a un prezzo scontato nonché nell’ostacolo al riscatto del bene prenotato e a forme di recesso, costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21, comma 1, lettere *b), c) e d)*, 24 e 25 del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o reiterazione;

b) che le condotte descritte al punto II, lettera *b)*, del presente provvedimento, poste in essere dalla società Ibalò S.r.l.s. in merito al diritto di rimborso e recesso dei consumatori costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, violazioni dell’art. 56, comma 1, del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o reiterazione;

c) che, con riferimento alla pratica commerciale di cui alla lettera *a)*, alla società Ibalò S.r.l.s., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 120.000 €(centoventimila euro);

d) che, con riferimento alle condotte di cui alla lettera b), alla società Ibalò S.r.l.s., sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 € (diecimila) euro;

e) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui alle lettere 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.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo