



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 Dottoressa Gabriella Muscolo;

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 31 luglio 2019, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di quarantacinque giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Enneci S.r.l. (di seguito, Enneci), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, attiva nella produzione e vendita di materassi, reti a doghe e altri complementi con il marchio Marion.

2. EVO S.a.s. di DIERRE Group S.r.l. & C. (di seguito, EVO sas), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo,

anch'essa attiva nella produzione e vendita di materassi, reti a doghe e altri complementi con il marchio Marion.

3. Secondo le informazioni acquisite tramite la banca dati Infocamere, la società Enneci ha realizzato in Italia, al 31 dicembre 2017, un fatturato pari a circa 46 milioni di euro. Non risultano allo stato presenti bilanci per quel che riguarda la società EVO sas che risulta costituita nel mese di febbraio 2018.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

4. Il procedimento concerne due pratiche commerciali poste in essere dalle società Enneci ed EVO sas, nell'attività di promozione e vendita di materassi in lattice e reti reclinabili a marchio Marion:

A. La prima pratica consiste nella diffusione di informazioni ingannevoli nel corso della televendita denominata "*Doppio sconto*", con riferimento alle caratteristiche del materasso *Evolatex*, in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

B. La seconda pratica consiste nella ritardata consegna del materasso in promozione *Evolatex*. I consumatori che procedono all'acquisto del materasso *Evolatex* in promozione, infatti, risultano fortemente penalizzati relativamente ai suoi tempi di consegna rispetto ai clienti che acquistano gli altri materassi del catalogo Marion, in violazione dell'art. 23 comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

5. Sulla base delle segnalazioni pervenute in Autorità e di alcune informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 24 aprile 2019, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11409 nei confronti delle società Enneci ed EVO sas per verificare l'esistenza di presunte pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), 22, comma 1, e 23 comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo.

6. In data 9 maggio 2019 sono stati svolti accertamenti ispettivi nei confronti delle medesime società Enneci ed EVO sas.

7. Le società Enneci ed EVO sas hanno fornito informazioni in data 5, 12 e 19 luglio 2019.

8. In data 31 luglio 2019, è stata disposta la proroga di quarantacinque giorni del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, in considerazione della necessità di acquisire ulteriori elementi utili ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento.

9. In data 4 settembre 2019 è stata comunicata al professionista la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 24 settembre 2019 è pervenuta la memoria difensiva conclusiva da parte delle società Enneci ed EVO sas, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento sulle procedure istruttorie.

11. In data 25 settembre 2019 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) *Le evidenze acquisite*

12. I documenti agli atti sono costituiti dalle segnalazioni ricevute, dalle rilevazioni effettuate d'Ufficio, dalle informazioni acquisite in sede di ispezione e dalla documentazione trasmessa dal professionista nel corso del procedimento. In base a tali elementi, è emerso che il materasso *Evolatex* è promosso tramite televendita e *internet*. La televendita è denominata "*Doppio sconto*" (cfr. fig. 1), ha una durata di circa 1 minuto e 30 secondi ed è stata diffusa attraverso numerose emittenti nazionali e locali fino al mese di luglio 2019¹. Una versione più estesa della stessa, della durata di circa 15 minuti, è stata diffusa su *internet* tramite il sito *www.marionlatex.com* gestito dagli stessi professionisti².

13. Nel corso della televendita, i conduttori illustrano ai telespettatori le caratteristiche del materasso denominato "*Evolatex*", che viene più volte ripreso per tutta la durata della telepromozione. Il materasso viene descritto come "*il rivoluzionario materasso in lattice matrimoniale arricchito di tecnolates. Evolatex è più ergonomico, più elastico, più resistente ai grossi carichi e più alto che mai*". Il materasso *Evolatex* matrimoniale oggetto della promozione ha misure *standard* 160X190 e uno spessore di 16 cm, ed è

¹ A partire da luglio 2019 la promozione è stata denominata "*Sconto anniversario*". Il materasso *Evolatex*, la rete *Emotus* e il *set notte* sono offerti ora al prezzo promozionale di 240 euro. I termini della promozione "*Sconto anniversario*" sono tuttavia identici a quelli della promozione "*Doppio sconto*".

² Cfr. doc. 8 del fascicolo istruttorio, televendite riguardante la promozione "*Doppio sconto*".

composto di una lastra in lattice di 4 cm e di una lastra in *Tecnolates^{TM3}* di 12 cm. Il materasso è offerto al prezzo promozionale di 249 euro, a fronte di un dichiarato valore commerciale di 750 euro, insieme ad una serie di “omaggi” costituiti dalla rete elettrica matrimoniale “Emotus” e da un set notte comprendente 2 lenzuola, 2 federe e un piumone. L’offerta è evidenziata nel corso dello *spot* attraverso alcuni *banner* che compaiono in sovraimpressione, e che riportano le indicazioni “**Doppio sconto - Evolates Materasso matrimoniale - Valore commerciale 750.00 € - Prezzo scontato 249.00 €**”; “**Omaggi - Emotus Rete elettrica matrimoniale alzata testa/piedi – Set notte 2 lenzuola, 2 federe per cuscini 1 piumone**”.

Fig. 1



14. Durante la televendita, compare inoltre in sovrapposizione un *banner* che riporta un numero di telefono: “Numero verde 800.26.76.29 - Chiamata Gratuita”. Tramite il numero verde che compare in sovrapposizione non è tuttavia possibile acquistare il materasso e la rete al prezzo pubblicizzato: esso permette soltanto di fissare un appuntamento presso il proprio domicilio con un incaricato della società, unico canale attraverso il quale è possibile acquistare i prodotti del professionista. A tal proposito, durante la televendita, il conduttore sottolinea che lo scopo della visita del consulente Marion è quello di permettere ai consumatori di “valutare in tutta comodità questa

³ Il TecnolatesTM è un materiale di esclusiva Marion realizzato combinando lattice con altri polimeri.

straordinaria promozione”, nonché testare “*la qualità di questi prodotti*”⁴.

15. Lo scopo della visita dell’agente, tuttavia, come ammesso dai professionisti stessi⁵ e come emerge dalle segnalazioni e dalla documentazione ispettiva, è quello di presentare al consumatore l’intera gamma dei materassi Marion, al fine di vendere al possibile cliente anche gli altri materassi in catalogo diversi da quello oggetto della promozione e con un prezzo gran lunga superiore. Il catalogo dei prodotti Marion comprende, infatti, anche materassi che non vengono pubblicizzati nel corso della promozione “*Doppio sconto*”. Tali materassi hanno anche uno spessore superiore a quello di *Evolatex* e sono i seguenti: *Marte*, con spessore di 17 cm, *Venere*, con spessore di 19 cm, e *Olimpo* con spessore di 24 cm. Il loro prezzo di vendita è significativamente più elevato di quello di *Evolatex*^{*6}.

16. Alcuni segnalanti hanno fatto presente che gli agenti di vendita, nel corso della visita a domicilio, al fine di vendere gli altri materassi in catalogo⁷, tenderebbero a sminuire e denigrare il materasso *Evolatex* in promozione, soprattutto attribuendo le vantate caratteristiche di particolare spessore dell’*Evolatex* agli altri del catalogo Marion. Tale prassi risulta stigmatizzata in un documento rinvenuto in sede di ispezione⁸, che appare comunque confermare che lo scopo della visita degli agenti sia quello di proporre e vendere gli altri materassi in catalogo che hanno un costo di gran lunga superiore a quello del materasso *Evolatex*.

17. Le evidenze acquisite nel corso del procedimento indicano l’esistenza di significativi ritardi nella consegna dei materassi *Evolatex* ordinati dai consumatori ad esito delle visite degli agenti.

18. Preliminarmente, va rilevato che in nessuno dei moduli d’ordine acquisiti agli atti del procedimento e utilizzato dagli agenti per la vendita dei materassi

⁴ Cfr. doc. 8 del fascicolo istruttorio, cit. televendite riguardante la promozione “*Doppio sconto*”.

⁵ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, pag. 2.

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

⁶ Il listino “R” 2018 materassi reti e guanciali riporta per i materassi matrimoniali standard (160X190) i seguenti prezzi: *Evolatex* 249 euro; *Marte* [500-1.000] euro; *Venere* [1.000-2.000] euro; *Olimpo* [1.500-2.500] euro. Peraltro i prezzi di listino in caso di finanziamento risultano essere ancora più alti. Cfr. documenti n. 15.3.138 e 15.3.139 del fascicolo istruttorio, Comunicazione n 65 2018 del 19 10 2018 - Listini offerta DOPPIO SCONTO.msg.

⁷ Cfr. documenti 1, 2, 3, 4 e 43 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc 15.3.135 del fascicolo istruttorio: mail Comunicazione n. 37 del 29 giugno 2018 del responsabile commerciale Marion diretta a tutti i *Team Leader* avente ad oggetto “*Nuova argomentazione*” nella quale si legge: “*Molti di voi pensavano di dissuadere il cliente con argomenti complessi e raggiri di parole, ma ancor più preoccupante è l’istinto, (insito in ognuno di noi), nel cercare valide motivazioni per screditare e disprezzare il prodotto “Evolatex”. Sicuramente non è questa la direzione da seguire! [...] Prendiamo atto che il primo cambiamento che dobbiamo attuare con questa nuova televendita è proprio ELIMINARE LA PAURA che il cliente compri i prodotti della telepromozione!*”.

commercializzati dal professionista, sono presenti indicazione circa i tempi di consegna dei prodotti⁹.

19. I dati di vendita inviati dai professionisti¹⁰ indicano che gli ordini relativi alla promozione “*Doppio sconto*” riguardante il materasso matrimoniale *Evolatex* (249 euro + spese di spedizione, per un totale di 307 euro), ammontano a circa il 20% del totale degli ordini raccolti dagli agenti. Tuttavia, solo una porzione minoritaria di tali ordinativi si tramuta in vendite effettive: infatti in base ai dati di fatturato 2019 inviati dal professionista, il materasso *Evolatex* matrimoniale rappresenta circa il 6% delle vendite complessive effettuate in termini di volume, nonché una percentuale marginale del fatturato¹¹.

20. Dagli elementi raccolti emerge come gli ordini di *Evolatex* in promozione siano evasi con tempistiche molto lunghe, soprattutto se confrontate con quelle degli altri materassi in catalogo.

21. Alcuni segnalanti che hanno acquistato il materasso in promozione hanno fatto presente che dopo diversi mesi dall’ordine, e dopo aver sollecitato più volte la consegna, il materasso non gli sarebbe stato ancora consegnato¹².

22. Tali lamentele trovano ampio riscontro nei dati acquisiti nel corso dell’istruttoria. Dall’inizio della promozione (20 ottobre 2018) al 9 maggio 2019 risultano complessivamente ordinati circa [1.000-10.000] materassi *Evolatex*; di questi quasi il 60% risultava ancora non consegnato alla data del 2 luglio 2019¹³. Quasi il 50% degli ordini risalenti al periodo iniziale della promozione, ovvero quelli effettuati nell’ultimo trimestre 2018, risultava non consegnato al 2 luglio 2019. Per quanto riguarda invece gli ordini più recenti, raccolti nei mesi di marzo, aprile e maggio 2019¹⁴, la percentuale degli *Evolatex* non consegnati risultava pari a circa il 70%.

23. Per converso, le percentuali di materassi Marte, Venere ed Olimpo non consegnati appaiono sensibilmente più basse di quelle del materasso *Evolatex*, attestandosi su valori pari a circa il 30%¹⁵.

⁹ Cfr. documenti 1, all. 1, 29, 46 all.ti 4 e 5 e 47 all. all.ti 4 e 5 del fascicolo istruttorio.

¹⁰ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1: elaborazione su informazioni inviate dalla società Enneci S.r.l. ed Evo sas in data 5/07/2019, “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”.

¹¹ Cfr. doc 36, allegato 1, e doc. 37, allegato1, del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. documenti 1 e 29 del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, tabella riepilogativa posta ad inizio del file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”.

¹⁴ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, cit.: elaborazione dai dati desumibili dal file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”.

¹⁵ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, cit, tabella riepilogativa posta ad inizio del file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”, cit. Peraltro da una verifica effettuata sulle schede fornite con il file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”, alla data del 2 luglio u.s., gli ordini relativi ai materassi Marte, Venere e Olimpo che non possono essere evasi, ammonterebbero ad una percentuale del tutto

24. Secondo quanto indicato dai professionisti, il tempo occorso per la consegna dei materassi *Evolatex* consegnati è stato pari in media a oltre tre mesi, a fronte di una media di circa un mese per le consegne degli ordinativi degli altri materassi in catalogo¹⁶.

25. Secondo i dati acquisiti in fase istruttoria, tuttavia, i tempi medi di consegna del materasso *Evolatex* in promozione appaiono sensibilmente più lunghi, attestandosi sui quattro/cinque mesi dal giorno dell'ordine. Ad esempio, il documento 15.3.1 del fascicolo, acquisito in sede ispettiva, riporta alcune consegne del materasso in promozione, con relativa fattura, effettuate tra la fine di aprile e l'inizio di maggio 2019. Ebbene, su 28 materassi *Evolatex* consegnati, per 24 di essi l'ordinativo da parte del cliente era stato effettuato 5 mesi prima della consegna, per due di essi l'ordinativo era stato effettuato 4 mesi prima della consegna e, infine, per i rimanenti 2 l'ordinativo era stato effettuato 3 mesi prima della consegna¹⁷.

26. Le evidenze acquisite in fase istruttoria, al contrario, mostrano che il tempo medio di consegna degli altri materassi in catalogo si attesta in circa un mese¹⁸.

27. Da alcuni documenti del servizio clienti acquisiti in fase di ispezione, emerge che il professionista è consapevole dei ritardi di consegna del materasso *Evolatex*, poiché ha inviato ai clienti una *mail* di scuse specificando di essere in ritardo nella consegna “rispetto alle tempistiche medie”¹⁹. In altri casi il ritardo della consegna ha determinato l'annullamento del contratto da parte del cliente²⁰.

28. Si evidenzia, inoltre, che nonostante il materasso *Evolatex* matrimoniale rappresenti una percentuale molto piccola del fatturato complessivo Marion, i consistenti investimenti pubblicitari sono stati realizzati soltanto per questo prodotto²¹.

29. Si rileva, infine, che, secondo quanto indicato dagli stessi professionisti,

marginale, inferiore all'1%, del totale degli ordini relativi, a fronte di una percentuale di ordini che non possono essere evasi di poco meno del 60% del materasso *Evolatex*. In data 23 luglio 2019, è stato chiesto al professionista di fornire una dettagliata spiegazione della riscontrata discrepanza tra i risultati della suddetta verifica e quanto riportato nella tabella posta all'inizio del file *Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409.pdf*, con riferimento al dato dei materassi Marte, Venere e Olimpo “in attesa di evasione”. I professionisti tuttavia non hanno fornito alcun riscontro a tale richiesta.

¹⁶ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttoria, all.1, cit.: tabella riepilogativa posta ad inizio del file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”, cit.

¹⁷ Cfr. doc. 15.3.1 del fascicolo istruttoria.

¹⁸ Cfr. doc. 15.3.140 del fascicolo istruttoria, *Cron Task Report spedite del 15 10 2018.msg*: il documento rappresenta l'elenco dei materassi spediti ai clienti in data 15 ottobre 2018. Il tempo di consegna medio dei materassi non in promozione risulta inferiore ai 30 giorni.

¹⁹ Cfr. docc. 19.5.2, 19.5.5 19.5.7 del fascicolo istruttoria: *mail* di reclamo clienti da Marion@marionlatex.com.

²⁰ Cfr. doc 19.5.1 del fascicolo istruttoria.

²¹ Cfr. doc 33, allegati 2-5, e doc. 34, allegati 2-5, del fascicolo istruttoria.

Enneci ha curato la vendita dei prodotti sino alla data del 28 febbraio 2019 e, successivamente, si è limitata a evadere i contratti e le richieste dei propri clienti per i contratti stipulati entro tale data²². La società EVO sas ha curato le vendite a partire dal 1° marzo 2019²³.

3) Le argomentazioni difensive delle Parti

30. Con memorie pervenute in data 24 settembre 2019, i professionisti Enneci ed EVO sas hanno presentato, in sintesi, il seguente impianto difensivo.

31. Secondo i professionisti, agli atti non vi è alcun elemento che faccia pensare che il consumatore medio possa essere volutamente o artatamente indotto in errore e l'ipotesi di una strategia posta in essere capziosamente per vendere non già il materasso della promozione ma altri materassi del catalogo Marion ad un prezzo più alto, resterebbe a livello di una congettura indimostrata.

32. Lo *spot* oggetto del procedimento è immune da censure. Infatti, il suo oggetto, ovvero il materasso *Evolatex*, “*si caratterizza effettivamente per pregio e qualità del prodotto, considerata la prevalente composizione in Tecno-latex, quale materiale di esclusiva Marion ottenuto combinando lattice ed altri polimeri*”²⁴.

33. Con particolare riferimento all'espressione “*più alto che mai*”, il professionista ha sottolineato che essa è stata utilizzata nella televendita dell'*Evolatex* in quanto “*nella televendita precedente, avente ad oggetto il prodotto in promozione “Air plus”, il materasso in questione aveva un'altezza di 12 cm, mentre Evolatex 16 cm*”²⁵.

34. Secondo il professionista le caratteristiche dell'*Evolatex*, così come descritte nello *spot*, rispondono incontrovertibilmente al vero. Esse vengono presentate con un “*linguaggio chiaro, pertinente, non fuorviante e coerente alla natura promozionale e pubblicitaria del messaggio veicolato a mezzo spot, tanto da potersi giustificare, al più, un dolus bonus giuridicamente non rilevante e/o non censurabile nella presente sede di tutela consumeristica*”²⁶.

35. Lo *spot* indica chiaramente ai possibili acquirenti che il contatto telefonico a mezzo numero verde non impegna all'acquisto ma ha lo scopo di richiedere “*la visita gratuita di un consulente qualificato che ti mostrerà dal vivo la*

²² Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio: informazioni inviate dalla società Enneci S.r.l. in data 5/07/2019.

²³ Cfr. doc 34 del fascicolo istruttorio: informazioni inviate dalla società Evo sas in data 5/07/2019.

²⁴ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, pag. 1.

²⁵ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 1.

²⁶ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 2.

qualità dei nostri prodotti”²⁷. Secondo il professionista, questa specificazione rende edotti i consumatori della circostanza per cui la visita del consulente è propedeutica alla visione dei “prodotti” a marchio Marion e non solo di quello oggetto della promozione.

36. Pertanto, la scelta del consumatore per un materasso piuttosto che per un altro è libera e “*non coartata da chicchessia, anzi è il frutto di adeguata consulenza prestata dalle società*”²⁸ e il consulente specializzato non impone al cliente l’ordine o l’acquisto di materassi diversi dall’*Evolatex*.

37. A conferma di questo, il professionista sottolinea che gli ordinativi di acquisto raccolti in relazione al materasso *Evolatex* sono pari al 20% degli ordinativi complessivi raccolti dai consulenti. Da questo punto di vista, il professionista sottolinea che “*resta in ogni caso fermo il dato per il quale un quinto dei consumatori entrati in contatto con il consulente Marion a seguito della chiamata al numero verde indicato nello spot ordina tranquillamente il materasso Evolatex*”²⁹.

38. I professionisti hanno contestato la significatività del dato secondo cui *Evolatex* rappresenterebbe solo il 6% delle vendite complessive in termini di volume. Tale dato sarebbe infatti parziale e fuorviante, poiché esso si riferisce ai contratti perfezionati alla data del 9 maggio 2019. Successivamente a tale data, è proseguita l’evasione degli ordinativi “*con riconciliazione dei dati tra ordinativi e vendite effettive*”³⁰. A questo si aggiunga che parte degli ordinativi normalmente non si tramutano in vendite effettive, vuoi per il fisiologico annullamento di taluni ordinativi, vuoi per il respingimento di talune pratiche di finanziamento.

39. Secondo il professionista, qualora la condotta delle società fosse ritenuta meritevole di censura, ne sarebbe illegittimamente compressa la libertà d’impresa *ex art. 41* della Costituzione, inibendo alle stesse di creare un contatto con la clientela per i propri legittimi interessi commerciali.

40. Con riferimento ai ritardi nella consegna del materasso in promozione, il professionista sottolinea che a differenza degli altri materassi in catalogo, l’acquisto del materasso *Evolatex* fa parte di un pacchetto con alcuni omaggi (rete elettrica e *set notte*). La lavorazione del “pacchetto”, anziché del solo materasso, secondo il professionista, comporta una maggiore complessità

²⁷ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 2.

²⁸ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 2.

²⁹ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 3.

³⁰ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 3. Secondo i dati da ultimo inviati con memoria del 24 settembre 2019, la percentuale dei materassi *Evolatex* non consegnati ammonterebbe a circa il 40% sia per gli ordinativi 2018 che 2019. Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, all. 5.

nella procedura di approvvigionamento, composizione e successivo recapito dei prodotti “*ragion per cui il presunto ritardo risponde solo alle coerenti tempistiche necessarie al completamento dell’ordine*”³¹. Il professionista sottolinea che i materassi a prezzo maggiore di quello in promozione vengono consegnati tendenzialmente prima poiché, a fronte del previsto maggior esborso per il consumatore, la maggior parte dei contratti sono accompagnati da un finanziamento concesso da una società di credito al consumo: una volta liquidato il prezzo al venditore dalla società finanziaria, con contestuale addebito della prima rata al cliente, il materasso deve essere necessariamente consegnato. Il prodotto in promozione, invece, visto il prezzo contenuto, viene solitamente pagato dal cliente in unica soluzione in contanti/assegno alla consegna. Il professionista ha inoltre precisato che il contratto di acquisto si perfeziona solo con la consegna del bene, ragion per cui fino a tale momento sul consumatore non grava alcun obbligo e/o adempimento a suo carico³².

41. Infine, Enneci ed EVO sas sostengono di non aver mai posto in essere alcuna omissione informativa nei confronti dei consumatori. Al contrario lo *spot* pubblicitario si caratterizza per la dovizia di informazioni e precisazioni fornite dai conduttori e anche tramite banner, circa tutte le caratteristiche della promozione pubblicizzata.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

42. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso il mezzo televisivo e la rete internet, in data 25 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.

43. Con parere pervenuto in data 18 ottobre 2019, la suddetta Autorità ha espresso le proprie valutazioni circa l’attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare l’eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima, ritenendo che, nel caso di specie, l’utilizzo di *internet*, unitamente al mezzo televisivo, risulti funzionale, agevoli e amplifichi significativamente la realizzazione della pratica oggetto del procedimento.

³¹ Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 3.

³² Cfr. docc. 45 e 46 del fascicolo istruttorio, cit., pag. 4.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

44. Il presente provvedimento ha ad oggetto le pratiche commerciali poste in essere dalle società Enneci ed EVO sas, in qualità di professionisti, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo, riguardanti (i) la diffusione di informazioni ingannevoli con riferimento allo spessore del materasso *Evolatex* attraverso lo *spot* “*Doppio sconto*”, nonché (ii) la ritardata consegna del materasso in promozione *Evolatex*.

45. Devono considerarsi responsabili delle pratiche commerciali contestate sia la società Enneci che la società EVO sas, avendo esse concorso alla realizzazione delle due infrazioni, ancorché in misura differenziata come di seguito illustrato. Al riguardo si richiamano le informazioni fornite dai due professionisti secondo cui Enneci ha curato la promozione e le vendite del materasso in promozione sino alla data del 28 febbraio 2019 e, successivamente, ha evaso i contratti e le richieste dei propri clienti per i contratti stipulati entro tale data, mentre EVO sas ha curato la promozione e le vendite del prodotto in promozione a partire dal 1° marzo 2019³³.

a) La strategia di vendita del professionista

46. Gli elementi raccolti nel corso dell'istruttoria evidenziano come la strategia commerciale del professionista venga posta in essere in due fasi. La prima fase si realizza attraverso l'effetto “*aggancio*” realizzato dallo *spot* televisivo grazie all'interesse generato nei possibili acquirenti attraverso la promozione del materasso *Evolatex*. Il materasso infatti viene offerto ad un prezzo estremamente conveniente e viene descritto di elevata qualità e spessore. Come sopra evidenziato, contattando il numero verde che compare in sovrimpressioni durante la televendita non è possibile acquistare direttamente il materasso in promozione al prezzo pubblicizzato con gli omaggi promessi, ma occorre fissare necessariamente un appuntamento al proprio domicilio con un agente della società per “*valutare in tutta comodità questa straordinaria promozione*”, nonché testare “*la qualità di questi prodotti*”³⁴.

47. La seconda fase si realizza con la visita a domicilio dell'agente di vendita il cui intento è quello di vendere al potenziale cliente, secondo le segnalazioni pervenute e la documentazione acquisita, non soltanto il materasso in

³³ Cfr. docc. n. 33 e 34 del fascicolo istruttorio, cit.

³⁴ Cfr. doc. 8 del fascicolo istruttorio, cit.

promozione, ma anche gli altri materassi del catalogo Marion ad un prezzo di gran lunga superiore a quello dello *spot* promozionale.

48. Che questo sia lo scopo della strategia promozionale del professionista appare confermato sia dalla *mail* del responsabile commerciale del 29 giugno 2018, sia dalla circostanza che, nonostante gli *spot* televisivi riguardino esclusivamente la promozione “*Doppio sconto*” e il materasso *Evolatex*, gli ordini raccolti dagli agenti sono per circa l’80% del totale relativi ad altri materassi del catalogo Marion e che a questi ultimi, secondo gli elementi raccolti in fase istruttoria, risulta data priorità nella consegna.

49. Nell’ambito di tale complessiva strategia di vendita, il professionista ha posto in essere due distinte pratiche commerciali scorrette, consistenti: nella diffusione di informazioni ingannevoli nello *spot* promozionale denominato “*Doppio sconto*” con riferimento alle caratteristiche del materasso *Evolatex*, e specificamente al suo spessore, in violazione dell’art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo; nella consegna in tempi non ragionevoli del materasso *Evolatex* in promozione, in violazione dell’art. 23 comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo.

50. Le due pratiche commerciali sono distinte e non causalmente collegate. Esse, infatti, si presentano come strutturalmente autonome in ragione della fase del rapporto di consumo cui attengono: la prima pratica afferisce all’insieme di informazioni di cui il consumatore ha bisogno prima della decisione di acquisto per orientare consapevolmente le proprie scelte commerciali; la seconda invece concerne un momento successivo all’atto di consumo riguardante la consegna del bene acquistato.

b) L’ingannevolezza dello spot “Doppio sconto”

51. Lo *spot* televisivo “*Doppio sconto*”, descritto al punto III.2 del presente provvedimento risulta ingannevole con riferimento ad un elemento rilevante delle caratteristiche del prodotto, concernente lo spessore del materasso in promozione *Evolatex*, in violazione dell’art. 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

52. Lo *spot* in questione, infatti, nel promuovere le caratteristiche “*rivoluzionarie*” del materasso *Evolatex*, lascia intendere sia attraverso le immagini che le affermazioni dello *speaker* (*Evolatex è più ergonomico, più elastico, più resistente ai grossi carichi e più alto che mai*) che il materasso in offerta abbia uno spessore particolarmente elevato e sia perciò particolarmente confortevole. Peraltro, lo spessore effettivo del materasso non viene mai

indicato durante tutta la durata dello *spot*.

53. Secondo i dati acquisiti nel corso del procedimento, il materasso *Evolatex* ha uno spessore di 16 cm, non particolarmente elevato in termini assoluti e inferiore a quello degli altri materassi del catalogo Marion, tale da non giustificare l'affermazione "*più alto che mai*".

54. Da questo punto di vista occorre osservare che l'art. 20, comma 3, del codice del consumo fa salva la pratica pubblicitaria considerata legittima "*consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera*". Alla luce di tale norma, l'Autorità ha più volte ritenuto che i *claim* contenenti espressioni genericamente iperboliche riferite ai prodotti commercializzati non siano idonei a trarre in inganno il consumatore e a realizzare una portata decettiva del messaggio.

55. Nel caso di specie, tuttavia, la strategia commerciale del professionista, come sopra evidenziato, si basa sull'interesse che lo *spot* genera tra i consumatori per il materasso *Evolatex* in ragione del prezzo particolarmente conveniente e delle vantate caratteristiche di particolare qualità del prodotto: "*il rivoluzionario materasso in lattice matrimoniale arricchito di tecnolates. Evolatex è più ergonomico, più elastico, più resistente ai grossi carichi e più alto che mai*".

56. L'indicazione di un'altezza del materasso particolarmente elevata, caratteristica che notoriamente è uno degli elementi che contribuiscono a determinare la qualità di un materasso, in assenza di altre informazioni disponibili sul prodotto viene ragionevolmente intesa dai consumatori come un elemento che rafforza la percezione di particolare qualità, pregio del prodotto e, dunque, convenienza dell'offerta.

57. Le argomentazioni del professionista sul punto, secondo il quale l'espressione "*più alto che mai*" è stata utilizzata nella televendita dell'*Evolatex* in quanto "*nella televendita precedente, avente ad oggetto il prodotto in promozione "Air plus", il materasso in questione aveva un'altezza di 12 cm, mentre Evolatex 16 cm*", non appaiono sufficienti ad escludere l'induzione in errore prodotta dalla complessiva presentazione della televendita. Nello *spot* "*Doppio sconto*" oggetto del presente procedimento, non viene mai citato, infatti, il materasso "*Air Plus*", né viene effettuata alcuna comparazione con tale materasso, né ci si può attendere che il consumatore abbia serbato memoria della precedente promozione ed effettui la comparazione ipotizzata dal professionista. È pertanto del tutto irragionevole argomentare che i consumatori possano decodificare tale locuzione mettendola in relazione ad una passata promozione relativa a un prodotto non

più commercializzato dal professionista.

58. Peraltro, l'affermazione “*più alto che mai*” riferita al materasso *Evolatex*, è stata espunta dalla promozione “*Sconto anniversario*” diffusa a partire dal mese di luglio 2019.

c) I tempi di consegna del materasso *Evolatex*

59. Con riferimento ai lunghi tempi di consegna dei materassi *Evolatex* in promozione lamentati da alcuni consumatori, i dati esposti al punto III.2 del presente provvedimento evidenziano che, su un totale di circa [1.000-10.000] ordini riguardanti il materasso *Evolatex* raccolti dall'inizio della promozione (20 ottobre 2018) fino al 9 maggio 2019, quasi il 60% risultava ancora non consegnato alla data del 2 luglio 2019. Degli ordini effettuati nell'ultimo trimestre 2018, quasi il 50% risultava non consegnato al 2 luglio 2019. Per quanto riguarda invece gli ordini più recenti, raccolti nei mesi di marzo, aprile e maggio 2019³⁵, la percentuale degli *Evolatex* non consegnati risultava pari a circa il 70%.

60. I dati sopra esposti non trovano analogo riscontro per quel che riguarda gli ordini dei materassi non in promozione³⁶, che risultavano invece consegnati per oltre due terzi degli ordini ricevuti. Peraltro, anche con riferimento ai materassi in promozione consegnati, secondo quanto indicato dal professionista, il tempo medio di consegna risulta pari ad oltre tre mesi, a fronte di una media di circa un mese per le consegne riguardanti gli ordinativi degli altri materassi in catalogo³⁷.

61. Il professionista ha motivato tali ritardi nella consegna sottolineando che l'acquisto del materasso *Evolatex*, a differenza degli altri materassi in catalogo, fa parte di un pacchetto con alcuni omaggi la cui lavorazione comporta una maggiore complessità nella procedura di vendita. Il professionista, inoltre, ha sottolineato che i materassi a prezzo maggiore di quello in promozione vengono consegnati tendenzialmente prima poiché, a fronte di un previsto maggior esborso per il consumatore, la maggior parte dei

³⁵ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, cit.: elaborazione dai dati desumibili dal file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”).

³⁶ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, cit.: tabella riepilogativa posta ad inizio del file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*” cit., le percentuali di consegna dei materassi Marte, Venere ed Olimpo sarebbero sensibilmente più alte di quella del materasso *Evolatex*, attestandosi su valori prossimi al 70%. Peraltro da una verifica effettuata sulle schede fornite con il file “*Documentazione_Punti_1 e 2_Rif.PS11409*”, alla data del 2 luglio u.s., gli ordini relativi ai materassi Marte, Venere e Olimpo che non possono essere evasi sarebbero una percentuale del tutto marginale del totale degli ordini relativi, a fronte di una percentuale di ordini che non possono essere evasi di quasi il 60% del materasso *Evolatex* (cfr. nota 15).

³⁷ Cfr. doc 33 del fascicolo istruttorio, all.1, cit.

contratti sono stipulati con finanziamento di credito al consumo, il quale una volta liquidato dalla società finanziaria, richiede necessariamente la consegna del prodotto.

62. Tali argomentazioni, tuttavia, non appaiono sufficienti a giustificare un tempo medio di consegna dei materassi *Evolatex* di oltre tre mesi, pari al triplo di quelli degli altri materassi, e tempi effettivi di consegna di oltre 6 mesi per la metà dei materassi ordinati nell'ultimo trimestre 2018. Esse appaiono piuttosto la conferma che i professionisti non si sono dotati di una organizzazione aziendale adeguata ad assicurare i medesimi tempi di consegna a tutti i consumatori, con la conseguenza che i consumatori che hanno deciso di acquistare i materassi in promozione con gli omaggi pubblicizzati hanno subito un significativo pregiudizio rappresentato dal ritardo nei tempi di consegna e un'alterazione delle scelte di acquisto. Ove gli acquirenti fossero stati consapevoli, al momento dell'acquisto, dei lunghi tempi di consegna del prodotto, avrebbero potuto indirizzare le loro scelte di consumo a favore di altri operatori.

63. La circostanza che la modulistica utilizzata dagli agenti non indichi un termine di consegna non esime il professionista dall'assicurare la consegna dei materassi in promozione in un tempo ragionevole, in considerazione della natura del bene e di quanto richiesto nella generalità dei casi per analoghi prodotti.

64. Da questo punto di vista occorre osservare che, secondo i dati forniti dallo stesso professionista e gli elementi acquisiti nel corso del procedimento, il tempo medio di consegna dei materassi Marion, diversi da quello in promozione *Evolatex*, sono pari a circa un mese³⁸.

65. La condotta sopra descritta risulta, pertanto, scorretta in quanto il materasso in promozione *Evolatex* non viene consegnato in un tempo ragionevole, in violazione dell'articolo 23, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

66. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone

³⁸ Peraltro, si osserva che l'art. 61, comma 1, del Codice del Consumo stabilisce che “*Salva diversa pattuizione delle parti del contratto di vendita, il professionista è obbligato a consegnare i beni al consumatore senza ritardo ingiustificato e al più tardi entro trenta giorni dalla data di conclusione del contratto*”.

l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

67. Poiché il procedimento ha a oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, va rilevato che 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 giuridico³⁹.

68. Ciò detto, 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.

69. Inoltre, occorre tenere in considerazione il principio per cui la sanzione amministrativa è individuale e va commisurata alle condizioni soggettive e oggettive di ciascun soggetto coautore dell'illecito⁴⁰; al riguardo, vi è ragione di operare un trattamento sanzionatorio differenziato nei confronti dei professionisti, in relazione alle loro dimensioni economiche e, con riferimento alla seconda pratica, alla diversa durata della partecipazione all'infrazione.

70. Con riferimento alle dimensioni economiche dei professionisti, secondo i dati dagli stessi forniti, il fatturato relativo alle vendite dei materassi a marchio Marion realizzato dalla società Enneci nell'anno 2018 è pari a circa [10-50] milioni di euro⁴¹, e nel 2019 (fino al 9 maggio 2019) è pari a circa [1-10] milioni di euro⁴². Per quanto riguarda la società EVO sas, costituitasi nell'anno 2018, il fatturato relativo alle vendite dei materassi a marchio Marion nell'anno 2019 (fino al 9 maggio 2019) è pari a circa [1-10] milioni di euro⁴³.

71. Per quanto riguarda la prima pratica commerciale (diffusione di informazioni ingannevoli sulle caratteristiche del prodotto), con riferimento alla gravità della violazione occorre considerare che la televendita ha avuto ampia diffusione sul territorio nazionale attraverso l'utilizzo di varie emittenti televisive nazionali e locali, nonché la rete *internet*.

72. Relativamente alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale di cui al punto II, lettera A, del presente provvedimento, nel suo insieme, risulta essersi protratta dal mese di ottobre

³⁹ Cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012.

⁴⁰ Cfr. decisione Consiglio di Stato del 20 marzo 2001, n. 1671.

⁴¹ Cfr. doc 18.1.10 del fascicolo istruttorio.

⁴² Cfr. doc 36 del fascicolo istruttorio, all.1.

⁴³ Cfr. doc 37 del fascicolo istruttorio, all.1

2018 fino al mese di luglio 2019 (data in cui la televendita è stata modificata rimuovendo il *claim* oggetto di contestazione). È stata posta in essere a partire dal mese di ottobre 2018 fino al mese di febbraio da Enneci e dal marzo 2019 al luglio 2019 dalla società EVO sas⁴⁴.

73. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile, con riferimento alla pratica di cui punto II, lettera A), del presente provvedimento, alla società Enneci nella misura di 15.000 €(quindicimila euro) e alla società EVO sas nella misura di 10.000 €(diecimila euro).

74. Per quanto riguarda la seconda pratica commerciale (tempi di consegna non ragionevoli del materasso *Evolatex*), con riferimento alla gravità della violazione si rileva che questa ha coinvolto un numero molto ampio di consumatori. Benché il prodotto in promozione venga pagato dal cliente in unica soluzione alla consegna, senza esborso anticipato di denaro, la condotta accertata ha arrecato un significativo pregiudizio ai consumatori rappresentato dal ritardo nei tempi di consegna e dall'alterazione delle loro scelte di acquisto. Come sopra sottolineato, infatti, ove questi fossero stati consapevoli, sin dal momento dell'acquisto, dei lunghi tempi di consegna del prodotto, avrebbero potuto indirizzare le loro scelte di consumo a favore di altri operatori, al fine di poter beneficiare, in tempi ragionevoli, di un bene comunque funzionale alla soddisfazione di un primario bisogno quotidiano.

75. Relativamente alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale di cui al punto II, lettera B), del presente provvedimento, nel suo insieme, risulta essersi protratta dal mese di ottobre 2018 a tutt'oggi. È stata posta in essere per l'intero periodo dalla società Enneci e a partire dal mese di marzo 2019 a tutt'oggi dalla società EVO sas.

76. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile, con riferimento alla pratica di cui punto II, lettera B), del presente provvedimento, alla società Enneci nella misura di 50.000 €(cinquantamila euro) e alla società EVO sas nella misura di 30.000 €(trentamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli circa lo spessore del

⁴⁴ A partire da luglio 2019 la promozione "doppio sconto" è stata sostituita dalla promozione "Sconto anniversario" e il *claim* oggetto di contestazione è stato rimosso.

materasso *Evolatex*, integra una violazione dell'articolo 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

RITENUTO, altresì, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, consistente nel ritardo della consegna del materasso *Evolatex* in promozione entro un periodo di tempo ragionevole, integra una violazione dell'articolo 23, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Enneci S.r.l. ed EVO S.a.s. di DIERRE Group S.r.l. & C., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Enneci S.r.l. ed EVO S.a.s. di DIERRE Group S.r.l. & C., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 23, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne vieta la continuazione;

c) di irrogare alla società Enneci S.r.l., per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 15.000 € (quindicimila euro);

d) di irrogare alla società EVO S.a.s. di DIERRE Group S.r.l. & C., per la violazione di cui alla precedente lettera a) una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 10.000 € (diecimila euro);

e) di irrogare alla società Enneci S.r.l., per la violazione di cui alla precedente lettera b) una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 50.000 € (cinquantamila euro);

f) di irrogare alla società EVO S.a.s. di DIERRE Group S.r.l. & C., per la violazione di cui alla precedente lettera b) una sanzione amministrativa pecuniaria pari a 30.000 €(trentamila euro);

g) che i professionisti comunichino all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto 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

Roberto Rustichelli