



*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 29 maggio 2019, con il quale è stato disposto l’accertamento ispettivo, ai sensi dell’art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso Golden Car s.r.l.s.;

VISTO il proprio provvedimento del 3 luglio 2019, con il quale è stata deliberata l’adozione della misura cautelare, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 15 ottobre 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. Golden Car s.r.l.s. (nel prosieguo anche “Golden Car”, “Società” o “Professionista”) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società esercita, tra l’altro, l’attività di ideazione di campagne pubblicitarie e di diffusione di pubblicità, anche tramite la vendita, la locazione o comunque la messa a disposizione a qualunque titolo degli spazi pubblicitari sui veicoli di clienti e collaboratori.

2. AECI - Associazione Europea Consumatori Indipendenti, in qualità di segnalante¹.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dalla Società, consistente nella proposta di un’offerta commerciale denominata “Golden Car”, diffusa sui propri siti web (www.golden-car.info, www.goldencarsenzapensieri.it e www.goldencarsenzapensieri.com), il cui meccanismo di adesione esponeva il consumatore a un significativo esborso economico - aggiuntivo rispetto al costo dell’autovettura - di importo non inferiore a circa €6.000-7.000.

4. In particolare, attraverso enfatici *claim* pubblicitari, il Professionista prospettava ai consumatori la possibilità di acquistare varie tipologie di veicoli “*a costo zero*” oppure comunque “*abbattuto*”, impegnandosi a corrispondere agli aderenti un compenso mensile a titolo di remunerazione per la prestazione di un servizio pubblicitario sul veicolo acquistato (c.d. *carvertising*), presentato come tale da coprire integralmente o parzialmente il costo sostenuto e/o le rate del finanziamento stipulato per l’acquisto dell’autovettura, nonché una quota delle spese sostenute per il carburante.

5. A fronte di tale suggestiva prospettazione circa la convenienza dell’offerta commerciale *Golden Car*, il consumatore era in realtà tenuto, al fine di aderire alla proposta del Professionista, a sostenere il costo del veicolo (eventualmente sottoscrivendo un contratto di finanziamento), nonché altri costi, quali il versamento di un’elevata *fee d’ingresso*, che contemplava il pagamento di un importo complessivo per spese di istruttoria e relative al

¹ Cfr. segnalazione pervenuta in data 7 maggio 2019, prot. 0034272.

wrapping, come anche a titolo di caparra penitenziale, dell'ammontare complessivo di circa €6.000-7.000.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 6 giugno 2019 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio PS11447 per possibile violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera *b)*, *c)* e *d)*, 22, nonché 23, comma 1, lettera *p)*, del Codice del Consumo. In tale sede, è stata rilevata la possibile ingannevolezza delle modalità di pubblicizzazione ed esaltazione dei presunti vantaggi dell'offerta "*Golden Car*" nonché la sua idoneità ad indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, con particolare riferimento all'acquisto di un veicolo ed al versamento degli elevati costi di adesione alla proposta commerciale (tra l'altro la "*caparra penitenziale*"). Inoltre, la comunicazione di avvio del procedimento ipotizzava l'eventuale sussistenza di profili di piramidalità nello schema di offerta "*Golden Car*" ai sensi dell'art. 23, comma 1, lettera *p)*, del Codice del Consumo.

7. In data 29 maggio 2019, l'Autorità ha deliberato di autorizzare ispezioni, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede di Golden Car. Gli accertamenti ispettivi sono stati svolti in data 6 giugno 2019.

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la parte è stata invitata, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 10 giorni dal suo ricevimento, al fine di valutare i presupposti per la sospensione provvisoria della pratica, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo. In data 17 giugno e 27 giugno 2019 Golden Car s.r.l.s. ha fatto pervenire memorie difensive².

9. L'Autorità, con provvedimento del 3 luglio 2019³, ritenendo sussistenti i presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*, ha disposto che la Società sospendesse provvisoriamente ogni attività diretta alla promozione e commercializzazione dell'offerta denominata "*Golden Car*", che

² Tali memorie sono rispettivamente pervenute con prot. n. 0043279 e prot. n. 0045108.

³ Vedi provvedimento n. 27840, del 3 luglio 2019, comunicato alla Società in data 16 luglio 2019 (prot. n. 0049370) e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità n. 29/2019.

pubblicizzava la possibilità di acquistare automobili “a costo zero” o comunque “abbattuto”, e prevedeva, tra l’altro, il versamento iniziale di un ingente importo a titolo di caparra penitenziale.

10. Con comunicazione pervenuta in data 26 luglio 2019⁴, la Società ha dichiarato di aver “*provveduto a sospendere provvisoriamente la propria attività commerciale*”, oscurando il sito *www.golden-car.info* e le altre piattaforme *web* ad essa riconducibili (*Facebook* e *Instagram*), nonché informando gli incaricati (mediante comunicazioni *e-mail*), e i terzi, circa l’avvenuta sospensione provvisoria della propria attività (attraverso la diffusione di un apposito comunicato).

11. In data 23 agosto 2019 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento⁵. Successivamente, in data 12 settembre 2019 Golden Car ha fatto pervenire una memoria difensiva finale⁶.

12. In data 17 settembre 2019, poiché la condotta in questione è stata posta in essere, tra l’altro, tramite siti *internet* riconducibili al Professionista, si è richiesto all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di esprimere il proprio parere in merito, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento⁷.

13. In data 15 ottobre 2019, l’Autorità ha deliberato di prorogare di quattro giorni, e quindi al 30 ottobre 2019, il termine di conclusione del procedimento istruttorio, al fine di acquisire il parere della predetta Autorità di settore, come comunicato al Professionista in data 16 ottobre 2019.

2) Le evidenze acquisite

a) I claim pubblicitari e le informazioni diffuse ai consumatori

14. Il Professionista pubblicizzava sui siti *web* ad esso riconducibili (*www.golden-car.info*, *www.goldencarsenzapensieri.it* e *www.goldencarsenzapensieri.com*) l’offerta commerciale denominata “*Golden Car*” mediante una serie di *claim* suggestivi tesi a prospettare ai consumatori la possibilità di acquistare veicoli “a costo zero” oppure “abbattuto” attraverso il rimborso integrale o parziale del relativo costo di

⁴ Cfr. la relazione di ottemperanza relativa al provvedimento di sospensione provvisoria della pratica, prot. n. 0053127.

⁵ Cfr. comunicazione del termine di chiusura della fase istruttoria, prot. 0056585 del 23 agosto 2019.

⁶ Cfr. memoria prot. 0059811 del 12 settembre 2019.

⁷ Richiesta di parere all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, prot. 0060632 del 17 settembre 2019.

acquisto nonché di una quota delle spese per il carburante.

15. In particolare, sul sito www.golden-car.info, l'offerta commerciale Golden Car era presentata, con toni suggestivi, attraverso i seguenti *claim*: “LA TUA NUOVA AUTO#Senza pensieri”, “Acquista l'auto dei tuoi sogni a costo zero. Oggi puoi farlo grazie a Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere il costo del finanziamento dell'auto, cosa devi fare? Solo guidare!”, “Acquista la tua auto senza pensieri, scegli la tipologia della tua auto per marca, modello, cilindrata e alimentazione. Contatta il nostro ufficio [...] o un nostro incaricato e fisseremo un appuntamento”, “Un elenco di auto a tua scelta senza pensieri. Consulta la lista e fissa un appuntamento con un nostro consulente, facile, veloce, sicuro”⁸.

16. Ulteriori comunicazioni commerciali inerenti l'offerta Golden Car, di tenore analogo a quelle già riportate, sono state diffuse sul sito www.goldencarsenzapensieri.it⁹, dove era presente il seguente *claim*: “Acquista o noleggia l'auto dei tuoi sogni a costo zero. Oggi puoi farlo grazie a Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere il costo del finanziamento dell'auto. Cosa devi fare? Solo guidare!”⁹.

17. Si riportano di seguito alcune immagini - puramente esemplificative - relative alle citate comunicazioni commerciali diffuse dal Professionista attraverso i propri siti *internet*.

Immagine 1. Sito www.golden-car.info¹⁰

E' semplice e veloce!

Recarti presso il tuo concessionario di fiducia, e scegli l'auto che desideri. L'auto potrà essere bianca, nera o una tonalità chiara di grigio.

Dopo aver scelto l'auto desiderata fatti fare un preventivo. Successivamente chiama i nostri uffici per fissare un appuntamento con un nostro consulente dove valuteremo insieme il preventivo e la documentazione per avere un finanziamento.

L'unica cosa richiesta è girare per cinque anni con pubblicità, vivere tranquillamente la tua vita privata senza pensieri (andare in ufficio andare in vacanza andare a scuola andare al cinema...).

Contatta i nostri uffici e prendi in appuntamento con un nostro consulente che ti spiegherà tutto quello che dovrai fare per avere l'auto dei tuoi sogni.

Per avere la rata senza pensieri dovrai effettuare due selfie (due fotografie) due volte a settimana da postare sul proprio profilo Facebook.



⁸ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio 2019 e del 27 giugno 2019.

⁹ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 27 giugno 2019.

¹⁰ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio e del 27 giugno 2019.

Immagine 2. Sito www.goldencarsenzapensieri.it¹¹

Golden Car propone un sistema innovativo di pubblicità "dinamica" su strada e sui Social Network legato alle autovetture.

Scopri

la tua auto/moto!

Acquista o noleggia l'auto dei tuoi sogni a costo zero. Oggi puoi farlo grazie a Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere il costo del finanziamento dell'auto. Cosa devi fare? Solo guidare!

18. Sulla base delle risultanze istruttorie, i siti *web* del Professionista www.golden-car.info e www.goldencarsenzapensieri.it risultavano ancora pienamente accessibili al pubblico nel corso del mese di giugno 2019 e contenevano i messaggi pubblicitari illustrati ed esemplificativamente citati nei paragrafi precedenti. D'altra parte, i contratti acquisiti in ispezione e sottoscritti dai consumatori aderenti all'offerta *Golden Car* nei mesi di maggio e giugno 2019 facevano ancora espresso riferimento al sito www.golden-car.info¹².

19. Nel corso del procedimento, il Professionista ha dichiarato di aver attivato, a partire dal 4 giugno 2019, un nuovo sito (www.goldencarsenzapensieri.com)¹³ dove avrebbe reclamizzato la possibilità di "abbattere un costo" tramite l'adesione all'offerta *Golden Car* e non di acquistare un veicolo "a costo zero"¹⁴. Al riguardo, le evidenze istruttorie hanno consentito di appurare che l'attivazione di tale ultimo sito non ha comportato l'oscuramento degli altri due siti (<http://www.golden-car.info> - la cui indicazione era infatti ancora presente nei contratti sottoscritti dagli aderenti nei mesi di maggio e giugno 2019 - nonché www.goldencarsenzapensieri.it). Questi due ultimi siti hanno dunque continuato a essere accessibili *on-line* e a diffondere le comunicazioni commerciali sopra illustrate, senza contenere alcun avviso ai consumatori

¹¹ Cfr. verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio e del 27 giugno 2019.

¹² Cfr., in proposito, i docc. 4 e seguenti dell'allegato 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019, come anche il citato verbale di accertamento ispettivo.

¹³ Cfr., in proposito, il verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019 e la memoria difensiva del 17 giugno 2019, prot. 0043279.

¹⁴ Cfr. allegato 9 alla memoria difensiva del 17 giugno 2019. In particolare, nella sezione "come-funziona" è indicato "Acquista o noleggia l'auto dei tuoi sogni! Oggi puoi farlo lavorando con Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere un costo grazie al servizio offerto. SCOPRI COME... CONTATTACI!!!!"

sull'esistenza del nuovo sito www.goldencarsenzapensieri.com, fino all'esecuzione da parte del Professionista del provvedimento di sospensione provvisoria della pratica.

20. Con riferimento alle modalità di adesione all'offerta *Golden Car*, sulla base delle indicazioni presenti sul sito <http://www.golden-car.info>, il consumatore doveva: (i) corrispondere un ingente importo (€6.000) a titolo di caparra penitenziale (o *cauzione*), una parte del quale (€1.000) doveva essere versato come anticipo al momento della sottoscrizione del contratto con la Società; (ii) procedere all'acquisto dell'automobile individuata (sottoscrivendo eventualmente un contratto di prestito finalizzato con una società finanziaria).

21. Nell'ambito della presentazione dell'offerta *Golden Car* diffusa sul sito www.golden-car.info era fornita una sintetica esposizione del vantaggio essenziale promesso dal Professionista, ossia la corresponsione di un rimborso mensile di €400 per la durata di 60 mesi (*“Per te € 400 al mese x 60 mesi”*¹⁵). Per quanto riguarda l'articolazione del rimborso mensile pubblicizzato da *Golden Car*, sul predetto sito *web* - alla sezione *“come funziona”* - era presente la tabella esemplificativa, di seguito riportata (Immagine 3), contenente un'ipotesi di acquisto che illustrava il confronto tra l'acquisto di un'automobile del valore di €10.000 senza e tramite l'offerta *“Golden Car”*.

Immagine3



¹⁵ Cfr. verbale di acquisizione agli atti del procedimento del 27 giugno 2019.

22. Come si evince dalla tabella sopra riportata, aderendo all’offerta “*Golden Car*”, il consumatore doveva procedere a un versamento totale di €16.000, di cui €10.000 per l’acquisto del veicolo (*importo auto*) e €6.000 a titolo di *cauzione* (o caparra penitenziale), per poi ricevere da Golden Car un rimborso mensile dell’ammontare di €400 per la durata di 60 mesi (di cui €300 quale remunerazione dell’attività di “statistica” ai fini del rimborso del costo di acquisto dell’auto e €100 per il rimborso forfettario delle spese di carburante - *Benzina*).

23. In fondo alla predetta tabella, da un lato era enfatizzato il prospettato vantaggio economico derivante dall’offerta Golden Car, attraverso il suggestivo *claim* “*Totale costo a carico del cliente € 0*”, dall’altro lato era evidenziato il costo a carico del consumatore di €300 mensili in caso di acquisto dell’auto auto senza aderire all’offerta *Golden Car*.

b) I moduli contrattuali

24. Per quanto concerne le procedure di adesione al sistema *Golden Car*, dagli elementi informativi acquisiti nel corso degli accertamenti ispettivi e dalla documentazione prodotta dalla Società anche nell’ambito delle memorie difensive, è emerso che tale offerta prevedeva la sottoscrizione da parte dell’aderente di due moduli contrattuali, la cui formulazione è mutata nel tempo. In particolare, si trattava di una “*Lettera d’incarico alla vendita diretta a domicilio*” e di un ulteriore e separato contratto relativo all’impegno assunto dall’aderente di acquistare un’automobile per svolgere tale attività pubblicitaria per conto della Società.

25. In particolare, facendo riferimento ai contratti più di recente sottoscritti¹⁶, la “*Lettera d’incarico alla vendita diretta a domicilio*” prevedeva tra le premesse che la Società “*svolge la propria attività nel campo della pubblicità e della comunicazione on line e tradizionale, anche per conto di terzi*”, che l’incaricato aderente dichiarava “*di dedicarsi occasionalmente alla promozione e propaganda dei prodotti e servizi commercializzati*” dalla Società nei confronti di consumatori ed imprese, “*in regime di autonomia [...] senza carattere di professionalità*” e di aderire o meno “*alla Karatbars International alle condizioni di cui al separato contratto di affiliazione*”, esonerando in tal caso il Professionista da ogni responsabilità. Venendo al testo della lettera d’incarico sopra citata, l’aderente, sempre in base ad “*un*

¹⁶ Cfr., a mero titolo di esempio, il modulo sottoscritto in data 3 giugno 2019, doc. n. 4 dell’Allegato n. 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

rapporto di occasionalità [...] senza carattere di professionalità”, si impegnava a svolgere la prestazione prima descritta, potendo avvalersi “dell’ausilio di un autoveicolo. A tale fine l’Incaricato potrà esercitare la propria attività mediante un nuovo autoveicolo acquistato alle condizioni ed agevolazioni di cui all’Allegato (A)”.

26. Riguardo all’Allegato A alla lettera d’incarico appena citato, l’aderente, «*per lo svolgimento dell’attività indicata nella “Lettera d’incarico alla vendita diretta a domicilio” si impegnava ad acquistare presso il Concessionario indicato dalla Società [N.d.R.: Golden Car] l’autovettura in calce indicata, a far applicare sulla stessa l’accessorio WRAPPING “Golden Car” nonché a consentire l’installazione di materiale pubblicitario all’interno del veicolo*». La vettura sarebbe stata acquistata presumibilmente tramite un contratto di finanziamento/*leasing* di durata non inferiore a 60 mesi presso una società finanziaria designata da Golden Car.

27. In merito agli obblighi di pagamento gravanti sull’aderente all’offerta, e ulteriori rispetto al costo dell’autovettura, nel citato Allegato A erano previste le seguenti voci di costo: (i) all’atto della sottoscrizione del contratto, un importo di circa €900-1.000, circa un terzo del quale a titolo di spese istruttoria e la rimanente parte per le spese obbligatorie di rimozione *wrapping* e lucidatura della vettura al termine del periodo contrattuale (60 mesi)¹⁷; (ii) una elevata caparra penitenziale (circa € 6.000) versata “*al momento della sottoscrizione del contratto [...] con l’intesa che la Società potrà trattenere tale somma, senz’altro poter pretendere, qualora l’incaricato decidesse di recedere dall’impegno assunto con la sottoscrizione del presente Allegato entro i primi 15 mesi di vigenza*”, cioè l’impegno ad acquistare il veicolo per svolgere l’attività pubblicitaria in base alla lettera d’incarico. La Società avrebbe restituito la caparra penitenziale ora detta “*in ragione di € 400*” mensili a partire dal mese successivo a quello in cui il veicolo con il *wrapping* “Golden Car” avrebbe iniziato a circolare “*per un periodo massimo di 15 mesi*”.

28. L’ammontare di tale elevato costo di attivazione (variamente qualificato anche come “*caparra penitenziale*” o “*cauzione*”) che l’incaricato doveva corrispondere per aderire alle “*condizioni ed agevolazioni*” relative all’acquisto del veicolo è mutato nel tempo (seppur non di molto) in base ai diversi moduli contrattuali che si sono succeduti a partire dalla costituzione della Società avvenuta nel novembre 2017.

¹⁷ Tale importo è variabile a seconda della diversa versione del contratto presa a riferimento.

(i) In base ad una prima versione dei contratti in esame, tale costo ammontava a circa € 5.500 ed era versato a titolo di corrispettivo per “*l’accessorio wrapping*”, al momento dell’approvazione e sottoscrizione del finanziamento o al momento dell’acquisto della vettura. A tale somma si aggiungeva quella di €1.000 (di cui 300 per spese di istruttoria e 700 per la rimozione *wrapping* e la lucidatura della vettura al termine del periodo contrattuale)¹⁸.

(ii) In base ad una versione contrattuale successiva, tale versamento era giustificato a titolo di “*caparra penitenziale*” ed ammontava ad € 5.600. Come sopra affermato, Golden Car poteva trattenere tale somma in caso di recesso anticipato da parte dell’incaricato (entro i primi 14-15 mesi circa di vigenza del contratto). A tale somma si aggiungeva quella di €900 (di cui 300 per spese di istruttoria e 600 per la rimozione *wrapping* e la lucidatura della vettura al termine del periodo contrattuale)¹⁹.

(iii) Sulla base dei contratti più di recente impiegati dal Professionista, tale importo era versato a titolo di “*caparra penitenziale*” ed era pari a €6.000. Come sopra affermato Golden Car poteva trattenere tale somma in caso di recesso anticipato da parte dell’incaricato (entro i primi 14-15 mesi circa di vigenza del contratto). A tale somma si aggiungeva quella di €1.000 (di cui 350 per spese di istruttoria e 650 per la rimozione *wrapping* e la lucidatura della vettura al termine del periodo contrattuale)²⁰.

29. In sintesi, a prescindere dalla specifica formulazione contrattuale, l’incaricato doveva versare un importo di circa €900-1.000 e un altro più elevato di € 5.500-6.000 per aderire all’offerta *Golden Car* e fruire delle descritte “*agevolazioni*” per l’acquisto dell’autovettura.

30. In sede di accertamento ispettivo, il legale rappresentante della Società ha dichiarato che la sottoscrizione del modulo contrattuale relativo all’impegno ad acquistare la vettura non era obbligatorio ma soltanto eventuale, poiché l’incaricato - almeno in teoria - poteva svolgere la sua attività anche a piedi oppure tramite un diverso veicolo già nella sua disponibilità.

31. Dalle evidenze istruttorie è tuttavia emerso che la Società ha stipulato

¹⁸ Cfr., ad esempio, il contratto sottoscritto in data 23 novembre 2017, doc. n. 98 dell’Allegato 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

¹⁹ Cfr., ad esempio, il contratto sottoscritto in data 6 agosto 2018, doc. n. 53 dell’Allegato 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

²⁰ Cfr., a mero titolo di esempio, il modulo sottoscritto in data 3 giugno 2019, doc. n. 4 dell’Allegato n. 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

circa 360 contratti relativi all'offerta Golden Car²¹, e la quasi totalità degli "incaricati Golden Car" ha sottoscritto anche il secondo contratto recante l'obbligo di acquisto di un'autovettura nuova tramite la citata formula "Golden Car"²², che prevedeva il pagamento dell'accessorio *wrapping* o il versamento della caparra penitenziale (€5.500-6.000) nonché di una somma (€ 900-1.000) a copertura di presunte spese di istruttoria, rimozione *wrapping* e lucidatura della vettura.

c) L'attività promozionale dei driver

32. Con riguardo agli obblighi di Golden Car, la Società doveva corrispondere all'incaricato, per l'intera durata del contratto (di solito 60 mesi), un rimborso mensile di € 300 per l'incarico svolto, nonché un'ulteriore somma di €100 per il rimborso carburante²³.

33. Al fine di conseguire il prospettato rimborso mensile l'incaricato, oltre ad adempiere alle previste obbligazioni di pagamento, era tenuto ad espletare l'asserita attività di pubblicità "dinamica" su strada e sui *social network*, circolando e rendendo visibile, per almeno venti giorni al mese, il veicolo attrezzato con le predette "installazioni grafiche", nonché effettuando due fotografie dell'automobile, due volte a settimana, da "postare" sul proprio profilo Facebook, su quello della Società e su altri *social network*²⁴, con gli hashtag #GoldenCar, #SenzaPensieri, #BuonaStrada.

d) I ricavi ed i costi derivanti dal sistema e registrati dal Professionista

34. Sulla base del numero degli aderenti all'offerta *Golden Car* è possibile stimare sia gli introiti conseguiti dal Professionista che i rimborsi dovuti ai consumatori.

Quanto al primo profilo, in ragione dei 360 contratti sottoscritti si può ritenere che il Professionista abbia complessivamente ricevuto, dall'avvio dell'offerta *Golden Car*, versamenti dagli aderenti per un ammontare di circa 2,3 - 2,5 milioni di euro, a seconda del valore, appunto, della "caparra

²¹ Precisamente, con la memoria difensiva del 27 giugno 2019 ed in risposta alle informazioni richieste con la comunicazione di avvio, il Professionista ha dichiarato che gli aderenti all'offerta Golden Car ammontavano a 364 soggetti.

²² Cfr. il verbale di accertamento ispettivo compiuto presso la sede della Società in data 6 giugno 2019.

²³ Cfr. la tabella sopra riportata (Immagine 3) relativa all'offerta diffusa sul sito del Professionista <http://www.golden-car.info>.

²⁴ Cfr., a mero titolo di esempio, i moduli sottoscritti in data 3 giugno 2019 e 23 aprile 2019, docc. n. 4 e 14 dell'Allegato n. 7 al verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

penitenziale” o “*cauzione*”, delle spese per l’accessorio *wrapping* e la sua rimozione, di quelle di istruttoria, *etc.* (cfr. par. 27 e ss.). In relazione ai rimborsi agli aderenti, invece, sempre in base ai circa 360 contratti stipulati, il Professionista deve rimborsare mensilmente ai driver circa 144.000 euro, pari a 1,7 milioni annui.

35. Dalle risultanze ispettive non risulta alcuna evidenza oggettiva relativa alla concreta prestazione, da parte della Società, dei servizi pubblicitari descritti nelle comunicazioni commerciali del Professionista e nei contratti sopra esaminati, cui dovrebbe essere finalizzata l’attività tanto del Professionista quanto dei *driver*, e che dovrebbe garantire la corresponsione dei rimborsi mensili da parte di Golden Car. In sede ispettiva, non è stato infatti rinvenuto alcun contratto di vendita di spazi pubblicitari sulle autovetture aderenti al sistema *Golden Car* né documenti pre-contrattuali al riguardo²⁵.

36. In merito ai ricavi, in sede ispettiva la Società ha dichiarato che questi derivavano principalmente dalla commissione percentuale ad essa versata dalla società di diritto tedesco Karatbars International GmbH (Karatbars), corrisposta per ogni nuovo affiliato proveniente dalla medesima Golden Car²⁶. Precisamente, in base ad una collaborazione commerciale in essere tra la predetta società tedesca e Golden Car, quest’ultima prospettava al consumatore, nel momento in cui veniva sottoscritta la lettera di incarico, di affidarsi anche a Karatbars attraverso un’autonoma procedura di iscrizione da eseguire sul portale di tale società. Per ogni incaricato Golden Car che si iscriveva anche al “*Karatbars network*”, Golden Car corrispondeva a Karatbars un importo di euro 4.000 e Karatbars versava a Golden Car il 10% del suddetto importo (400 euro), a titolo di provvigione. Il Professionista ha anche dichiarato di aver acquistato da Karatbars un quantitativo (pari a € 80.000) di *criptomoneta* da essa emessa al fine di garantire la sua solvibilità pure nei confronti di incaricati Golden Car non aderenti a Karatbars²⁷.

37. Sempre riguardo ai possibili ricavi derivanti per il Professionista dell’offerta *Golden Car*, la stessa Società ha dichiarato, nelle proprie memorie difensive, di essere stata costretta ad “*offrire in prova*” il servizio di pubblicità²⁸.

²⁵ Cfr. il verbale di accertamento ispettivo compiuto presso la sede della Società in data 6 giugno 2019.

²⁶ Cfr. il verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019.

²⁷ Cfr. il verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019. Su tale investimento della Società cfr. il verbale di accertamento ispettivo del 6 giugno 2019 e la memoria difensiva del 12 settembre 2019. Tra l’altro, sulla base di quanto dichiarato da Golden Car, tale criptomoneta (KCB) avrebbe dovuto essere, a partire dal 22 settembre 2019, quotata in una “*borsa*” non afferente tuttavia a mercati regolamentati.

²⁸ Cfr. memorie depositate in data 17 giugno e 12 settembre 2019.

38. In merito ai ricavi asseritamente derivanti dalla pretesa attività pubblicitaria *dinamica* svolta dagli aderenti all’offerta (gli “*incaricati Golden Car*”), la Società ha prodotto solamente sei fatture, per un importo totale di circa €9.000, emesse tra settembre e dicembre 2018 nei confronti di due soli soggetti venditori/rivenditori di automobili nuove o usate²⁹. Peraltro, la causale indicata nelle predette fatture, ossia “*pubblicità vs. azienda sul ns sito*”, non consente di stabilire con certezza l’effettiva riconducibilità dei servizi pubblicitari forniti da Golden Car all’attività svolta dai suoi incaricati, potendo invece riferirsi ad una mera vendita di spazi pubblicitari sul siti *web* posta in essere direttamente dal Professionista a favore di terzi inserzionisti.

39. Dalle risultanze del bilancio al 31 dicembre 2017 (l’unico ad oggi disponibile), emerge che la Società ha registrato ricavi pari a €22.560, con costi della produzione (per servizi) che ammontano a €21.916 e una perdita di esercizio di €1.210. Con la comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria, si è richiesto a Golden Car di fornire copia dell’ultimo bilancio approvato ovvero idonea documentazione fiscale da cui emergano i risultati economici relativi all’esercizio considerato. La Società non ha trasmesso il bilancio 2018 (che al 10 ottobre 2019 non risulta reperibile nemmeno tramite il sistema Infocamere), limitandosi a depositare il Modello IVA relativo al periodo d’imposta 2018 da cui risulta che la stessa ha realizzato operazioni imponibili per €197.458 nel corso dell’anno 2018, con applicazione di un’imposta pari a €43.442.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

40. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento PS11447 sono state prodotte memorie difensive da parte di Golden Car s.r.l.s., pervenute in data 17 giugno, 27 giugno 2019 e 12 settembre 2019³⁰.

41. Nell’ambito dei propri scritti difensivi, Golden Car ha preliminarmente precisato di essere una *start up* costituita alla fine del 2017 per operare nel campo della pubblicità a favore di terzi, avvalendosi di collaboratori che svolgono “*attività di statistica*” al fine di monitorare l’interesse ingenerato nei confronti della clientela e dei terzi in genere.

42. Golden Car si avvarrebbe della collaborazione di incaricati per ricercare, sulla base dei dati ricavati dalla predetta attività di statistica, soggetti

²⁹ Cfr. allegato 4 alla memoria del Professionista del 17 giugno 2019.

³⁰ Cfr. documenti prot. n. 0043279, n. 0045108 e n. 0059811.

interessati a pubblicizzarsi sulle piattaforme *web* e sui *social* di Golden Car o sui veicoli condotti dagli incaricati (“*pubblicità dinamica*”), ove sarebbe inserito materiale promozionale. L’incaricato ha possibilità di recedere dal contratto in ogni momento ed il Professionista riconoscerebbe una provvigione pari a €300 per ogni affare andato a buon fine.

43. Secondo quanto sostenuto dalla Società, l’incaricato non sarebbe obbligato all’acquisto di alcuna vettura, potendo svolgere la propria attività con un’automobile usata, e sarebbe libero di ricorrere o meno a un finanziamento, fermo restando che Golden Car non effettua vendita di autoveicoli, non esercita attività finanziaria e non ha accordi con imprese concessionarie o finanziarie.

44. Ad avviso del Professionista, gli incaricati Golden Car, alla luce della giurisprudenza della Corte di giustizia dell’Unione europea e di quella nazionale di legittimità, non sarebbero qualificabili come consumatori e quindi non rientrerebbero nell’ambito di applicazione del Codice del Consumo, in quanto eserciterebbero l’attività professionale di venditore porta a porta, proponendo la vendita dei servizi pubblicitari offerti dalla Società e percependo una commissione fissa per ogni affare andato a buon fine. In tal senso deporrebbe anche l’applicazione all’incaricato del regime contributivo di cui all’art. 25 *bis* del D.P.R. 600/1973, recante “*Ritenuta sulle provvigioni inerenti a rapporti di commissione, di agenzia, di mediazione, di rappresentanza di commercio e di procacciamento d'affari*”; nello specifico, il rimborso di € 400 mensili sarebbe corrisposto agli incaricati per l’attività prestata e per il carburante, “*non già per il pagamento della rata di finanziamento*” del veicolo acquistato.

45. In ogni caso a dimostrazione della correttezza del suo operato, Golden Car afferma che ad oggi avrebbe provveduto al regolare rimborso della caparra penitenziale versata dagli incaricati e delle previste provvigioni, senza ricevere alcun reclamo.

46. In relazione alla presunta ingannevolezza dei messaggi pubblicitari, il Professionista avrebbe, al più, fatto ricorso ad una forma di pubblicità iperbolica, tale da non poter essere presa alla lettera e sempre legittima ai sensi dell’art. 20, comma 3, del Codice del Consumo. In particolare, la tabella esemplificativa di un’ipotesi di acquisto (presente sul sito <http://www.golden-car.info>) e gli ulteriori esempi di acquisto citati nella comunicazione di avvio del procedimento costituirebbero una “*mera simulazione, compiuta al solo fine di rappresentare al Collaboratore/Incaricato una delle molteplici possibilità di utilizzo del*

rimborso corrisposto dalla Golden Car”³¹.

47. In ogni caso, il Professionista, pur ribadendo la correttezza del proprio operato, ha dichiarato che, al fine di evitare ogni fraintendimento per l’utente, ha provveduto a modificare le proprie comunicazioni commerciali, dapprima con la creazione del nuovo sito *www.goldencarsenzapensieri.it* (asseritamente visibile dal 16 luglio 2018) e, successivamente, del sito *www.goldencarsenzapensieri.com* (asseritamente visibile dal 4 giugno 2019), dove non si farebbe riferimento alla possibilità di acquistare un’autovettura a “costo zero” ma semplicemente di “*abbattere*” il costo di acquisto del veicolo e/o della rata di finanziamento³².

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

48. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite siti *internet* riconducibili al 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.

49. Con comunicazione pervenuta in data 17 ottobre 2019, la suddetta Autorità ha trasmesso la delibera n. 411/19/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, potrebbe essere stato indotto a decisioni commerciali che altrimenti non avrebbe preso*”.

³¹ Cfr. memoria difensiva del 12 settembre 2019.

³² “*Acquista o noleggia l’auto dei tuoi sogni? Oggi puoi farlo lavorando con Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere un costo grazie al servizio offerto. SCOPRI COME... CONTATTACI!!!!*”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

50. Oggetto del presente provvedimento sono le violazioni da parte del Professionista degli articoli 20, 21, e 22 del Codice del Consumo, in relazione alla scorrettezza della condotta consistente nella diffusione sui propri siti *web* (*www.golden-car.info*, *www.goldencarsenzapensieri.it* e *www.goldencarsenzapensieri.com*) di informazioni ingannevoli in merito all'offerta commerciale denominata "Golden Car", con specifico riferimento alla prospettazione della possibilità di acquistare o noleggiare varie tipologie di veicoli "a costo zero" oppure a costo "abbattuto" in quanto il relativo esborso sarebbe "ripagato" attraverso un rimborso mensile corrisposto dalla Società al consumatore (c.d. *driver*) a titolo di remunerazione per un'attività pubblicitaria da quest'ultimo svolta mediante il veicolo acquistato (c.d. *carvertising*), conseguendo lo stesso *driver* anche una somma ulteriore per le spese di carburante.

51. *In limine*, con riferimento all'applicabilità del Codice del Consumo al caso *de quo*, si rileva che il consumatore è indotto ad aderire all'offerta Golden Car per accedere all'acquisto di un autoveicolo "a costo zero" (o, comunque, "abbattuto" o agevolato) piuttosto che per svolgere un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, ai sensi dell'art. 18, comma 1, lettera *b*), del citato Codice.

52. Infatti, i *claim* pubblicitari contestati erano diffusi genericamente sui siti *internet* del Professionista ed erano rivolti al pubblico indistinto dei consumatori ai quali si offriva, con toni suggestivi, la possibilità di acquistare un'autovettura a condizioni vantaggiose, enfatizzando volutamente tale profilo, senza espressi riferimenti allo svolgimento di una pretesa attività professionale.

53. A mero titolo di esempio, sul sito *www.golden-car.info* erano presenti i seguenti *claim*: "LA TUA NUOVA AUTO#Senza pensieri", "Acquista l'auto dei tuoi sogni a costo zero. Oggi puoi farlo grazie a Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere il costo del finanziamento dell'auto, cosa devi fare? Solo guidare! [...] per te € 400 al mese x60 mesi"³³. Solo nelle pagine *web* successive rispetto a quella contenente il messaggio sopra riportato, in particolare nella sezione "come funziona", erano fornite indicazioni vaghe e generiche in relazione alla prestazione richiesta all'incaricato, che peraltro richiamavano espressamente una serie di

³³ Cfr. i verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio e del 27 giugno 2019.

ordinarie attività di vita quotidiana del consumatore, omettendo del tutto qualunque accenno a una prestazione professionale (“*L’unica cosa richiesta è girare per cinque anni con pubblicità, vivere tranquillamente la tua vita privata senza pensieri (andare in ufficio andare in vacanza andare a scuola andare al cinema...) [...] Per avere la tua rata senza pensieri dovrai effettuare due selfie (due fotografie) due volte a settimana da postare sul proprio profilo Facebook*”)³⁴.

54. Nel sito *www.goldencarsenzapensieri.it*, asseritamente attivo dal 16 luglio 2018, dopo il generico *claim* che enfatizzava l’offerta del Professionista (“*Golden Car propone un sistema innovativo di pubblicità “dinamica” su strada e sui Social Network legato alle autovetture*”), e dopo l’invito ad acquistare o noleggiare “*l’auto dei tuoi sogni a costo zero*”, seguiva l’indicazione relativa alla prestazione dell’aderente nei seguenti suggestivi termini: “*Oggi puoi farlo grazie a Golden Car. La proposta innovativa che ti permette di abbattere il costo del finanziamento dell’auto. Cosa devi fare? Solo guidare!*”³⁵.

55. A conferma di quanto sopra affermato, pure i contratti conclusi dai *driver* non hanno come finalità l’avvio di un’attività professionale da parte loro, bensì soltanto quella di acquistare un bene di consumo durevole e di prezzo elevato (nella specie un’autovettura), fruendo delle “*agevolazioni*” offerte dalla Società. In particolare, come evidenziato nelle risultanze istruttorie, la stessa “*Lettera d’incarico alla vendita diretta a domicilio*” sottoscritta dai *driver* si riferiva espressamente al carattere occasionale dell’attività, che era svolta “*in regime di autonomia [...] senza carattere di professionalità*”³⁶.

56. Ne consegue che l’aderente al sistema *Golden Car*, quantomeno nella fase del primo contatto pubblicitario con il Professionista (c.d. *aggancio*), deve essere indubbiamente considerato un “consumatore” ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera *a*), del Codice del Consumo, atteso che “*l’atto di consumo*” si sostanzia nella richiesta della Società di versare a suo favore un’ingente somma di denaro (dell’ammontare di circa € 6.500-7.000 complessivamente intesa), a titolo di caparra penitenziale e spese varie, a fronte della promessa di corrispondere i rimborsi oggetto di promozione.

57. Venendo al contenuto delle comunicazioni commerciali diffuse dal Professionista, la condotta relativa alla reclamizzazione dell’offerta *Golden Car* presenta significativi profili di decettività nella misura in cui enfatizza

³⁴ Cfr. i verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio e del 27 giugno 2019.

³⁵ Cfr. i verbali di acquisizione agli atti del 15 maggio e del 27 giugno 2019.

³⁶ Cfr. le citazioni riportate al punto II.

con toni suggestivi la possibilità di realizzare un rilevante beneficio economico - consistente nell'acquisto di un veicolo "a costo zero" oppure "abbattuto" e nel conseguimento di un guadagno mediante un'attività di *carvertising* - laddove l'offerta prevede immediati e ingenti esborsi da parte dei consumatori (€ 900-1.000 per spese di istruttoria e di rimozione del *wrapping* e soprattutto €5.500-6.000 a titolo di caparra penitenziale), atteso che le risultanze istruttorie non hanno consentito di acquisire evidenze oggettive e convincenti in merito alla concreta prestazione di servizi pubblicitari tramite i *driver*, né la Parte ha fornito documentazione in tal senso.

58. Non vi è dubbio che, anche con riferimento alla promessa di "abbattimento", si tratta di un rilevante beneficio economico che viene ingannevolmente esaltato agli occhi del consumatore e che è in grado di attrarlo verso l'offerta del Professionista. Tale *claim*, così come altri che alludevano al medesimo concetto, peraltro, era presente in diversi siti *internet* attraverso i quali il Professionista promuoveva il proprio *business*, ossia quello esplicitamente citato nella comunicazione di avvio (www.golden-car.info, accessibile al pubblico fino alla data di esecuzione del provvedimento di sospensione provvisoria della pratica e senza alcun avviso relativo all'esistenza dei nuovi siti), al quale peraltro continuavano a fare rinvio i contratti conclusi nel corso dei mesi di maggio e giugno 2019, come anche nel sito individuato in sede ispettiva ed indicato dal Professionista (www.goldencarsenzapensieri.it e www.goldencarsenzapensieri.com).

59. Dall'istruttoria è emerso che non sussistono elementi idonei a dimostrare la veridicità della promessa relativa alla possibilità per il consumatore aderente di vedersi finanziare l'acquisto di un nuovo veicolo, e tantomeno di ottenere un contributo per le spese relative al carburante, attraverso i supposti ricavi derivanti da un'attività pubblicitaria svolta mediante il medesimo veicolo.

60. Nello specifico, infatti, dagli elementi acquisiti nel corso del procedimento non si evince l'esistenza di ricavi - derivanti dalla pretesa attività pubblicitaria svolta dagli aderenti - di ammontare tale da finanziare, come promesso dal vanto pubblicitario, l'importo dei rimborsi da corrispondere ai *driver* aderenti a *Golden Car*.

61. Nel verbale ispettivo il Professionista ha affermato espressamente l'inesistenza di contratti pubblicitari con inserzionisti terzi relativi all'offerta *Golden Car* e che lo stesso aveva iniziato a sponsorizzare gratuitamente sul

proprio sito alcuni soggetti interessati. Nei suoi scritti difensivi la Società ribadiva dunque di essere stata costretta ad “*offrire in prova*” il servizio di pubblicità ad eventuali inserzionisti, essendo in fase di *start-up*³⁷ ed a causa della non facile fase di mercato. Con riferimento ai ricavi presumibilmente ottenuti dall’offerta *Golden Car*, il Professionista ha prodotto soltanto alcune fatture per un ammontare totale di circa €9.000, per attività pubblicitaria sul suo sito *web* (cfr. sez. II del presente provvedimento).

62. In ogni caso, si osserva che il valore dei predetti ricavi risulta manifestamente inidoneo a finanziare l’intero importo dei rimborsi mensili da corrispondere ai circa 360 *driver* che hanno aderito alla proposta commerciale in esame. Tali rimborsi, infatti, ammontano a svariate decine di migliaia di euro mensili (moltiplicando 360 per €400 si ottiene la somma di €144.000 di rimborsi mensili e circa €1,7 milioni su base annuale).

63. Neanche la prevista affiliazione degli incaricati alla società *Karatbars International* potrebbe spiegare e sostenere l’offerta, atteso che per ogni nuovo affiliato il Professionista riceverebbe € 400, corrispondenti ad una sola rata del rimborso mensile per uno solo dei 360 aderenti (cfr. par. 36).

64. Alcun rilievo, poi, assumono i dati contabili ufficiali, atteso che l’unico bilancio allo stato disponibile (relativo al 2017) si riferisce soltanto ai primi due mesi di attività e che, con riferimento al 2018, il Professionista ha trasmesso solo il modello IVA con valori che non appaiono rappresentare l’effettiva attività svolta. Tale modello IVA presenta, comunque, un dato complessivo del tutto generico e non idoneo a dare indicazioni sull’attività svolta e sulle risorse disponibili per il finanziamento dei rimborsi promessi ai *driver*. Si noti, in ogni caso, che l’imponibile IVA per l’intero esercizio 2018 presenta un valore (circa €197.000) soltanto di poco superiore al rimborso che complessivamente dovrebbe essere corrisposto ogni mese ai 360 *driver* a partire da giugno 2019 (circa €144.000) e per molti mesi a venire, dato che l’avvio dei primi contratti (della durata di sessanta mesi) risale al novembre 2017.

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

³⁷ Cfr. memorie depositate in data 17 giugno e 12 settembre 2019.

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. In proposito, il fatto che la Società - almeno sino al mese di giugno 2019 - abbia provveduto al pagamento delle somme promesse agli aderenti all'offerta non incide sui profili di ingannevolezza della proposta finora evidenziati, anche considerato che la promessa relativa alla possibilità di acquistare un veicolo “*a costo zero*” deve essere valutata con riferimento a tutto il periodo (6 anni) per il quale il Professionista si è impegnato ad effettuare i rimborsi.

66. Specificamente, il numero dei consumatori aderenti all'offerta, a giugno 2019, risultava di circa 360, ognuno dei quali ha versato a Golden Car un importo pari a circa €6.500-7000 (€900-1.000 a titolo di spese e €5.500-6.000 a titolo di corrispettivo per l'accessorio *wrapping* o di caparra penitenziale), corrispondente quindi ad un ammontare complessivo di oltre 2 milioni di euro.

67. L'offerta commerciale “*Golden Car*” risulta quindi non veritiera e ingannevole, poiché prescindendo da un'effettiva redditività dell'attività pubblicitaria sottostante, non è in grado supportare, se non per un limitato lasso di tempo, la promessa dei prospettati rimborsi rateali a favore degli aderenti.

68. In conclusione, sussistono evidenze atte a dimostrare che il comportamento della Società è idoneo ad incidere sulla libertà di scelta dei consumatori inducendoli a ritenere, contrariamente al vero, che aderendo all'offerta pubblicizzata, potranno nel corso del tempo ottenere il rimborso di quanto versato e quindi acquistare il veicolo a “costo zero” o “abbattuto”.

69. Da quanto sopra affermato discende, dunque, la scorrettezza e l'ingannevolezza delle comunicazioni commerciali diffuse da Golden Car. Tale conclusione non può mutare anche ove si ritenga che i *claim* diffusi dal Professionista si limitassero a pubblicizzare “*l'abbattimento*” del costo del finanziamento relativo all'acquisto di autoveicoli e non la sua totale gratuità.

70. La condotta posta in essere da Golden Car s.r.l.s., concernente la promozione sul proprio sito *web* dell'offerta commerciale “*Golden Car*”, integra dunque una pratica commerciale scorretta e ingannevole in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b)*, *c)* e *d)*, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale 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 ad un immediato e ingente

esborso economico (circa €6.500-7.000, ossia €900-1.000 a titolo di spese e €5.500-6.000 a titolo di corrispettivo per l'accessorio *wrapping* o di caparra penitenziale), ai contenuti dell'attività svolta dagli aderenti e agli impegni del Professionista, condizionandoli nell'assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso, quali l'adesione all'offerta commerciale qui esaminata.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

71. 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.

72. 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.

73. Con riguardo alla gravità della violazione, in relazione alla dimensione economica del Professionista, sulla base dei dati camerali disponibili, risulta che Golden Car ha realizzato nell'anno 2017 un fatturato di euro €22.560, registrando una perdita di €1.210. Non risulta ancora pubblicato il bilancio 2018.

74. Nel valutare la gravità della violazione, si tiene altresì conto nella fattispecie in esame: *i)* dell'ampia diffusione dei messaggi pubblicitari, veicolati a mezzo *internet*, e della elevata capacità di raggiungere rapidamente un numero consistente di consumatori; *ii)* del significativo grado di offensività della pratica, in relazione all'entità del potenziale pregiudizio economico cagionato ai consumatori, con riguardo agli ingenti esborsi economici richiesti per aderire all'offerta (spese per istruttoria, per rimozione del *wrapping* e soprattutto versamento della caparra penitenziale), anche sulla base dei valori complessivi delle *fee* promesse/versate dagli aderenti all'offerta *Golden Car*.

75. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal novembre 2017 (momento in cui è stata costituita Golden Car s.r.l.s.) sino almeno al mese di giugno 2019.

76. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Golden Car s.r.l.s. nella misura di 100.000 €(centomila euro).

RITENUTO, pertanto, anche in considerazione del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b)*, *c)* e *d)*, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'ingannevole prospettazione dell'offerta denominata "Golden Car", nei termini sopra esposti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto e pubblicizzato dal Professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Golden Car s.r.l.s., 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) di irrogare alla società Golden Car s.r.l.s. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 €(centomila euro);

c) 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 al punto a).

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

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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