



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

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;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 11 febbraio 2022 e successivamente integrata in data 11 marzo e 1° luglio 2022, con la quale la società Mercedes-Benz Italia S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 27 aprile 2022, con il quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Mercedes-Benz Italia S.p.A. (di seguito anche “Mercedes”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. Mercedes è la filiale italiana del gruppo Daimler, attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di automobili con diversi marchi, tra i quali *Mercedes*.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sul sito *Internet* www.mercedes-benz.it, degli elementi che contribuiscono a determinare il costo da sostenere per utilizzare in *leasing* o in noleggio le auto pubblicizzate.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L’iter del procedimento

3. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo¹, in data 28 dicembre 2021 è stato avviato, ai sensi degli articoli 21 e 22 del Codice del Consumo, il procedimento istruttorio PS12253 nei confronti di Mercedes-Benz Italia S.p.A., in relazione alla possibile omissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sul sito Internet del professionista, del costo da sostenere per utilizzare in *leasing* o in noleggio le auto pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizzava, infatti, soltanto il conveniente importo della rata, relegando informazioni essenziali (anticipo, valore di riscatto, numero di rate, chilometraggio incluso nelle offerte, ecc.) in sezioni di non agevole lettura, il cui contenuto può essere visionato solo a seguito di una o più azioni da parte del consumatore (il *click* su uno o più *link*, lo scorrimento di una pagina fino in fondo, l’ingrandimento dei caratteri).

4. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni

¹ Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.

formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute nelle date dell'11 febbraio e 9 giugno 2022.²

5. Il professionista è stato sentito in audizione dagli Uffici in data 3 marzo 2022.

6. In data 11 febbraio 2022, il professionista ha presentato una proposta di impegni³ ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati in data 11 marzo 2022⁴. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 1° luglio 2022⁵.

7. In data 27 aprile 2022 è stata comunicata alla Parte la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento⁶.

8. In data 30 maggio 2022 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁷.

9. In data 13 luglio 2022 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2 Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

III.2.1 Gli elementi acquisiti

10. Nelle proprie difese Mercedes ha sostenuto la correttezza del proprio operato, ritenendo che il principio del “primo aggancio” debba essere calibrato a seconda della tipologia del bene o servizio oggetto del messaggio; l'auto non verrebbe acquistata d'impulso ma solo a seguito di una approfondita indagine da parte del consumatore che può richiedere, secondo alcune ricerche, anche decine di settimane.

11. Inoltre, con riferimento al messaggio contestato caratterizzato dal *claim* “*Tua a 580 euro al mese...*”, il professionista ha fatto presente che le altre informazioni rilevanti dell'offerta sono fornite nella stessa pagina, più in basso, seppur con caratteri grafici più piccoli, ma comunque fruibili anche considerata la staticità del mezzo *internet*. Quanto alla pagina contenente i

² Cfr. docc. 3 e 13 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. doc. 3 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. 8 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. 15 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. 11 del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. 12 del fascicolo istruttorio.

messaggi relativi alle “*Offerte del momento*” con il *claim* “*Tua a partire da...euro al mese*” e raffigurazione delle relative vetture, il professionista ha rilevato che la stessa costituirebbe di fatto un indice o un sommario delle offerte in corso, cui conseguentemente non può essere relegata una pretesa di esaustività in ordine agli elementi rilevanti delle offerte che comunque sono rinvenibili nella schermata successiva.

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

12. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 11 febbraio e 11 marzo 2022, fornendone una versione consolidata in data 1° luglio 2022.

13. In particolare, il professionista si impegna:

(i) a integrare, nelle offerte di *leasing*, l’indicazione dell’entità del *Riscatto* e del *Chilometraggio totale* all’interno del *box* esistente che contiene le informazioni rilevanti dell’offerta “*Tua a X euro al mese...*”;

(ii) a inserire, nel testo dedicato a ciascuna autovettura delle “*Offerte del momento*” relative a proposte di *leasing* e di noleggio, l’indicazione dell’esistenza e dell’entità dell’*Anticipo* e del *Riscatto finale*, dell’importo e del numero di rate, del TAN/TAEG e del chilometraggio totale;

(iii) ad estendere tali modalità di comunicazione delle offerte di *leasing* anche agli altri canali digitali, alla stampa e alla TV.

14. Mercedes si impegna a realizzare gli impegni descritti entro 15 giorni dalla data di comunicazione del provvedimento con cui detti impegni saranno resi obbligatori.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

15. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione quali un sito *Internet*, in data 13 giugno 2022 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

16. Con parere pervenuto in data 13 luglio 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l’utilizzo di *internet* da parte di Mercedes-

Benz Italia S.p.A. risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione citato.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

17. Il finanziamento rappresenta una delle più diffuse modalità di acquisto delle autovetture nuove. Nel tempo, ai finanziamenti tradizionali caratterizzati da una lunga durata e da un anticipo di importo variabile si sono affiancati i finanziamenti c.d. con maxirata finale, dove gran parte dell'esborso si concentra nell'anticipo e nella maxirata finale⁸ e il pagamento rateale si riduce a 24-48 mesi.

Più di recente, alcune case automobilistiche hanno iniziato a proporre ai consumatori, in alternativa all'acquisto, contratti di *leasing* di durata spesso triennale nonché di noleggio a lungo termine, strutturati sulla base di un rilevante anticipo, una rata mensile e, in caso di *leasing* finanziario, un'opzione di riscatto.

18. Tali proposte presentano una intrinseca complessità dovuta alla presenza di differenti elementi (anticipo, un numero di rate mensili, maxirata finale/valore di riscatto), che permettono molteplici strutturazioni dei pagamenti nel tempo.

Solo la conoscenza contestuale di tutti gli elementi essenziali dell'offerta può permettere di acquisire una piena consapevolezza dell'impegno finanziario richiesto e della sua distribuzione nel tempo, elemento quest'ultimo fondamentale per giudicarne la compatibilità con i propri flussi reddituali e la propria capacità di risparmio.

19. Il presente provvedimento muove quindi dall'esigenza di contrastare la prassi corrente del settore automobilistico che enfatizza al primo contatto il contenuto importo della rata mensile oppure un prezzo che non comprende oneri finanziari o spese.

⁸ La maxirata finale corrisponde generalmente al c.d. "valore futuro garantito" dell'automobile a quel momento (al lordo di eventuali danni). Oltre al suo versamento per l'acquisto a titolo definitivo dell'auto, sono spesso previste altre opzioni, che vanno dal rifinanziamento al suo utilizzo per l'acquisto di un'auto nuova del medesimo produttore.

Tale prospettazione fa leva su un elemento che può essere considerato secondario nell'economia complessiva dei pagamenti previsti nelle offerte con maxirata finale o di *leasing* e di carattere parziale nelle offerte tradizionali con anticipo. Analogamente, la rappresentazione di un prezzo di acquisto non inclusivo di altri oneri o spese alletta il consumatore sulla convenienza di un'offerta che è ben più onerosa di quanto appaia.

20. Alla luce della *ratio* sottesa all'intervento istruttorio nel settore, gli impegni presentati dal professionista appaiono proporzionati ai delineati obiettivi e idonei alla rimozione della possibile infrazione, in quanto volti a consentire al consumatore di apprezzare, fin dal primo contatto con le condizioni economiche dell'offerta, l'entità dell'impegno economico richiesto e la sua distribuzione nel tempo.

21. Infatti, la concentrazione in un unico riquadro visivo di tutte le informazioni economiche rilevanti⁹, veicolate in modo chiaro e con adeguata evidenza grafica, permette al consumatore di calcolare con semplici operazioni aritmetiche il costo di utilizzo della vettura e comprenderne le modalità di pagamento nel tempo.

22. Gli Impegni proposti rappresentano dunque un significativo miglioramento della comunicazione relativa alle condizioni di finanziamento, in quanto riducono l'asimmetria informativa e assicurano condizioni di offerta trasparenti e immediatamente comprensibili.

23. Particolarmente apprezzabile, poi, appare l'iniziativa consistente nella diffusione di specifiche Linee Guida, alle quali dovranno attenersi sia le funzioni aziendali interne sia le agenzie esterne, al fine di garantire la trasparenza della comunicazione delle offerte finanziarie in linea con gli impegni assunti.

24. Analogamente, va apprezzata la circostanza che il professionista abbia proposto misure che vanno oltre il perimetro delle contestazioni mosse in avvio, avendo previsto l'estensione degli Impegni alle altre forme di comunicazione via *internet* (*banner* e *social media*) e anche alla comunicazione *offline* (in particolare, stampa e TV).

25. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati - che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

⁹ L'entità dell'anticipo, il numero e l'importo mensile dei canoni di noleggio o *leasing*, l'eventuale valore di riscatto, il TAN e il TAEG, il chilometraggio incluso.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Mercedes-Benz Italia S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Mercedes-Benz Italia S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Mercedes-Benz Italia S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, *lett. a)*, del Regolamento, gli impegni proposti in data 11 febbraio 2022, successivamente integrati in data 11 marzo 2022, e presentati in versione consolidata il 1° luglio 2022, come descritti nel Formulário allegato al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, *lett. a)*, del Regolamento;

c) che la società Mercedes-Benz Italia S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli