



*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 28 febbraio 2022, con la quale la società Suzuki 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. Suzuki Italia S.p.A. (di seguito anche “Suzuki”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lett. b), del Codice del Consumo.

Suzuki è attiva nella commercializzazione in Italia delle autovetture prodotte dall’omonimo gruppo.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sul sito *Internet* www.suzuki.it, degli elementi che contribuiscono a determinare il costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento 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 PS12256 nei confronti di Suzuki 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 acquistare mediante finanziamento le auto pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizzava, infatti, soltanto il conveniente importo della rata, relegando informazioni essenziali (anticipo, maxirata finale, numero di rate, ecc.) in sezioni di non agevole lettura, il cui contenuto poteva 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. Suzuki ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 18 gennaio 2022.

5. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute in data 11 e 28 febbraio e 5 maggio 2022².

¹ Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.

² Cfr. docc. 8, 9 e 11 del fascicolo istruttorio.

6. In data 11 febbraio 2022, il professionista ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati in data 28 febbraio 2022³.
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'art. 7, comma 3, del Regolamento⁴.
8. In data 30 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁵.
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 Suzuki ha sostenuto la correttezza del proprio operato, osservando che avrebbe adottato le misure necessarie per mettere a disposizione dei consumatori tutte le informazioni necessarie per prendere una decisione consapevole di natura commerciale⁶, tenuto conto delle restrizioni in termini di spazio e di tempo del mezzo di comunicazione impiegato nonché delle misure adottate dal professionista per mettere sugli altri mezzi.

11. Suzuki ritiene che un consumatore medio che utilizza *Internet* sarebbe “normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto nonché in grado di acquisire tutte le informazioni contenute nei messaggi pubblicitari” e che la correttezza dei propri messaggi sarebbe provata dall'elevato numero di contratti di finanziamento per l'acquisto di autovetture *Suzuki* che conseguono ai messaggi di cui all'avvio del procedimento.

³ Cfr. docc. 8 e 9 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. 10 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. 12 del fascicolo istruttorio.

⁶ Di ciò sarebbero prova l'invito riportato al di sotto della barra della *homepage* del sito aziendale a rivolgersi ad una Concessionaria Suzuki per prenotare un appuntamento (“*Le Concessionarie Suzuki ti aspettano. Prenota subito un appuntamento*”); l'invito contenuto nella *homepage* a cercare “*il modello che fa per te*” e a trovare “*la promozione più adatta a te*”; l'invito contenuto nella *homepage* a scoprire di più sulle “*Suzuki Solutions*” portando il mouse sul relativo messaggio posto al di sotto di “*trova la promozione più adatta a te*”; l'invito contenuto nella *homepage* a scoprire tutte le promozioni; da ultimo, tutte le informazioni riportate nella pagina <https://auto.suzuki.it/promozioni/index.aspx>, relative al “*prezzo di listino*”, allo “*sconto .. offerto dalla rete delle Concessionarie Suzuki*” e al “*prezzo promozionale*” applicate dalle stesse, nonché all'ammontare dell'“*anticipo*”, del “*Finanziamento*” e della “*Maxirata*” e al numero delle “*rate*”.

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

12. Il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 11 febbraio 2022, fornendone una versione integrata e consolidata in data 28 febbraio 2022.

13. La proposta, come integrata, prevede che:

(i) dalla sezione della *homepage* del sito aziendale dedicata alle promozioni “*Suzuki solutions*” venga espunto ogni riferimento all’importo della rata; cliccando sul tasto “*Scopri di più*” si giungerà ad un’altra pagina dove sono presentati tutti i modelli interessati da tali promozioni; sotto ciascuno di essi saranno indicati, oltre all’importo della rata, il numero delle rate, l’entità dell’anticipo e della maxirata finale;

(ii) dalla sezione della *homepage* del sito aziendale denominata “*Scopri tutte le promozioni*” sia espunto ogni riferimento all’importo della rata; cliccando sul tasto “*Scopri di più*” si giungerà ad una pagina dedicata dove sono presentati tutti i dettagli della promozione, e in particolare l’importo della rata, il numero delle rate, l’entità dell’anticipo e della maxirata finale;

(iii) tali modalità di comunicazione saranno adottate in tutti i messaggi pubblicitari, qualsiasi sia il mezzo di diffusione.

14. Suzuki si è impegnata a realizzare gli impegni descritti al più tardi entro 30 giorni dalla data di comunicazione del provvedimento con cui detti impegni saranno resi obbligatori.

15. Dalle rilevazioni effettuate d’ufficio risulta che il professionista già a metà maggio 2022 aveva modificato il proprio sito coerentemente con gli impegni proposti.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. 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.

17. 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 Suzuki 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

18. 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 finale⁷ e il pagamento rateale si riduce a 24-48 mesi.

19. 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.

20. 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.

Tale prospettazione fa leva su un elemento che può essere considerato secondario nell'economia complessiva dei pagamenti previsti nelle offerte con maxirata finale. 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.

21. Alla luce della *ratio* dell'intervento istruttorio nel settore, gli impegni presentati e in parte già attuati 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.

⁷ 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.

22. Infatti, la concentrazione in un unico riquadro visivo di tutte le informazioni economiche rilevanti⁸, veicolate in modo chiaro e con adeguata evidenza grafica, permette al consumatore di calcolare con semplici operazioni aritmetiche il costo della vettura e comprenderne le modalità di pagamento nel tempo.

23. 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.

24. Particolarmente apprezzabile, poi, appare la circostanza che il professionista ha proposto misure che vanno oltre il perimetro delle contestazioni mosse in avvio, avendo previsto l'estensione degli Impegni a tutti i messaggi pubblicitari, qualsiasi sia il mezzo di diffusione.

25. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene 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.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Suzuki 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 Suzuki Italia S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Suzuki 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 28 febbraio 2022, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante;

⁸ L'entità dell'anticipo, il numero e l'importo mensile delle singole rate, l'entità del versamento finale (maxirata finale), il TAN e il TAEG.

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 Suzuki 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) i professionisti non diano 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 dalle Parti 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