

**PS12362 - KASANOVA**  
*Allegato al provvedimento n. 30463*

## FORMULARIO PER LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

*ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di tutela del consumatore<sup>1</sup>*

### 1. NUMERO DEL PROCEDIMENTO

PS12362

### 2. PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI

Kasanova S.p.A.

### 3. FATTISPECIE CONTESTATA

Con comunicazione del 12 luglio 2022 (“**Comunicazione di Avvio**”), l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“**AGCM**” o “**Autorità**”) ha avviato un’istruttoria volta a verificare se Kasanova S.p.A. (“**Kasanova**” o “**Società**”) abbia violato il Decreto Legislativo n. 206 del 6 settembre 2005 (“**Codice del Consumo**”) nell’esercizio della propria attività di vendita di prodotti per la casa (utensili, vasellame e cristallerie, nonché piccoli elettrodomestici) sia *online* mediante il sito [www.kasanova.com](http://www.kasanova.com) (“**Sito**”), sia mediante negozi fisici a insegna *Kasanova* e dislocati su tutto il territorio nazionale.

In particolare, secondo quanto ipotizzato nella Comunicazione di Avvio sulla base di un monitoraggio svolto sul Sito nel corso dell’ultimo quadrimestre del 2021, Kasanova avrebbe pubblicizzato offerte promozionali basate su sconti non genuini. Nel dettaglio, Kasanova avrebbe in alcuni casi pubblicizzato un aumento dello sconto percentuale pubblicizzato solamente a fronte di un aumento del prezzo “base” (o prezzo di riferimento), in modo che il prezzo finale pagato dal consumatore rimanesse invariato o addirittura aumentasse. La Comunicazione di Avvio indica che, ove accertata, tale condotta potrebbe integrare una violazione dell’art. 21, comma 1, lett. d) del Codice del Consumo.

---

<sup>1</sup> In particolare, “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, clausole vessatorie” (“**Regolamento**”), adottato con delibera AGCM n. 25411 del 1 aprile 2015.

#### 4. DESCRIZIONE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI

Seppur fermamente convinta di aver agito in maniera assolutamente legittima e senza fare acquiescenza alcuna rispetto agli addebiti contestati, al fine di ottenere una rapida definizione del procedimento e a dimostrazione del proprio contegno collaborativo, la Società intende presentare ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, degli impegni che facciano venir meno i profili di illiceità ipotizzati dall'Autorità.

##### ➤ Impegno n. 1

Kasanova si impegna a conformare la propria attività di vendita (sia attraverso la rete vendita diretta sia attraverso il Sito) a quanto previsto dall'art. 2 della Direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 (“**Direttiva Omnibus**”).<sup>2</sup> Nel dettaglio, la norma in questione, pur non essendo allo stato recepita nell'ordinamento italiano, richiede che ogni “*annuncio di riduzione di un prezzo*” debba “*indicare il prezzo precedente applicato dal professionista per un determinato periodo di tempo prima dell'applicazione di tale riduzione*”. La norma definisce il “*prezzo precedente*” come “*il prezzo più basso applicato dal professionista durante un periodo di tempo non inferiore a 30 giorni prima dell'applicazione della riduzione del prezzo*”.<sup>3</sup>

Malgrado la norma in questione non sia ancora stata recepita all'interno del nostro ordinamento, Kasanova si impegna ad attuarne il dettato entro il mese di marzo 2023.<sup>4</sup> La tempistica di implementazione è dettata dal tempo tecnico necessario per intervenire sulla rete vendite di Kasanova e sui sistemi informatici della Società, anche al fine di aggiornare conseguentemente il Sito.

##### ➤ Impegno n. 2

---

<sup>2</sup> Direttiva (UE) 2019/2161 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 che modifica la direttiva 93/13/CEE del Consiglio e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

<sup>3</sup> Al paragrafo 4 del medesimo art. 2 della Direttiva Omnibus, viene fatta salva la possibilità che gli Stati membri stabiliscano, per prodotti sul mercato da meno di trenta giorni, un periodo di tempo inferiore a quello di 30 giorni.

<sup>4</sup> Per chiarezza, si precisa che, qualora entrasse *medio tempore* in vigore una norma che recepisca l'art. 2 della Direttiva Omnibus nell'ordinamento nazionale prima della fine del mese di marzo 2023, Kasanova si impegna a conformare il proprio comportamento alla norma di recepimento a partire dalla data in cui tale norma diverrà efficace.

Kasanova si impegna a restituire il 20% del prezzo effettivamente pagato da ciascuna persona fisica o microimpresa che abbia acquistato sul Sito i prodotti indicati nella Tabella 1 della Comunicazione di Avvio nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2021.

Nel dettaglio, entro un mese dalla notifica del provvedimento di accoglimento degli impegni, Kasanova invierà una *mail* a tutti i clienti interessati dal presente impegno e che abbiano fornito un indirizzo di posta elettronica.<sup>5</sup> La *mail* conterrà le indicazioni per fornire le proprie coordinate bancarie entro la fine del 2023 e ricevere entro due mesi un accredito pari al 20% del prezzo effettivamente pagato per i prodotti in questione.

## 5. CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI

Pur essendo fermamente convinta dell'assoluta infondatezza delle contestazioni oggetto della Comunicazione di Avvio, Kasanova prende atto delle preoccupazioni sollevate dall'AGCM e ritiene che esse possano essere senz'altro superate dagli impegni proposti nel presente formulario, in modo da consentire la conclusione del procedimento con una decisione di accoglimento degli impegni e senza l'accertamento di alcuna infrazione.

Le misure proposte, infatti, sono idonee a superare i profili di supposta scorrettezza oggetto del presente procedimento e ad elidere qualsiasi riserva dell'Autorità rispetto alle condotte asseritamente contrarie alla diligenza professionale contestate alla Società.

Invero, attraverso l'**Impegno n. 1**, Kasanova si impegna sostanzialmente ad anticipare il recepimento della Direttiva Omnibus e a rendere gli sconti praticati più trasparenti. Così facendo, il profilo di asserita ingannevolezza oggetto della Comunicazione di Avvio verrebbe evidentemente risolto alla radice, posto che consumatori e microimprese avrebbero ancor più immediata evidenza del prezzo "base" di riferimento di ciascun prodotto e della percentuale di sconto su questo praticata.

---

<sup>5</sup> Per ragioni di conformità al Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE, tale impegno sarà solamente applicabile alle persone fisiche e microimprese che hanno prestato il proprio consenso a essere ricontattate.

Se l'Impegno n. 1 guarda al comportamento futuro di Kasanova, l'**Impegno n. 2** ha invece ad oggetto la condotta passata e oggetto di contestazione. Contattando attivamente i propri clienti e offrendo loro la possibilità di vedersi restituito il 20% del prezzo da loro effettivamente pagato per i prodotti oggetto di contestazione, Kasanova intende attuare una misura rimediabile di significativa importanza, volta a confermare il legame di assoluta fiducia con la propria clientela.

Alla luce di tutto quanto sopra esposto, si auspica dunque che codesta Autorità possa chiudere il procedimento nei confronti di Kasanova così come previsto dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

Si precisa, infine, che il caso di cui si discute presenta indubbiamente tutte le caratteristiche che rendono ammissibile la presentazione di impegni in quanto la condotta oggetto di contestazione non presenta i caratteri della "*manifesta scorrettezza e gravità*", non rientrando nel novero di quelle condotte considerate in ogni caso ingannevoli o aggressive ai sensi degli artt. 23 e 26 del Codice del Consumo.

\* \* \*

Ai sensi dell'art. 11, comma 7, del Regolamento, si richiede che il presente formulario sia mantenuto integralmente riservato. Qualora gli impegni oggetto del presente formulario siano accolti dall'AGCM e resi vincolanti ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo, si acconsente a che il presente formulario sia reso accessibile a terzi.

Roma, 8 novembre 2022



Maurizio Ghidelli

Amministratore Delegato di Kasanova S.p.A.

**KASANOVA S.p.A.**  
20862 ARCORE (MB) - V.le Monterosa, 91  
Tel. 039 - 61371  
Partita IVA IT00743020963  
Cod. Fisc. 03143550963

**PS12363 - GALILEO-SATUR**  
*Allegato al provvedimento n. 30464*

PS/12363

**PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI**  
**AI SENSI DELL'ART. 27 DEL CODICE DEL CONSUMO**  
**E DELL'ART. 9 DEL REGOLAMENTO PROCEDURALE**  
**NELL'INTERESSE DI**  
**Galileo S.p.A.**

Premesso che:

- in data 14 luglio 2022, codesta Autorità comunicava a Galileo S.p.A. (“Galileo” o il “Professionista”) ai sensi dell’art. 27, comma 3, del D. Lgs. n. 206/2005 (“Codice del Consumo”), nonché dell’art. 6 del “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, l’apertura del procedimento PS/12363, nonché la contestuale richiesta di informazioni, per accertare se le modalità utilizzate da Galileo stessa per presentare le proprie offerte promozionali fossero compatibili con la disciplina consumeristica, ed in particolare con l’art. 21, comma 1, lett. d) del Codice del Consumo (“Provvedimento di avvio” o “Comunicazione”).

Invero, secondo una segnalazione pervenuta da parte del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza e le informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo, “*il professionista pubblicizzerebbe offerte promozionali basate su sconti non genuini*”. Nella specie, la Guardia di Finanza ha condotto un monitoraggio sul sito *e-commerce* del Professionista nel quadrimestre settembre-dicembre 2021, osservando che “*la quasi totalità dei prodotti è posta in vendita pubblicizzando uno sconto mediano del 38 % circa*” e che “*lo sconto percentuale praticato su singoli prodotti non è costante e può aumentare nel tempo, anche nel contesto di specifiche iniziative promozionali*”. In particolare, dal citato monitoraggio sarebbe emerso che in alcuni casi l’aumento dello sconto percentuale pubblicizzato è stato accompagnato da un contestuale aumento del prezzo di riferimento rispetto al quale è calcolato lo sconto, di modo che il prezzo finale pagato dal consumatore è rimasto invariato.

Alla luce di tali dati, pertanto, l’Autorità ha ipotizzato che Galileo abbia manipolato il prezzo di riferimento per il calcolo dello sconto al fine di lasciar intendere al consumatore di trovarsi di fronte ad un prezzo molto conveniente, peraltro enfatizzato con la dicitura “*sottoprezzo*”.

In definitiva, secondo l’Autorità, la pratica sopra illustrata potrebbe integrare una violazione dell’art. 21, comma 1, lett. d) del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a indurre in errore il consumatore medio con riguardo all’effettiva offerta di prodotti promozionali a prezzi scontati e alla reale entità dello sconto praticato.

- Galileo, **pur senza riconoscere** in alcun modo la fondatezza delle tesi e delle ipotesi formulate nella Comunicazione e nella convinzione di non aver commesso alcuna violazione della normativa di cui al Codice del Consumo e, dunque, di aver agito nel **pieno**

**rispetto** della medesima, in ottemperanza al quadro legislativo e regolamentare applicabile nel caso in esame, offre - ai sensi dell'art. 27 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento procedurale - i seguenti impegni per porre rimedio alle preoccupazioni sollevate da codesta Ill.ma Autorità nella Comunicazione.

## **IMPEGNI**

### **I) DESCRIZIONE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI**

Gli impegni hanno ad oggetto l'adozione di misure volte a modificare, in via permanente e senza alcuna limitazione temporale, le condotte del Professionista in modo da assicurare ai consumatori, in aggiunta agli standard di diligenza già seguiti da Galileo, maggiore chiarezza e trasparenza riguardo ai prezzi e agli sconti che verranno praticati ai consumatori.

#### **1. IMPEGNO VOLTO ALLA MODIFICA DELLA PRESENTAZIONE DELLE PROMOZIONI**

##### **Tipologia di impegno**

Il presente impegno comporta una modifica sostanziale nella politica commerciale di Galileo di individuazione dei prezzi di vendita dei prodotti che consenta in modo chiaro e trasparente di rendere edotti i consumatori sui prezzi usualmente e precedentemente applicati ai prodotti e sulla scontista ad essi applicata, ponendo i consumatori nella condizione di valutare la convenienza dell'offerta.

##### **1. Galileo:**

- a. si impegna a non esporre più il cd. Prezzo di listino, ad esporre il solo prezzo di vendita applicabile al pubblico (Prezzo di Vendita al Pubblico) e, ove applicabile in caso di promozione, il prezzo scontato (Prezzo Scontato) (riservandosi la facoltà di eventualmente indicare la percentuale di sconto applicata);
- b. precisa che il Prezzo di Vendita al Pubblico dell'articolo su cui viene operato lo sconto promozionale è da intendersi quello più basso tra quelli applicati dalla società negli ultimi 30 giorni precedenti la promozione;
- c. precisa che il punto b. di cui sopra non trova applicazione a promozioni diverse cd. Speciali (es. bundling di prodotto, 3x2, vendite di liquidazione, ecc.);
- d. si impegna ad indicare chiaramente la validità della promozione sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale;
- e. si impegna a presentare, in ogni caso, tutte le promozioni di cui ai punti che precedono con una grafica e/o diciture - di volta in volta individuate - che siano chiare, trasparenti ed immediatamente individuabili da parte dei consumatori.

##### **2. Con specifico riferimento al Volantino, Galileo, inoltre:**

- a. si impegna ad utilizzare tale Volantino come vetrina di alcuni tra i prodotti commercializzati da Galileo presso i Punti vendita e/o *on line* selezionati dalla Società con modalità periodiche, in modo da dare evidenza ai prodotti sui quali Galileo intende puntare;
- b. si impegna ad indicare nel Volantino stesso - per quei prodotti, tra quelli a Volantino che intende formare oggetto di promozioni ed in linea con quanto previsto al punto 1.



-, oltre al Prezzo di Vendita al Pubblico anche il Prezzo Scontato (riservandosi, anche in questo caso, la facoltà di eventualmente indicare la percentuale di sconto applicata); resta inteso, quindi, che la Società si riserva il diritto di esporre sul Volantino anche i prodotti non oggetto di promozione per i quali sarà indicato il solo Prezzo di Vendita al Pubblico (senza sconto);

- c. si impegna ad indicare chiaramente la validità del Volantino, e quindi delle promozioni eventualmente riportate, sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale;
- d. precisa che anche per i prodotti a volantino il punto 1.b. di cui sopra non trova applicazione a promozioni diverse cd. Speciali (es. bundling di prodotto, 3x2, vendite di liquidazione, ecc.).

Resta inteso che Galileo è libera di effettuare ulteriori tipologie di promozioni commerciali a beneficio dei consumatori, diverse da quelle oggetto del Provvedimento di avvio e già coperte dai punti 1 e 2 che precedono, seguendo i principi di veridicità, genuinità, chiarezza, immediatezza e trasparenza.

Resta inteso che la Società si riserva il diritto di modificare il Prezzo di Vendita al Pubblico o la scontistica in aumento o diminuzione in considerazione delle esigenze commerciali (es. aumento dei costi, necessità di smaltire il magazzino, ecc.), ma sempre nel rispetto dei principi di veridicità, genuinità e trasparenza delle promozioni e nel rispetto degli impegni delineati ai punti 1 e 2 che precedono.

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 4 mesi dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni.

\*

## **2. IMPEGNO VOLTO AD ELIMINARE LA DICITURA SOTTOPREZZO**

### **Tipologia di impegno**

Galileo si impegna a non utilizzare più la dicitura “*sottoprezzo*” in tutte le sue promozioni sia sul Volantino che sul Sito oltre che nei Punti vendita.

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 1 mese dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni.

\*

## **3. IMPEGNO VOLTO AD INSERIRE UNA SEZIONE INFORMATIVA SUL SITO INTERNET RIGUARDANTE LE MODALITÀ DI CORRETTA LETTURA DELLE PROMOZIONI**

### **Tipologia di impegno**

Galileo si impegna a rendere edotto il consumatore delle modalità di corretta lettura delle promozioni con un *link* (denominato “Come leggere prezzi e promozioni”) posto nella sezione area clienti presente sulla prima pagina del sito <https://www.satur.it/> che rimanda alla seguente comunicazione-tipo:

*Comunicazione-tipo*

Satur è da sempre attenta alle esigenze dei consumatori in termini di qualità e prezzo.

Sul nostro sito e nei negozi puoi trovare alcune promozioni a te dedicate.

Su alcuni prodotti la nostra Società può, ad esempio, decidere di applicare un prezzo promozionale: in questi casi, oltre al prezzo di vendita al pubblico, troverai indicazione del prezzo promozionale scontato a cui potrai acquistare il prodotto nel periodo oggetto della promozione.

Sul Volantino, poi, trovi una selezione di prodotti scelti per te ed in alcuni casi potrai trovare anche prodotti in promozione.

Presta sempre attenzione all'applicabilità delle promozioni (on line o nei punti vendita) ed alla loro durata temporale.

La Società si riserva di modificare il *wording* del *link* e della comunicazione-tipo in caso di comprovate esigenze, sempre nel rispetto dei principi di veridicità e trasparenza.

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 4 mesi dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni.

\*

4. **IMPEGNI VOLTI A DELINEARE LINEE GUIDA AZIENDALI PER LA FORMAZIONE DELLE PROMOZIONI E PER LA LORO CORRETTA ESPOSIZIONE AI CONSUMATORI**

**Tipologia di impegno**

Galileo al fine di garantire la trasparenza e la chiarezza dei prezzi dalla stessa praticati si impegna ad adottare specifiche Linee Guida per la gestione delle campagne promozionali nel rispetto del Codice del Consumo, ed in particolare della normativa in tema di pratiche commerciali scorrette.

Tali Linee Guida, pur lasciando ovviamente libertà di decisione aziendale in merito ai prezzi ed agli sconti da praticare, avranno lo scopo di: richiamare la normativa generale in tema di pratiche commerciali scorrette e fornire indicazioni per il rispetto dei principi di chiarezza e trasparenza nell'esposizione delle promozioni nei confronti del consumatore.

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 4 mesi dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni.

\*

5. **IMPEGNO VOLTO AD EFFETTUARE UN TRAINING AZIENDALE CHE ABBAIA AD OGGETTO LA NORMATIVA DI CUI AL CODICE DEL CONSUMO IN TEMA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E L'ILLUSTRAZIONE DELLE LINEE GUIDA**

**Tipologia di impegno**

Galileo si impegna ad organizzare uno specifico training aziendale rivolto al personale aziendale coinvolto nella determinazione dei prezzi e nella presentazione al pubblico delle

promozioni finalizzato a garantire la conoscenza della normativa di cui al Codice del Consumo in tema di pratiche commerciali scorrette e l'illustrazione del contenuto delle Linee guida.

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 4 mesi dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni.

\*

## **6. IMPEGNO VOLTO ALLA COMPENSAZIONE A FAVORE DEI CONSUMATORI**

### **Tipologia di impegno**

Galileo si impegna a prevedere, quale misura compensativa in favore dei clienti che nel periodo settembre - dicembre 2021 hanno acquistato sul sito *www.satur.it* uno dei prodotti oggetto del Provvedimento di avvio di istruttoria elencati in Tabella 1, paragrafo 3, pag. 2 un rimborso diretto calcolato come segue.

La Società ha individuato 90 prodotti venduti nell'arco temporale e con le modalità citate al paragrafo precedente; tenendo conto delle contestazioni di cui al Provvedimento di avvio, il rimborso sarà costituito dalla differenza tra il prezzo di listino asseritamente maggiorato ed il prezzo di listino prima dell'asserita maggiorazione (per prendere a riferimento, come esempio indicato nella citata tabella di cui al Provvedimento di avvio il prodotto Termoconvettore, in cui viene indicato un prezzo di listino asseritamente maggiorato pari a 49.99 euro ed il prezzo di listino prima dell'asserita maggiorazione pari a euro 39.99, il consumatore che ha acquistato questo prodotto riceverà un rimborso pari a 10 euro; ed ancora per il prodotto Japanese Dream Blue Servizio, considerato il prezzo di listino prima dell'asserita maggiorazione pari a euro 237 ed il prezzo dopo l'asserita maggiorazione di euro 331.45, il consumatore riceverà un rimborso pari a 94.45 euro).

Ai consumatori verrà inviata la comunicazione qui sotto riportata (cfr. Lettera Tipo 1) ai fini di informativa circa l'accredito della somma; per le ipotesi in cui la Società non disponga dei dettagli per l'accredito (es. paypal, carta di credito), dovendo chiedere al consumatore i dettagli bancari verrà inviata una comunicazione ad hoc (cfr. Lettera Tipo 2).

### **Lettera Tipo 1**

*“RE: Campagna concordata con l'AGCM*

*Gentile Cliente,*

*siamo lieti di informarLa che - in ottemperanza di impegni presi dalla nostra Società con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“AGCM”) - Le verrà riconosciuto, in virtù del Suo acquisto di prodotti della nostra Società effettuato sul sito internet Satur.it, nel periodo compreso tra settembre e dicembre 2021 un rimborso di Euro ... che verrà accreditato automaticamente sullo strumento di pagamento da Lei utilizzato per l'acquisto.*

*Galileo S.p.a. che da sempre è attenta al rapporto con i propri clienti nella massima trasparenza e collaborazione resta a Sua piena disposizione per ogni chiarimento.*

*Con l'augurio che continui a nutrire apprezzamento per i prodotti della nostra*

*insegna Satur, Le inviamo i migliori saluti.*

*Galileo S.p.A.”.*

**Lettera Tipo 2**

*“RE: Campagna concordata con l’AGCM*

*Gentile Cliente,*

*siamo lieti di informarLa che - in ottemperanza di impegni presi dalla nostra Società con l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (“AGCM”) – Le verrà riconosciuto, in virtù del Suo acquisto di prodotti della nostra Società effettuato sul sito internet Satur.it, nel periodo compreso tra settembre e dicembre 2021, un rimborso di Euro ....*

*Le chiediamo quindi cortesemente di riscontrare la presente lettera, comunicandoci i dati bancari completi (IBAN, nome e cognome) in modo da poter procedere al bonifico della predetta somma.*

*Galileo S.p.a. che da sempre è attenta al rapporto con i propri clienti nella massima trasparenza e collaborazione resta a Sua piena disposizione per ogni chiarimento.*

*Con l’augurio che continui a nutrire apprezzamento per i prodotti della nostra insegna Satur, Le inviamo i migliori saluti*

*Galileo S.p.A.”.*

**Tempistica di implementazione:** la Società si impegna ad implementare il predetto impegno entro il termine di 4 mesi dalla pubblicazione del provvedimento AGCM di accettazione degli impegni. Per implementazione si intende l’invio delle Lettere Tipo 1 e 2 e l’accredito automatico di cui all’Impegno. In caso di mancata risposta alla Lettera Tipo 2, una seconda comunicazione verrà inviata entro i successivi 2 mesi.

\*\*\*

**II) CONSIDERAZIONI CIRCA L’IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A FAR VENIRE MENO I PROFILI CONTESTATI**

Galileo ritiene che gli impegni presentati siano idonei a far venire definitivamente meno le preoccupazioni manifestate da codesta Ill.ma Autorità in relazione alla presunta illegittima pratica commerciale che sarebbe stata attuata da Galileo in violazione delle disposizioni di cui al Codice del Consumo.

Con la Comunicazione di avvio del Procedimento, è stato ipotizzato che Galileo “pubblicizzerebbe offerte promozionali basate su sconti non genuini”; in particolare è stato rilevato che in alcuni casi “l’aumento dello sconto percentuale pubblicizzato è stato accompagnato da un contestuale aumento del prezzo di riferimento (prezzo “base”) rispetto al quale è calcolato lo sconto, di modo che il prezzo finale pagato dal consumatore è rimasto invariato”. Tale condotta sarebbe “idonea a indurre in errore il consumatore medio con riguardo alla effettiva offerta di prodotti a prezzi scontati e alla reale entità dello sconto praticato” lasciando intendere al consumatore “di trovarsi di fronte ad un prezzo molto conveniente, enfatizzato peraltro con l’ambigua dicitura “sotto prezzo”, laddove in realtà il prezzo finale non ha subito variazioni”.

Galileo ritiene di porre concretamente rimedio a tale condotta attraverso un *set* di impegni che modifica sostanzialmente la propria politica di prezzo e commerciale.

In particolare, tale risultato viene raggiunto dall'adozione dell'**IMPEGNO (1)** il quale prevede che non venga più esposto il cd. Prezzo di listino (i.e. quello che nel Provvedimento di avvio viene definito come "prezzo base"), ma che venga indicato, con una grafica chiara, trasparente e immediatamente individuabile da parte dei consumatori il solo Prezzo di vendita effettivamente applicato sul quale verranno applicate eventuali promozioni (Prezzo di Vendita al Pubblico).

Nelle ipotesi di Promozioni come quelle oggetto di Provvedimento di avvio di istruttoria verrà, quindi, indicato oltre al Prezzo di Vendita al Pubblico anche il nuovo Prezzo scontato (eventualmente accompagnato dall'indicazione della percentuale di sconto applicata).

Sempre in ottica di massima trasparenza e collaborazione, e tenendo conto delle possibili future modifiche legislative a seguito dell'entrata in vigore della cd. Direttiva Omnibus, la Società ha precisato che il Prezzo di Vendita al Pubblico su cui sarà operato lo sconto promozionale c.d. "a valore" è da intendersi quello più basso tra quelli applicati dalla Società negli ultimi 30 giorni precedenti la promozione (precisando altresì che il limite dei 30 giorni non trova applicazione a promozioni diverse da quelle contestate, le cd. Promozioni Speciali, quali a titolo esemplificativo bundling di prodotto, 3x2, vendite di liquidazione, ecc.).

L'impegno della Società si estende, inoltre, a prevedere un obbligo di chiarezza e trasparenza nell'indicazione della validità della promozione sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale.

La Società ha poi voluto dedicare un set specifico di impegni al Volantino, considerato che lo stesso viene descritto come mezzo di rappresentazione potenzialmente ingannevole nel Provvedimento di avvio. Tale volantino conterrà una selezione dei prodotti per i quali verrà, anche in questo caso, esposto il solo Prezzo di vendita al pubblico effettivamente applicato e, se del caso, le promozioni dedicate ad alcuni prodotti. Anche in questo caso, il Volantino e la sua esposizione saranno corredati di chiare indicazioni in merito alla validità ed applicabilità del Volantino stesso, e quindi delle eventuali promozioni riportate, sia a livello di applicazione (on line / negozi) che temporale.

Tali Impegni sono di natura strutturale, tesi nella loro globalità all'adozione di misure di ampio respiro (applicabili a tutte le tipologie di vendite e promozioni) volte a modificare, in via permanente e senza alcuna limitazione temporale, le condotte di Galileo in termini di esposizione dei prezzi al pubblico.

Si auspica che l'Autorità possa apprezzare lo stravolgimento della politica di esposizione dei prezzi e delle promozioni Satur, considerato che, in principalità, non verrà più indicato il cd. Prezzo di listino (i.e. quello che nel Provvedimento di avvio viene definito come "prezzo base", che nella ricostruzione dell'AGCM era descritto come prezzo sostanzialmente non applicato al pubblico, date le scontistiche applicate, a dire dell'Autorità, su larga scala), che verrà esposto il solo Prezzo di Vendita al Pubblico effettivamente applicato, il Prezzo Scontato (laddove vi siano delle promozioni) e verranno fornite chiare indicazioni sulle promozioni stesse

In tale modo, non verranno pubblicizzate offerte promozionali che possono, anche solo in potenza, essere basate su sconti non genuini, mentre al contrario al consumatore sarà

consentito di percepire la reale convenienza dell'offerta proposta.

Inoltre, si ritiene che l'impegno in termini di chiarezza della validità temporale e dell'applicazione del Volantino o delle singole promozioni (alle vendite online o alle vendite in negozio) agevoli la trasparenza comunicativa a beneficio del consumatore finale.

Pur senza ammissione alcuna, la Società ritiene, in conclusione, risolte le contestazioni di cui al Provvedimento di avvio, considerato che l'assenza di indicazione del Prezzo di listino, impedisce in radice che si possa parlare di prezzo non realmente applicato. Tale prezzo, infatti, è costituito dal prezzo al pubblico, applicato per ogni singolo prodotto e che potrà essere, di volta in volta, per periodi predeterminati, secondo le esigenze commerciali della Società, oggetto di sconto in favore dei consumatori.

L'impegno di Galileo teso alla modifica della politica di esposizione dei prezzi, viene ulteriormente rafforzato attraverso l'adozione di due ulteriori impegni. In particolare, dell'**IMPEGNO (2)** il quale prevede l'eliminazione della dicitura "sottoprezzo" il cui utilizzo è indicato nel Provvedimento di avvio come fonte di preoccupazione per codesta Ill.ma Autorità e dell'**IMPEGNO (3)** il quale prevede l'inserimento di una sezione informativa sul sito internet <https://www.satur.it/> - accessibile attraverso un *link* posto sulla prima pagina dello stesso - che consente al consumatore di conoscere le modalità di corretta lettura delle promozioni.

Si ritiene che le misure proposte relativamente alla modifica nelle politiche di individuazione dei prezzi di vendita dei beni e alla conseguente applicazione degli sconti promozionali pubblicizzati sui prezzi usualmente applicati siano idonei a garantire una maggiore chiarezza informativa su una variabile, il prezzo, che appare quella di maggiore attrazione e richiamo per i consumatori ai fini della valutazione della convenienza dell'offerta.

Da questo punto di vista il pacchetto di misure proposte in tema di rappresentazione dei prezzi fornisce ai consumatori un'informazione estremamente ampia e completa sui prezzi usualmente applicati, sia sul sito internet che presso i punti vendita che consentirà ai consumatori di conoscere l'effettivo prezzo applicato prima della promozione e la reale portata degli sconti che verranno offerti e pubblicizzati nelle campagne promozionali in modo da permettere loro di effettuare in modo informato e consapevole la propria scelta. Ciò in linea con la prassi applicativa di codesta Autorità in fattispecie del tutto similari a quella che oggi ci occupa (PS3910 - GRANCASA-APPLICAZIONE SCONTI).

Galileo, ancora, ha ritenuto di implementare alcune importanti iniziative a livello interno per scongiurare il rischio che la Società possa essere destinataria in futuro di contestazioni per pratiche commerciali scorrette simili a quelle contestate dall'Autorità nel Provvedimento di avvio.

A tal fine, con l'**IMPEGNO (4)** Galileo si è impegnata ad adottare specifiche Linee Guida per la gestione delle campagne promozionali nel rispetto del Codice del Consumo, ed in particolare della normativa in tema di pratiche commerciali scorrette che fungano in concreto da presidio aziendale. Tale risultato viene altresì perseguito attraverso l'**IMPEGNO (5)** il quale prevede che, al fine di diffondere la conoscenza a tutti i livelli aziendali delle norme del Codice di Consumo, la Società debba effettuare periodicamente dei *training* che abbiano ad oggetto la normativa di cui al codice del consumo in tema di pratiche commerciali scorrette e l'illustrazione delle predette Linee guida. Tali Impegni garantiscono la diffusione in azienda della conoscenza di corrette politiche commerciali,

con lo scopo di neutralizzare possibili future contestazioni. Ciò in linea con la prassi applicativa di codesta Autorità in fattispecie del tutto simili a quella che oggi ci occupa (PS12254 Hyundai; PS12255 KIA).

Infine, attraverso l'adozione dell'**IMPEGNO (6)** Galileo intende attuare una concreta misura compensatoria nei riguardi dei consumatori che nel periodo settembre - dicembre 2021 (ossia il "*Periodo oggetto di segnalazione*") hanno acquistato sul sito *www.satur.it* uno dei prodotti oggetto del Provvedimento di avvio di istruttoria elencati in Tabella 1, paragrafo 3, pag. 2.

La scelta operata dalla Società di erogare un rimborso corrispondente alla perfetta differenza tra il prezzo maggiorato e quello prima della maggiorazione ha lo scopo di garantire che il rimborso corrisposto sia effettivamente proporzionato al prezzo pagato dal consumatore; si ritiene che tale scelta sia altresì volta a colmare il *gap* tra il prezzo pubblicizzato che l'AGCM definisce come maggiorato ed il prezzo prima di tale asserita maggiorazione, in modo da venire incontro alle perplessità espresse dall'Autorità in sede di avvio di istruttoria.

Per una maggior forma di collaborazione la Società ha preso a riferimento tutti i prodotti nell'arco temporale citato, includendo anche le vendite non realizzate nelle settimane in cui la segnalazione non rilevava anomalie. Pertanto, la misura proposta va a beneficio dei consumatori che in tutto il periodo sopra considerato hanno acquistato sul sito uno dei prodotti oggetto del Provvedimento di avvio di istruttoria, nonostante le anomalie segnalate (dovute ad errori) riguardino periodi (settimane) ben più circoscritte.

Si auspica, quindi, che codesta Autorità possa apprezzare la predetta misura compensatoria adottata nei riguardi dei consumatori, in linea con l'orientamento dell'AGCM in fattispecie del tutto simili a quella che oggi ci occupa (PS2337 – MONDO CONVENIENZA-VENDITA PROMOZIONALE).

\*

**In conclusione**, alla luce delle suesposte considerazioni, Galileo ritiene che tutti gli impegni proposti soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e siano idonei a far venir meno i presunti profili di illegittimità prospettati nel Provvedimento di avvio, così da agevolare la definizione del procedimento senza l'accertamento della violazione e senza che venga comminata un'eventuale sanzione pecuniaria.

Le misure proposte appaiono, infatti, adeguate non solo a rimuovere tutti gli aspetti della pratica suscettibili di violare le norme del Codice del Consumo, ma altresì a migliorare la comunicazione complessiva sui prezzi di vendita normali e in promozione, a migliorare la gestione interna delle decisioni in merito alla politica dei prezzi ed alla loro esposizione al pubblico, ed a garantire, in ogni caso, una misura compensatoria per i consumatori, quale quella in precedenza descritta.

\*

Galileo si dichiara a completa disposizione in merito ad eventuali termini e obblighi informativi ulteriori rispetto a quelli indicati o anche solo in merito a specifici chiarimenti in relazione agli impegni proposti, che la Direzione istruttoria o l'AGCM dovessero ritenere necessari.

A tal fine si chiede fin da ora che i rappresentanti della Società e gli scriventi legali siano

sentiti in apposita audizione innanzi la Direzione Istruttoria.

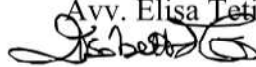
\*

Con osservanza

Avv. Enrico Adriano Raffaelli



Avv. Elisa Teti



Avv. Alessandro Raffaelli





**PS12364 - CONFORAMA**

*Allegato al provvedimento n. 30465*

**ON.LE**

**AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

**DIREZIONE C DELLA DIREZIONE GENERALE PER LA TUTELA DEL  
CONSUMATORE**

**PRESENTAZIONE DI IMPEGNI AI SENSI DELL'ART. 27, COMMA 7 DEL CODICE  
DEL CONSUMO, DELL'ART 8 COMMA 7 DEL D.LGS.145/2007 E DELL'ART. 9 DEL  
REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE (DEL. AGCM 25411/2015)**

**1) Numero del Procedimento, data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento  
da parte del professionista**

La presente è relativa al procedimento PS 12364, il cui avvio è stato reso noto alla scrivente con comunicazione prot. 0054159 del 12 luglio 2022, notificata a mezzo PEC in data 14 luglio 2022.

**2) Professionista che presenta gli impegni**

RAGIONE o DENOMINAZIONE SOCIALE DELL'IMPRESA: Conforama Italia S.p.A.

SEDE LEGALE:

Città MILANO Via DE GASPERI n. 2 CAP 20151

**3) Pubblicità o pratica commerciale oggetto della comunicazione di avvio del procedimento**

Nella comunicazione di avvio del procedimento:

a) a seguito di una segnalazione del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza (non nota all'esponente, in quanto non allegata alla comunicazione stessa) si rende noto che il Nucleo ha rilevato come *“il professionista pubblicizzerebbe offerte promozionali basate su sconti non genuini”*;

b) si ipotizza che tale comportamento possa *“integrare una violazione dell'art. 21, comma 1, lett d)”*.

In particolare, viene rilevato, in relazione ad alcuni prodotti oggetto di iniziative promozionali, che il “prezzo di riferimento (prezzo ‘base’) rispetto al quale è calcolato lo sconto” sarebbe “stato aumentato; in tal modo il prezzo finale scontato è risultato uguale a quello pre-promozione oppure più basso, ma in misura significativamente inferiore alla percentuale di sconto pubblicizzata”.

#### **4) Contenuto testuale degli impegni proposti e eventuale periodo di validità in relazione ai singoli profili oggetto della comunicazione di avvio del procedimento**

Fermo restando quanto si rileverà nel successivo § 5), si indica quanto in epigrafe come segue:

##### **CONTENUTO TESTUALE**

Conforama Italia S.p.A. si impegna a:

- i) continuare a riservare le promozioni ai soli titolari di Confocard e, anche in questi casi, a non effettuare promozioni a seguito di variazioni di listino prima di 30 giorni dall’eventuale variazione di prezzo in aumento. Si precisa che le eventuali vendite di liquidazione, effettuate nei casi previsti, con le modalità e nei termini stabiliti dalla disciplina nazionale e dalle normative regionali del settore del commercio al dettaglio, potranno essere aperte a tutti i clienti;
- ii) rendere edotti tutti i dipendenti addetti alla vendita ed alla gestione dei listini e delle iniziative promozionali dell’impegno di cui sopra, curandone altresì la formazione ai fini dell’osservanza delle disposizioni del D.Lgs. 206/2005 ai fini della protezione dei Consumatori;
- iii) comunicare, entro 30 giorni dalla chiusura del procedimento, a tutti i Clienti identificabili i quali abbiano acquistato gli articoli indicati nella comunicazione di avvio del procedimento PS 12364 che potranno beneficiare di un rimborso di importo pari al minor sconto che nella comunicazione suddetta si ritiene essere stato praticato; il rimborso avverrà entro 15 giorni dalla indicazione da parte dei Clienti delle modalità con le quali intendono ricevere l’importo suddetto.

##### **PERIODO DI VALIDITA’**

Quanto agli impegni sub i) e ii), trattandosi di misure “a regime”, le stesse non sono soggette a termini di validità.

#### **5) Considerazioni circa l’ammissibilità e l’idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell’avvio dell’istruttoria**

In ordine a quanto in epigrafe occorrono alcune considerazioni preliminari.

Si precisa, in primo luogo, che l'esercizio della facoltà di cui all'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo non implica in alcun modo acquiescenza alla e/o riconoscimento della sussistenza di alcuno dei profili di illegittimità ipotizzati nell'avvio dell'istruttoria.

Con riserva di ulteriore illustrazione mediante eventuali successive memorie, si evidenzia che le misure indicate appaiono certamente idonee a rimuovere i profili di possibile illegittimità rilevati nella comunicazione di avvio, dal momento che assicurano al di là di ogni possibile dubbio l'effettività:

a) da una parte, del prezzo di partenza (per i clienti che non siano titolari e non ritengano di divenire titolari) della Confocard;

b) dall'altra, del vantaggio riservato ai titolari di Confocard.

Fermo restando quanto in precedenza precisato, si confida pertanto, in via principale, nella archiviazione del procedimento, o, in subordine, nella non creduta ipotesi in cui si ritenesse sussistente una violazione, nell'accoglimento della presente e degli impegni indicati, nei quali è stata inserita anche la misura iii) per estremo spirito di collaborazione e riguardo nei confronti della Clientela, pur ribadendo la carenza di qualsiasi intento decettivo ed il carattere oggettivamente ridotto e circoscritto del presunto illecito.

## **6) Eventuale versione non riservata e non confidenziale degli impegni**

Non sussistono esigenze di riservatezza o confidenzialità degli impegni.

In fede.

Milano, 7 novembre 2022.



(CONFORAMA ITALIA S.p.A.)

Eric Jozelson

Presidente del Consiglio di Amministrazione