



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIV - n. 1

**Publicato sul sito www.agcm.it
2 gennaio 2024**

Nuova versione del 8 gennaio 2024

SOMMARIO(*)

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A553 - AISCAT E ASPI/CONDOTTE ABUSIVE ESCLUDENTI NEL MERCATO DEL TELEPEDAGGIO	
<i>Provvedimento n. 31011</i>	5
I863 - PREZZO BIGLIETTI AEREI DA E PER LA SICILIA NEL PERIODO NATALIZIO	
<i>Provvedimento n. 31014</i>	26
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	34
AS1931 - ROMA CAPITALE- REGOLAMENTO PER IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO DI LINEA GRAN TURISMO	34
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	36
PS12600 – ITALIAONLINE - BLOCCO POSTA	
<i>Provvedimento n. 31012</i>	36
PS12527 - FACILE RISTRUTTURARE-RECENSIONI ON LINE	
<i>Provvedimento n. 31013</i>	47
PS12615 - TAKE IT SLOWLY BY UN'ALTRA SICILIA-CREDIT CARD SURCHARGE	
<i>Provvedimento n. 31015</i>	83
PS12616 - TICKETSMS-CREDIT CARD SURCHARGE	
<i>Provvedimento n. 31016</i>	89
PS12617 - SICILYING-CREDIT CARD SURCHARGE	
<i>Provvedimento n. 31017</i>	101

(*) Nella presente versione del Bollettino n. 1/2024 l'allegato al provv. n. 31011 del 14 dicembre 2023 è pubblicato nella versione corretta.

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A553 - AISCAT E ASPI/CONDOTTE ABUSIVE ESCLUDENTI NEL MERCATO DEL TELEPEDAGGIO

Provvedimento n. 31011

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 dicembre 2023;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare l'articolo 14-ter;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287", adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTO il proprio provvedimento n. 30328 dell'11 ottobre 2022, con il quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti della società Autostrade per l'Italia S.p.A. e AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori, per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 102 del TFUE, in relazione alla mancata apertura alla concorrenza del sistema nazionale del telepedaggio e all'imposizione agli operatori nuovi entranti nel Sistema Europeo di Telepedaggio di condizioni discriminatorie rispetto a quelle dell'operatore storico Telepass S.p.A.;

VISTE le comunicazioni del 27 febbraio 2023, con le quali Autostrade per l'Italia S.p.A. e AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori hanno presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990, secondo le modalità indicate nell'apposito "Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90";

VISTA la propria delibera del 28 giugno 2023, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 3 luglio 2023, degli impegni proposti da Autostrade per l'Italia S.p.A. e AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori sito *Internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni dei terzi interessati pervenute nell'ambito del *market test* in ordine agli impegni pubblicati;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni, presentate da Autostrade per l'Italia S.p.A. e AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori in data 29 settembre 2023 (cfr. Allegato 1 e Allegato 2 alla presente delibera contenenti la versione consolidata degli impegni);

VISTA la propria comunicazione alla Commissione europea del 2 novembre 2023, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 1/2003;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Autostrade per l'Italia S.p.A. (di seguito, "ASPI") è la principale società concessionaria autostradale italiana, attiva nella costruzione e gestione di autostrade, infrastrutture di trasporto limitrofe alla rete autostradale, infrastrutture di sosta ed intermodali. Il totale delle tratte autostradali gestito da ASPI è di circa 3.000 km.

Il 5 maggio 2022 è stato completato il passaggio della partecipazione di controllo di ASPI dell'88,06%, precedentemente detenuta da Atlantia S.p.A. (oggi Mundys S.p.A.), a Holding Reti Autostradali S.p.A. (HRA), veicolo d'investimento partecipato da Cassa Depositi e Prestiti Equity (51%), Blackstone Infrastructure Partners (24,5%) e dai fondi gestiti da Macquarie Asset Management (24,5%).

Fanno parte del Gruppo Autostrade per l'Italia le seguenti società concessionarie autostradali: SITMB-Società Italiana per Azioni per il Traforo del Monte Bianco S.p.A. (di seguito anche "SITMB", 51%), RAV-Raccordo Autostradale Valle d'Aosta S.p.A. (di seguito anche "RAV", controllata da SITMB al 47,97%); TANA-Tangenziale di Napoli S.p.A. (di seguito anche "TANA", 100%); SAT-Società Autostrada Tirrenica S.p.A. (di seguito anche "SAT", 99,99%).

Per quanto qui di interesse, rileva anche che ASPI controlla al 100% la società Movyon S.p.A., che fornisce servizi di manutenzione ordinaria e straordinaria e di *back office* a numerose concessionarie italiane, non solo appartenenti al gruppo.

2. AISCAT - Associazione Concessionarie Autostradali Italiane (di seguito, "AISCAT"), con sede in Roma, è l'associazione delle concessionarie autostradali e trafori italiani a pedaggio, costituita nel 1966 e aderente a Confindustria. Allo stato sono associate a essa sedici società concessionarie (tra cui, ASPI, SITMB, RAV, TANA e SAT), che gestiscono nel loro complesso 4.835 km di autostrade dei circa 7.000 km della rete autostradale italiana. Tra le associate, il gruppo Autostrade per l'Italia detiene la maggioranza dei diritti di voto nell'Assemblea Generale dell'Associazione e ha indicato, con riferimento alle cariche vigenti, sei su undici componenti del Consiglio Direttivo.

Segnalante

3. UnipolTech S.p.A. (già AlfaEvolution Technology S.p.A., di seguito "UnipolT") è la società, soggetta a direzione e coordinamento di Unipol Gruppo S.p.A., attiva nella progettazione, sviluppo ed erogazione di servizi innovativi basati su telematica, nuove soluzioni internet (IoT) e utilizzo dei *Big Data* per gli ecosistemi *Mobility*, *Property* e *Health* del gruppo Unipol. Nell'ambito del settore *Mobility*, UnipolT ha sviluppato e dato avvio alla commercializzazione nel dicembre 2021 del prodotto UnipolMove, che consente il pagamento elettronico del pedaggio autostradale.

Intervenienti

4. Telepass S.p.A. (di seguito, “Telepass”) è la società storicamente attiva nel telepedaggio sul mercato italiano. Telepass nasce nei primi anni '90 come un servizio di pagamento differito del pedaggio ideato e fornito da ASPI; nel 2008 il ramo aziendale inerente alle attività gestione e commercializzazione di Telepass e di tutti i rapporti contrattuali con la clientela viene formalmente conferito a una autonoma società del gruppo appositamente creata, Telepass S.p.A.. Nel 2016, ASPI ha ceduto la propria partecipazione nel capitale di Telepass all'allora società controllante Atlantia S.p.A. (oggi Mundys S.p.A.), che a tutt'oggi controlla Telepass, mentre dal maggio 2022 non controlla più ASPI (cfr. *supra* §1).

Il sistema nazionale (anche detto “*legacy*”) di telepedaggio su cui opera Telepass prevede un sistema di raccolta delle informazioni centralizzato presso la concessionaria Autostrade per l'Italia, che svolge attività di *acquiring* dei transiti effettuati sulle tratte autostradali gestite dalla stessa ASPI e da tutte le altre concessionarie. Nel tempo, Telepass, anche tramite le società controllate, ha espanso le proprie aree di operatività ed è oggi attiva, tra l'altro, nei servizi di pagamento, nell'intermediazione assicurativa e in altri servizi connessi alla mobilità.

5. Axxès S.A.S. (di seguito, “Axxès”), società di diritto francese, opera come fornitore di servizi interoperabili di telepedaggio per mezzi pesanti a livello europeo ed è attiva sul mercato francese, italiano, belga, tedesco, spagnolo, portoghese, austriaco, polacco, svizzero, ungherese, bulgaro e danese. Axxès ha completato le procedure di accreditamento in Italia in ambito SIT-MP e SET (vedi *infra*) con due differenti apparati di bordo, con cui oggi è operativa sulla rete autostradale italiana.

II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

6. In data 19 maggio 2022, UnipolT ha denunciato un insieme di condotte a suo dire adottate da AISCAT e/o dalle principali concessionarie autostradali in Italia, che avrebbero per oggetto e/o per effetto di ostacolarne l'ingresso nel mercato italiano del telepedaggio autostradale.

7. In sintesi, le condotte oggetto di denuncia possono essere distinte in cinque principali filoni: i) predisposizione e applicazione, da parte di AISCAT, di una procedura di accreditamento al nuovo servizio SET lunga e farraginoso, nell'ambito della quale AISCAT avrebbe tenuto comportamenti dilatori; ii) mancato adeguamento di tutti i varchi autostradali per il funzionamento contestuale dei due servizi SIT e SET; iii) mancato adeguamento della cartellonistica dei varchi autostradali per segnalare agli utenti il funzionamento anche dei servizi SET; iv) impedimento all'applicazione agli utenti di UnipolT di agevolazioni tariffarie invece applicate agli utenti Telepass; v) applicazione, nei rapporti contrattuali tra UnipolT e le concessionarie, di un contratto standard predisposto da AISCAT contenente clausole contrattuali onerose e discriminatorie rispetto alle clausole applicate a Telepass.

8. In data 18 luglio 2022, UnipolT ha integrato l'iniziale denuncia segnalando un'ulteriore questione, relativa alla fatturazione ai propri clienti di importi non dovuti a causa dei c.d. errati transiti, consistente nella prassi delle concessionarie di addebitare al cliente, in caso di mancata rilevazione del transito del veicolo in entrata per malfunzionamenti tecnici, il transito calcolato dalla stazione di entrata geograficamente più lontana anziché dalla stazione di entrata effettiva (e, quindi, parametrato a una tratta più lunga del reale). Analoghe anomalie riscontrate sui clienti Telepass verrebbero invece corrette automaticamente dalle concessionarie, avendo Telepass, a differenza di UnipolT, diretto

accesso a un *database* condiviso con le varie concessionarie che consente un controllo incrociato (tramite fotografia) della targa del veicolo in ingresso e che evita così addebiti per tratte non effettivamente percorse.

9. Ricevuta la segnalazione, l’Autorità ha proceduto a svolgere l’attività preistruttoria, inviando richieste di informazioni a trenta concessionarie autostradali, all’associazione AISCAT e al nuovo operatore tedesco di telepedaggio DKV Euro Service GmbH (di seguito, “DKV”), nonché a sentire in audizione il segnalante.

10. In data 11 ottobre 2022, l’Autorità ha deliberato di avviare un procedimento nei confronti di ASPI e AISCAT, per accertare l’esistenza di violazioni dell’articolo 102 del TFUE. In particolare, secondo il provvedimento di avvio, ASPI, attraverso l’associazione AISCAT, in seno alla quale la prima, in virtù della sua capacità di imporre il proprio ruolo decisionale alle associate e vieppiù all’intero comparto autostradale, avrebbe posto in essere un abuso escludente di carattere complesso, attraverso una molteplicità di condotte, con effetti sul mercato nazionale del telepedaggio, il cui ingresso ai fornitori di servizi (di seguito, “FdS”) nuovi entranti non sarebbe consentito a parità di condizioni con lo storico monopolista Telepass. Più in dettaglio, ASPI, attraverso l’associazione AISCAT, si sarebbe concretamente adoperata per mantenere in essere la chiusura del sistema nazionale del telepedaggio, ‘dirottando’ i nuovi entranti verso il solo sistema SET (e SIT-MP), più oneroso dal punto di vista dei requisiti richiesti per l’accreditamento e della relativa procedura, nonché delle condizioni applicate (diverse da quelle di cui gode Telepass per il sistema nazionale), sia *i*) sotto il profilo contrattuale, sia *ii*) sotto il profilo relativo alla possibilità di accordare alla clientela sconti, sia *iii*) sotto il profilo del trattamento dei c.d. errati transiti. Ulteriori impedimenti e ritardi sembrerebbero essere stati posti in essere in relazione all’adeguamento al SET di tutti i varchi autostradali e della relativa cartellonistica.

11. Rispettivamente, in data 25 ottobre e 21 novembre 2022 sono pervenute le istanze di partecipazione al procedimento di Telepass e Axxès, che sono state accolte.

12. Con comunicazione del 31 gennaio 2023, UnipolT ha sollevato due ulteriori profili discriminatori rispetto a Telepass. Il primo è relativo all’accesso ai parcheggi “in struttura”¹, considerato che la società del gruppo ASPI Movyon offre anche servizi di manutenzione dei sistemi di *back office* che garantiscono il funzionamento del Telepass, oltre che in autostrada, presso tali parcheggi. Secondo UnipolT vi sarebbero vincoli contrattuali tra Movyon e Telepass che impedirebbero alla prima di poter aggiornare i *software* delle antenne dei parcheggi per consentire la lettura dei dispositivi che utilizzano lo *standard* SET. In assenza di tale aggiornamento, i clienti UnipolMove non sono in grado di accedere ai parcheggi in struttura tramite il proprio *device*, dovendo ricorrere alla soluzione meno “esperienziale” della lettura targa. Il secondo profilo è relativo all’accesso al servizio di *cash back* in caso di code dovute a cantieri sulla rete di competenza di ASPI: la concessionaria, tramite la controllata Free To X S.r.l., avrebbe integrato il servizio di *cash back* nel sistema di fatturazione Telepass, mentre non si sarebbe resa disponibile a farlo per UnipolT.

13. Con comunicazione del 27 febbraio 2023, nella versione definitiva del formulario depositata, ASPI e AISCAT hanno presentato impegni ai sensi dell’articolo 14-*ter* della legge n. 287/1990, tesi

¹ Si tratta di parcheggi a pagamento coperti (di solito multipiano), come ad esempio quelli degli aeroporti e delle stazioni ferroviarie, o grandi parcheggi cittadini.

a risolvere i profili di criticità concorrenziale sollevati nel provvedimento di avvio nonché gli ulteriori profili discriminatori rappresentati da UnipolT.

14. Di tali impegni l’Autorità ha deliberato la pubblicazione, a far data dal 3 luglio 2023, per consentire ai terzi interessati di esprimere le proprie osservazioni. Entro il termine del 2 agosto 2023, sono pervenute osservazioni da parte del segnalante UnipolT, degli intervenienti Axxès e Telepass e dell’associazione di consumatori Konsumer Italia. Tali osservazioni sono state ulteriormente chiarite da UnipolT e Telepass nel corso di audizioni tenutesi, rispettivamente, il 13 e il 21 settembre 2023.

15. Al fine di recepire le osservazioni pervenute durante il *market test*, a valle delle audizioni tenutesi rispettivamente il 14 e 19 settembre 2023, ASPI e AISCAT, in data 29 settembre 2023, hanno presentato modifiche accessorie agli impegni precedentemente prospettati.

III. IL QUADRO REGOLATORIO DI RIFERIMENTO

16. Il pedaggio autostradale consiste in un corrispettivo, commisurato alla classe di appartenenza del veicolo e alla percorrenza chilometrica, dovuto al c.d. Esattore del Pedaggio (di seguito, “EdP”) al quale è stata affidata, mediante una convenzione di concessione con il Ministero delle Infrastrutture e Trasporti (di seguito “MIT”), la gestione dell’infrastruttura autostradale.

17. Il pedaggio può essere pagato in contanti, mediante carte di pagamento (di debito e credito), Viacard, o attraverso il c.d. telepedaggio, cioè un servizio di pagamento elettronico acquistabile da specifici Fornitori di Servizi (o *service provider*) che, per poter erogare il servizio in una tratta autostradale, devono avere sottoscritto un apposito contratto con il relativo gestore concessionario (ossia l’EdP). Il FdS fornisce all’uopo all’utente un dispositivo elettronico da installare a bordo del veicolo (c.d. *on board unit*, di seguito “OBU”) che dialoga con i rilevatori installati presso le stazioni di entrata e di uscita delle tratte autostradali².

18. Il mercato del telepedaggio è caratterizzato dalla coesistenza di una triplice tipologia di servizi (e relativi regimi regolatori): i) il **servizio nazionale** (o *legacy*) del telepedaggio nel quale solo Telepass opera da oltre trent’anni sia per i mezzi leggeri (di seguito, “ML”) che per i mezzi pesanti (di seguito, “MP”); ii) il **Servizio Europeo di Telepedaggio** (di seguito, “SET”) introdotto dalla Direttiva 2004/52/CE³ (ormai abrogata) e attualmente disciplinato dalla Direttiva 2019/520/UE⁴ - erogabile sia per i ML che per i MP; iii) il **Servizio Interoperabile di Telepedaggio** definito dalla sigla SIT, il cui accesso è consentito ai FdS solo per i MP (c.d. **SIT-MP**).

Nel seguito si illustreranno le principali caratteristiche di tali tre sistemi di telepedaggio.

19. Il **servizio nazionale** (o *legacy*) di telepedaggio ha costituito il primo servizio di telepedaggio introdotto in Italia, attraverso il lancio nel 1990, da parte di ASPI, del proprio prodotto Telepass, ed

² Il sistema di pedaggio della rete autostradale italiana costituisce un sistema *interconnesso*, costituito da una rete fisicamente interconnessa di autostrade, all’interno della quale ogni EdP è delegato a richiedere al FdS il pagamento dei pedaggi relativi a percorsi che terminano in corrispondenza di una delle sue stazioni di *uscita*, anche quelli che possono essere iniziati nella stazione di entrata di un altro EdP e/o possono avere attraversato porzioni di una tratta di competenza di un altro EdP: il pedaggio viene quindi interamente riscosso dalla società concessionaria cui compete la stazione di uscita e viene ripartito tra gli altri gestori interessati, sulla base della c.d. Convenzione di interconnessione.

³ Direttiva del 29.4.2004 concernente l’interoperabilità dei sistemi di telepedaggio stradale nella Comunità, attuata in Italia con D.MIT n. 4405 del 18 novembre 2005. Tale Direttiva del 2004 ha rinviato la definizione del SET a una successiva decisione della Commissione (decisione 2009/750/CE del 6 ottobre 2009), poi abrogata dal Regolamento di esecuzione UE 2020/204 della Commissione del 28 novembre 2019.

⁴ Recepita in Italia con D.Lgs. 5 novembre 2021, n. 153.

è rimasto l'unico nonostante l'assenza di alcuna riserva, a livello regolamentare e normativo, a favore di Telepass stessa.

Per l'erogazione di questo servizio, ASPI ha sempre gestito un sistema di raccolta delle informazioni sui transiti in modo centralizzato e, anche dopo lo scorporo della società Telepass, ha continuato ad avere un ruolo operativo esclusivo di interfaccia tra Telepass e le altre società concessionarie interconnesse, svolgendo per esse il servizio di *acquiring*, ossia ricostruendo per ogni transito la quota di spettanza di ogni concessionaria e retrocedendo loro il pedaggio di competenza⁵.

20. Mentre con il servizio di telepedaggio offerto da Telepass l'utente può effettuare il pagamento elettronico delle tratte autostradali percorse entro i confini nazionali, dovendo l'utente che viaggia in un Paese straniero dotarsi del diverso servizio di telepedaggio ivi offerto, il **SET** è stato introdotto per consentire di pagare elettronicamente il pedaggio autostradale in più Stati membri con un unico dispositivo elettronico a bordo (OBU), senza dover avere nell'abitacolo, a fronte di un viaggio transfrontaliero, più dispositivi forniti dagli operatori di telepedaggio dei diversi Paesi.

Lo stesso obiettivo può essere raggiunto da un operatore del sistema nazionale (*alias* Telepass) solo stipulando contratti bilaterali con i gestori del telepedaggio di Paesi stranieri, quindi non attraverso una gestione *diretta* (come un operatore SET accreditato in più Stati) bensì *indiretta* del servizio di telepedaggio in tali Stati esteri (al proposito, risulta che Telepass abbia accordi bilaterali per i ML con i gestori di Francia, Spagna, Croazia e Portogallo).

21. Il SET costituisce, secondo la normativa di derivazione europea, un servizio "complementare" al servizio nazionale⁶. Già la Direttiva 2004/52/CE chiariva che chiunque, con i necessari requisiti, potesse operare come fornitore del SET⁷ e ciò è stato ribadito a più chiare lettere nella Direttiva 2019/520/UE⁸. Il quadro normativo e regolamentare prevede dunque un servizio esercitabile liberamente da chiunque ne abbia i requisiti.

22. Mentre per il servizio *legacy* non è stata prevista alcuna procedura di accreditamento, l'associazione AISCAT ha elaborato una procedura di accreditamento per accedere al SET divisa in tre fasi⁹, che comporta tempi e costi rilevanti. Inoltre, il FdS del SET ha l'obbligo, *ex* articolo 5 della

⁵ Cfr. doc. 501.

⁶ D. Lgs. n. 153/2021, articolo 1, comma 4.

⁷ In essa si stabiliva che: "i sistemi di telepedaggio dovrebbero essere interoperabili e basati su norme pubbliche disponibili per tutti i fornitori di sistemi su base non discriminatoria" (considerando 6) e che il servizio "sarà definito da un corpus di norme contrattuali che autorizzino tutti gli operatori e/o gli emittenti a fornire il servizio" (articolo 3, comma 1). Nello stesso senso l'articolo. 3, comma 1 del D. MIT di sua attuazione, n. 4405 del 18 novembre 2005.

⁸ È previsto, in particolare, che: "gli esattori dei pedaggi dovrebbero concedere l'accesso al settore del SET di loro competenza ai fornitori del SET in maniera non discriminatoria" (considerando 19 e articolo 6, comma 3) e "gli utenti dovrebbero potersi abbonare al SET tramite qualsiasi fornitore del SET, a prescindere dalla loro nazionalità, dallo Stato membro di residenza o dallo Stato membro di immatricolazione del veicolo" (considerando 26). Cfr. anche la decisione della Commissione 2009/750/CE, cit., considerando 5 e 6 e articolo 5, comma 3.

⁹ La procedura è divisa in **fase 1** (centralizzata in AISCAT - cui le concessionarie conferiscono delega - e svolta tramite la sua controllata Aiscat Servizi Srl, relativa a verifiche documentali ed eventuali test base di radio-comunicazione tra OBU e RS; con predisposizione da parte di AISCAT del contratto di servizio standard e dei relativi Allegati A-I, nonché degli accordi tipo di VCCF), **fase 2** (c.d. Verifica di Conformità del Corretto Funzionamento-VCCF, operata dagli EdP con il supporto di Aiscat Servizi Srl per il coordinamento delle attività che prevedono una interconnessione tra i diversi EdP; negoziazione dei contratti di servizi con i singoli EdP) e **fase 3** (c.d. Verifica di Regolare Servizio-VRS, operata dagli EdP, che prevede un test di funzionamento in pista con clientela effettiva).

Direttiva 520/2019/UE, di concludere contratti sul territorio di almeno quattro Stati membri (altri tre oltre l'Italia) entro trentasei mesi dalla propria registrazione¹⁰.

23. Il **SIT-MP** è un sistema *nazionale* di telepedaggio creato nel 2013 dal comparto autostradale italiano, attualmente limitato ai soli mezzi pesanti, che funziona con il medesimo protocollo tecnico-informatico del SET. Il relativo FdS deve aver comunque completato l'iter di accreditamento in Italia (con tutte le sue tre fasi), pur non avendo l'obbligo di concludere contratti sul territorio di almeno quattro Stati membri: pertanto, il cliente del SIT-MP può usufruire del servizio solo nell'ambito dei confini nazionali, a meno che il FdS non stipuli accordi bilaterali con operatori stranieri. Il SIT, diversamente dal SET che richiede un OBU *multistandard*, prevede l'utilizzo della sola, meno costosa, tecnologia DSRC; tuttavia, la Direttiva 520/2019/UE ha autorizzato fino al 31 dicembre 2017 i FdS SET ad utilizzare per i mezzi leggeri anche apparati provvisti della sola tecnologia DSRC.

24. Nel SET e SIT-MP non esiste un ruolo centralizzato di una singola concessionaria. Ogni FdS deve stipulare un accordo con ciascuna concessionaria autostradale e le concessionarie hanno definito un atto aggiuntivo alla Convenzione di Interconnessione per disciplinare i rapporti derivanti dall'introduzione di tali nuovi sistemi sulla rete interconnessa; in particolare, la concessionaria di uscita rileva i dati del transito intervenuto, calcola e incassa il pedaggio per l'intero percorso tramite il FdS e retrocede alle altre concessionarie eventuali importi di loro spettanza. La gestione operativa e tecnica del pedaggio da incassare viene svolta dalla concessionaria di uscita attraverso una piattaforma di *servicing*, propria o di terzi, cui conferisce mandato. Movyon di ASPI è una delle quattro piattaforme attive e gestisce tale servizio, oltre che per le concessionarie del gruppo ASPI, anche, per quanto qui di interesse, per Salerno Pompei Napoli S.p.A., Concessioni Autostradali Venete S.p.A., Autostrada del Brennero S.p.A..

IV. I MERCATI RILEVANTI E LA POSIZIONE DOMINANTE

25. Nell'ambito del presente procedimento, vengono in rilievo il mercato della gestione autostradale e quello, collegato al primo, della fornitura del servizio di telepedaggio all'utenza che percorre le autostrade.

26. Nel primo mercato operano le società concessionarie, associate o meno all'associazione di categoria AISCAT, cui il MIT ha affidato in esclusiva la gestione di una o più tratte autostradali, e che pertanto sono ciascuna in posizione dominante nella gestione della propria tratta. Tra di esse, la società ASPI costituisce la più importante concessionaria italiana, gestendo una porzione chilometrica autostradale di assoluto rilievo (circa 3.000 km di rete dei 4.835 km complessivamente gestiti dalle associate AISCAT e dei circa 7.000 dell'intera rete nazionale).

27. In ragione del proprio rilievo, ASPI appare svolgere all'interno della associazione AISCAT un ruolo predominante, tanto da esercitare in essa un centrale potere decisionale.

¹⁰ Articolo 5, comma 1 della Direttiva 2019/520/UE: "*Gli Stati Membri adottano le misure necessarie affinché i fornitori del SET da essi registrati concludano contratti di SET riguardo tutti i settori del SET sul territorio di almeno 4 Stati Membri entro 36 mesi dalla loro registrazione*". Tale norma si aggiunge alla previsione secondo cui "*Il fornitore del SET non ha l'obbligo di fornire i suoi servizi in tutta l'Unione ma dovrebbe coprire tutti settori del SET (e cioè le tratte stradali/autostradali) in qualsiasi Stato membro nel quale decidano di fornire i propri servizi*" (considerando 37 Direttiva 2019/520/UE); v. pure articolo 5, comma 1 D.Lgs. n. 153/2021.

28. Il mercato della fornitura del servizio di telepedaggio è collegato con quello della gestione autostradale in quanto esattori del pedaggio (EdP) sono i concessionari autostradali, con cui i FdS devono stipulare contratti per potere erogare il servizio di pagamento automatizzato nelle rispettive tratte di competenza. In tal senso, i concessionari autostradali sono gli unici che, ciascuno per la propria tratta, possono rendere possibile in concreto l'espletamento del servizio di telepedaggio, procedendo materialmente all'adeguamento tecnico dei varchi e all'adeguamento della relativa cartellonistica, e gestendo poi il connesso necessario flusso dei dati.

29. Nell'ambito del mercato del telepedaggio rileva che ASPI è la storica ideatrice del sistema nazionale Telepass, creato oltre trent'anni fa. Telepass è rimasta nel medesimo gruppo societario di ASPI fino a maggio 2022, allorquando ASPI è passata dal controllo di Atlantia a quello di Cassa Depositi e Prestiti, uscendo così dal gruppo Atlantia, di cui invece Telepass continua a far parte¹¹. In ragione di tale integrazione verticale, ASPI è stata sino a poco tempo fa soggetto dominante anche nel mercato della fornitura del servizio di telepedaggio sulla rete nazionale, mercato distinto ma collegato a quello della gestione autostradale. A tutt'oggi, ASPI svolge in modalità accentrata il servizio di lettura transiti nel sistema nazionale di telepedaggio per tutte le concessionarie della rete autostradale italiana.

V. GLI IMPEGNI PROPOSTI

30. In risposta alle criticità di natura concorrenziale sollevate dall'Autorità nel provvedimento di avvio del presente procedimento e in considerazione degli ulteriori profili sollevati dal segnalante in corso di istruttoria, ASPI e AISCAT, in data 27 febbraio 2023, hanno presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990, consistenti, in sintesi:

- a) nel predisporre procedure di accreditamento e di certificazione dei nuovi apparati per il telepedaggio nazionale che l'operatore Telepass immetterà sul mercato, analoghe a quelle già in essere per gli apparati immessi dai FdS SET e/o SIT-MP già operanti nella rete italiana;
- b) nell'estendere il SIT, attualmente limitato ai mezzi pesanti, anche ai mezzi leggeri;
- c) nel sollecitare e monitorare il completamento del processo di adeguamento dei varchi e della cartellonistica inerenti al telepedaggio delle concessionarie che ancora non vi hanno provveduto;
- d) nell'estendere le agevolazioni tariffarie attive per Telepass a tutti i Fornitori di Servizi accreditati, in tempi brevi e definiti;
- e) nell'implementare le soluzioni tecnologiche necessarie a minimizzare i problemi di gestione connessi alla fatturazione degli errati transiti per i Fornitori di Servizi accreditati, estendendo al contempo le tempistiche previste per le rettifiche dei transiti anomali, anche in relazione alle pregresse situazioni pendenti;
- f) nel modificare le clausole dei contratti tra Fornitori di Servizi e concessionarie che potrebbero dare luogo a un trattamento discriminatorio rispetto a Telepass;
- g) nell'estendere l'accesso ai parcheggi "in struttura" alla clientela dei Fornitori di Servizi diversi da Telepass (impegno proposto esclusivamente da ASPI);

¹¹ Atlantia detiene attualmente il 51% della società Telepass S.p.A., monopolista storico del servizio di telepedaggio, mentre il 49% del capitale di Telepass è in mano a PG TLP BIDCO S.r.l. (Partners Group, uno dei principali gestori di investimenti globale).

h) nell'aprire di un tavolo di confronto con tutti i Fornitori di Servizi ai fini di analizzare le potenzialità e la fattibilità dell'integrazione del *cash back* (dovuto in caso di code dovute a cantieri sulla rete di competenza) in fattura o altra forma di collaborazione a riguardo (impegno proposto esclusivamente da ASPI).

VI. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE NEL *MARKET TEST*

31. Nella riunione del 28 giugno 2023, l'Autorità, ritenendo gli impegni presentati non manifestamente infondati, ne ha disposto la pubblicazione sul proprio sito, allo scopo di sottoporli al *market test* previsto dalla procedura relativa all'applicazione dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990. Gli impegni sopra descritti sono stati sottoposti al *market test* dal 3 luglio al 2 agosto 2023.

32. Nel corso del *market test*, come anticipato, sono pervenute osservazioni da parte di UnipolT, Axxès, Telepass e Konsumer Italia sia con riferimento all'impianto degli impegni in generale che con riferimento specifico ad alcuni di essi. Nel seguito si riporterà una breve sintesi delle osservazioni pervenute.

33. In via preliminare, i due FdS accreditati al SET concorrenti di Telepass che hanno partecipato al *market test*, ossia UnipolT e Axxès hanno evidenziato che gli impegni proposti dalle Parti non sarebbero in grado di superare appieno le preoccupazioni concorrenziali espresse nel provvedimento di avvio, per le ragioni di seguito descritte.

34. In primo luogo, gli impegni non farebbero venire meno la distinzione tra sistema nazionale (o *legacy*), dove può operare solo Telepass, e i sistemi SIT/SET, dove operano i FdS accreditati: per far venire meno ogni profilo discriminatorio, secondo UnipolT, il sistema *legacy* dovrebbe essere abbandonato e Telepass nel futuro dovrebbe essere autorizzata a operare solamente sul SET, per il quale ha già ottenuto l'accreditamento, pur non utilizzandolo.

35. In secondo luogo, gli impegni presentati da AISCAT non sarebbero sufficientemente vincolanti per le concessionarie associate, che approvando all'unanimità¹² gli impegni in assemblea si sarebbero obbligate nei confronti dell'Associazione ma non nei confronti dell'Autorità, la quale, in caso di mancata implementazione delle misure, non potrebbe contestare adeguatamente eventuali inottemperanze. Ciò riguarderebbe anche ASPI, che, pur essendo Parte del procedimento, non si sarebbe direttamente impegnata a mettere in atto quanto approvato in sede AISCAT. A ciò si aggiunga che, per sua stessa ammissione, AISCAT non ha poteri impositivi o coattivi nei confronti delle associate. La fragilità dell'impianto sarebbe attestata dalla circostanza che il Consorzio Autostrade Siciliane (CAS), concessionaria che gestisce le autostrade siciliane, pur avendo approvato gli impegni nell'assemblea AISCAT, non ha a tutt'oggi neppure adeguato la propria infrastruttura al SET, determinando il protrarsi del monopolio di Telepass nel territorio siciliano.

36. UnipolT ha inoltre osservato che gli impegni presentati avrebbero efficacia solo *pro futuro*, ma non rimuoverebbero in alcun modo gli effetti già prodottisi sul mercato.

37. I partecipanti al *market test* hanno quindi formulato osservazioni sui singoli impegni prospettati. In merito all'Impegno **a**), UnipolT e Axxès rilevano che la predisposizione di procedure di accreditamento per gli apparati per il telepedaggio sul sistema *legacy* non farebbe che cristallizzare

¹² A eccezione della Superstrada Pedemontana Veneta, che si è astenuta con riguardo all'impegno sulle agevolazioni tariffarie.

e, ancor peggio, legittimare la situazione attuale di coesistenza del sistema *legacy* – ad appannaggio esclusivo dell'incumbent – e dei sistemi SIT/SET, gli unici accessibili ai nuovi entranti. Axxès osserva altresì che il termine temporale per la procedura di accreditamento per gli apparati *legacy* dovrebbe essere applicato dalle concessionarie anche ai FdS SIT/SET. Telepass, in quanto soggetto che dovrebbe essere sottoposto alle nuove procedure di accreditamento, ha evidenziato che, al fine di non impattare sull'attuale clientela, tali procedure dovrebbero riguardare solo i nuovi apparati, diversi da quelli attualmente circolanti, con caratteristiche tecnologiche innovative o nuove funzionalità. Inoltre, le procedure dovrebbe essere oggetto di consultazione preventiva con Telepass e dovrebbero essere predisposte e gestite non dai concessionari ma da AISCAT.

38. Con riguardo all'Impegno **b)**, relativo all'estensione del sistema SIT ai mezzi leggeri, UnipolT e Axxès osservano che la soluzione proposta appare notevolmente tardiva, giacché entrambe le società avevano in passato richiesto l'accREDITAMENTO al SIT per i mezzi leggeri, che è stato loro negato dirottando le stesse sul sistema SET, per l'accREDITAMENTO al quale è necessario sopportare oneri maggiori (inclusa la conclusione obbligatoria di contratti di fornitura sul territorio di altri tre Stati membri) e tempistiche prolungate.

39. In merito all'Impegno **c)**, concernente l'adeguamento dei varchi e della cartellonistica, UnipolT, Axxès e l'associazione di consumatori Konsumer Italia rilevano che esso non appare sufficientemente vincolante per le concessionarie, atteso che, nonostante i ripetuti solleciti, permangono sulla rete autostradale casi di segnaletica contenente la dicitura "Telepass". UnipolT suggerisce di restringere i tempi di implementazione dell'impegno, cui dovrebbero vincolarsi nei confronti dell'Autorità anche le singole concessionarie autostradali, nonché di modificarlo prevenendo la realizzazione, a cura e spese delle Parti, di una campagna informativa sui principali media per rendere nota al pubblico la piena apertura del mercato alla concorrenza.

40. Sull'Impegno **d)**, relativo all'estensione ai FdS delle agevolazioni tariffarie, UnipolT e Axxès riconoscono l'astratta idoneità della soluzione prospettata a rimuovere i profili di abusività sollevati dal provvedimento di avvio. Tuttavia, lamentano che per gestire le agevolazioni tariffarie su base individuale con ciascuna concessionaria i FdS devono interfacciarsi con molteplici fornitori tecnologici e con AISCAT Servizi S.r.l., società di AISCAT che gestisce il Sistema di Comparto, mentre Telepass interagirebbe unicamente con Movyon, società controllata da ASPI che, nell'ambito del sistema *legacy*, gestirebbe le agevolazioni per conto di tutte le concessionarie. UnipolT lamenta inoltre il ritardo, rispetto a quanto contenuto negli impegni in pubblicazione, dell'implementazione dello sconto relativo al Raccordo Autostradale Valle d'Aosta (RAV) e alla Società Autostrade Valdostane (SAV) e degli sconti di Concessioni Autostradali Venete (CAV), "Brenner Pass" e "Urban Pass Trento", nonché i tempi eccessivamente lunghi previsti per la realizzazione degli sconti della Società Autostrada Tirrenica (SAT) e "Urban Pass Bolzano". UnipolT, ancora, stigmatizza la procedura estremamente articolata elaborata da AISCAT Servizi per l'attivazione dello sconto nonché la necessità, a differenza di quanto previsto per Telepass, di indicare il Personal Account Number (PAN) dei clienti, un codice numerico il cui reperimento non sarebbe agevole né immediato. Sia Konsumer Italia sia UnipolT sottolineano, infine, la circostanza che Superstrada Pedemontana Veneta (SPV) si sia rifiutata di estendere lo sconto moto, regolarmente applicato ai clienti Telepass, ai clienti degli altri FdS.

41. Per quanto attiene all'Impegno **e)**, tanto Konsumer Italia quanto UnipolT evidenziano che la soluzione tecnologica proposta, volta a minimizzare i problemi di gestione connessi alla fatturazione

degli errati transiti, che sarebbe già stata realizzata da AISCAT, non avrebbe sortito i risultati sperati, considerato il perdurare di un flusso anomalo di errati transiti e relativi addebiti. Secondo UnipolT, l'estensione delle tempistiche per la regolarizzazione dei transiti anomali, pur apprezzabile, riguarda esclusivamente i casi di gestione "manuale" *ex post* dell'anomalia e non sana la disparità di trattamento con Telepass nella gestione "automatica" delle rettifiche *ex ante*; le Parti e le altre concessionarie autostradali dovrebbero, pertanto, impegnarsi a utilizzare le stesse soluzioni tecnologiche e regole contrattuali e operative nei confronti di tutti i FdS, ivi incluso Telepass, che dovrebbero essere rese pubbliche a beneficio dell'intero mercato.

42. In merito alle modifiche dei contratti tra FdS e concessionarie oggetto dell'Impegno **f)**, UnipolT e Axxès concordano nell'osservare che l'attuale durata contrattuale di 2 anni unitamente alla clausola risolutiva espressa (proposta in sostituzione dell'attuale clausola di recesso) non garantisce un orizzonte temporale sufficientemente lungo per pianificare i propri investimenti. Axxès ritiene inoltre che l'inserimento di una clausola risolutiva espressa in caso di cessazione, per qualsiasi motivo, del contratto tra FdS e altro concessionario interconnesso, così che tutti i contratti di fornitura di servizi si trovino a essere in una condizione di *simul stabunt simul cadent*, sia eccessiva rispetto all'obiettivo che ci si prefigge. Secondo UnipolT, ancora, gli impegni non sanerebbero il possibile profilo discriminatorio tra FdS (ivi inclusa Telepass) in relazione sia all'importo delle commissioni sia agli aspetti economici, tecnici e operativi del servizio. Da ultimo, il termine per l'attuazione dell'impegno (sei mesi dall'accettazione) sarebbe irragionevolmente lungo. Su altro profilo, Telepass sostiene che nei contratti SIT/SET, considerato che il FdS assume per intero nei confronti delle concessionarie il rischio d'insolvenza del cliente, dovrebbe essere riconosciuta al FdS - e non alla concessionaria - la titolarità del credito del pedaggio nei confronti del cliente a partire dal passaggio del cliente al casello.

43. Con riferimento all'Impegno **g)** relativo ai parcheggi in struttura, UnipolT osserva che esso andrebbe rafforzato prevedendo una ricognizione dei parcheggi per il cui pagamento è abilitato Telepass; inoltre, ASPI dovrebbe impegnarsi a sostenere tutti i costi necessari ad adeguare le antenne/boe installate presso tali parcheggi, precisandolo nelle comunicazioni ai gestori già previste dall'impegno. Per altro verso, Telepass ritiene che l'impegno in questione non sia pertinente all'oggetto del procedimento e impatti su un mercato completamente diverso da quello individuato nel provvedimento di avvio; per di più, la misura non risponderebbe al principio di proporzionalità, incidendo negativamente sugli interessi di soggetti terzi rispetto alla fattispecie oggetto di contestazione.

44. Infine, per quanto attiene all'Impegno **h)**, UnipolT ne contesta la portata meramente programmatica, richiedendo ad ASPI una modifica che includa lo sviluppo a beneficio dei clienti dei FdS nuovi entranti di una soluzione tecnologica analoga a quella già offerta ai clienti Telepass.

VII. LE REPLICHE DELLE PARTI E LE MODIFICHE ACCESSORIE AGLI IMPEGNI

45. In data 29 settembre 2023, ASPI e AISCAT, dopo aver avuto accesso alle osservazioni pervenute nel *market test*, hanno replicato alle stesse e presentato modifiche accessorie agli impegni nei termini di seguito sintetizzati.

46. In particolare, ASPI ha fornito una disamina delle osservazioni dei partecipanti al *market test* riferite alla sua posizione e proposto le proprie valutazioni, riguardanti nello specifico alcuni aspetti

(della versione originaria degli impegni) a suo parere già adeguati ed esaustivi ai fini della risoluzione delle preoccupazioni concorrenziali di cui al provvedimento di avvio, e altri che, invece, hanno dato luogo a una proposta di integrazione e revisione degli impegni originari, in senso ritenuto ancora più pro-concorrenziale.

47. Da parte sua, AISCAT ha preliminarmente sottolineato il fatto che, da statuto, non dispone di poteri impositivi né coercitivi nei confronti delle concessionarie autostradali associate, potendo invece impegnarsi ad assumere misure di supporto alle concessionarie stesse ai fini del superamento dei timori concorrenziali espressi nel provvedimento di avvio dell'istruttoria. In proposito, AISCAT ha quindi posto particolare accento sul fatto che le misure inizialmente proposte, oltre a essere state approvate dal Consiglio Direttivo dell'associazione, sono state approvate anche dall'Assemblea¹³, dove tutte le concessionarie associate si sono anche formalmente impegnate ad attuare, sulle tratte autostradali di rispettiva competenza, gli impegni di AISCAT. L'associazione ha altresì sottolineato la sua totale estraneità al servizio *legacy*, disciplinato da accordi contrattuali tra ASPI, Telepass e le singole concessionarie.

Impegni a) e b)

48. L'apertura del SIT-MP ai mezzi leggeri e l'estensione della procedura di accreditamento dei dispositivi anche a quelli di Telepass, su basi paritarie e non discriminatorie rispetto agli altri FdS e secondo un ordine temporale di priorità di domanda, vengono ritenute da ASPI misure pienamente in grado di realizzare, da una parte, l'apertura del mercato nazionale del telepedaggio anche a operatori diversi da Telepass e, dall'altra, una parità di trattamento rispetto a quest'ultima dei nuovi operatori di mercato, mediante un'uniformazione delle procedure.

49. In tale ottica, le proposte (in particolare di Unipol e di Axxès) di chiudere il sistema *legacy* e di far transitare anche Telepass sul sistema SET-SIT vengono ritenute da ASPI non giustificate, oltre che “*del tutto sproporzionate rispetto all'oggetto dell'istruttoria*”. Di contro, in merito alle osservazioni di Telepass che le procedure di accreditamento non debbano riguardare gli apparati già circolanti, ASPI chiarisce che tale specifica era già presente nella formulazione originaria degli impegni (in quanto la procedura interesserà esclusivamente i nuovi apparati e le versioni di apparati già in uso che presentino innovazioni a livello di *firmware e/o software*)¹⁴. In merito all'osservazione di Telepass circa il ruolo delle concessionarie nella procedura di accreditamento degli apparati, ASPI ha chiarito nel proprio impegno che essa sarà gestita e monitorata da AISCAT, come già avviene per i sistemi SET-SIT.

50. Da parte sua, AISCAT ha sottolineato l'importanza del fatto che la procedura di accreditamento e certificazione degli apparati di telepedaggio sia “*omologa*” nei casi di Telepass (sistema *legacy*) e degli altri fornitori di servizio (sistemi SET-SIT). In particolare, tutti i FdS, inclusa Telepass,

¹³ Con l'eccezione di Superstrada Pedemontana Veneta con riferimento al solo impegno d) relativo alla scontistica.

¹⁴ Sul punto, AISCAT ha specificato che, conformemente alla prassi sviluppata con riferimento agli apparati accreditati SET e SIT/MP, anche gli apparati che dovessero presentare modifiche tecnologiche ‘minime’ (ossia interventi che non comportino modifiche dei protocolli di comunicazione con gli apparati di pista) saranno sottoposti alla verifica del regolare servizio, seppure in forma ridotta/semplificata. La necessità di procedere a tale verifica, anche a fronte di modifiche tecniche minime, risponde all'esigenza di testare la compatibilità tecnologica degli apparati modificati con il sistema, nonché all'esigenza di prevenire disfunzioni alla clientela. Resta ferma la necessità di procedere all'espletamento dell'intera procedura (non semplificata) in caso di introduzione di nuovi apparati o di modifiche sostanziali dei medesimi (riguardanti, cioè, i protocolli di comunicazione tra dispositivi e apparati di pista).

“saranno sottoposti ai medesimi passaggi procedurali e alle medesime verifiche di corrispondenza dei propri apparati ai requisiti tecnici; verifiche, queste ultime, che saranno condotte da Aiscat Servizi avvalendosi di un organismo terzo e imparziale (IMQ S.p.a.) notificato alla Commissione europea ai sensi dell’art. 19 della Direttiva n. 2019/520/UE e con l’intervento di Concessionarie e service provider”; al riguardo, il ruolo delle concessionarie, inclusa ASPI, sarà limitato al compimento dell’attività esecutiva necessaria a verificare il corretto funzionamento operativo degli apparati sulle proprie piste di telepedaggio e sull’intera rete interconnessa¹⁵.

51. Posto quanto sopra, e al fine di favorire una migliore efficacia degli impegni in argomento, AISCAT ha modificato gli impegni riducendo i termini temporali inizialmente previsti, da novanta a quarantacinque giorni per la predisposizione e messa a disposizione delle concessionarie della procedura di accreditamento tecnico, e da sei a tre mesi quale orizzonte temporale massimo affinché le concessionarie stesse diano concreta applicazione, sulle tratte di rispettiva competenza della rete interconnessa, alla procedura predisposta da AISCAT¹⁶. Del pari, AISCAT è disposta a ridurre i termini temporali anche con riferimento all’estensione del SIT ai veicoli leggeri, in particolare da quarantacinque a trenta giorni per la trasmissione alle concessionarie della relativa procedura, e nuovamente da sei a tre mesi quale orizzonte temporale massimo affinché le concessionarie stesse diano concreta applicazione, sulle tratte di rispettiva competenza della rete interconnessa, alla procedura predisposta da AISCAT.

Impegno c)

52. Con riferimento al processo di adeguamento al sistema SET-SIT di varchi e segnaletica, ASPI ha specificato di averlo tempestivamente completato in tutte le stazioni di propria competenza già prima dell’avvio del presente procedimento e senza che si siano registrate particolari criticità nell’interpretazione di tale segnaletica da parte dell’utenza SET, come invece asserito da Konsumer Italia. Sono inoltre già attive, sul sito ufficiale di ASPI, una pagina dedicata ai dispositivi di telepedaggio e una seconda pagina inerente alla segnaletica di casello.

Ciò posto, e giacché Unipol ha richiesto uno sforzo informativo a beneficio della clientela finale, ASPI ha integrato i propri impegni con la predisposizione di una pagina aggiuntiva appositamente dedicata al SET, che possa avere la massima visibilità sul proprio sito *web*, entro un mese dall’accettazione degli impegni.

53. Sull’argomento, AISCAT, premesso che il fenomeno è circoscritto a pochi casi isolati¹⁷ e che il potere di provvedere all’adeguamento di varchi e cartellonistica è in capo esclusivamente alle singole concessionarie sulle rispettive tratte di competenza, potendo l’associazione effettuare soltanto un’attività di sollecito, si è dichiarata disposta a ridurre i termini temporali previsti nell’originaria formulazione degli impegni, in particolare da quarantacinque a quindici giorni per comunicare all’Autorità i risultati della ricognizione di settore sulla materia, aggiungendo inoltre l’impegno a ripetere la ricognizione - e il relativo invito all’adempimento, con riferimento alle

¹⁵ Fasi VCCF (verifica di conformità del corretto funzionamento in pista degli apparati) e VRS (verifica del regolare servizio in strada).

¹⁶ Nella nuova formulazione degli impegni, vengono così operate le relative sostituzioni numeriche (da novanta a quarantacinque giorni e da sei a tre mesi).

¹⁷ Cfr. docc. 502 e 571.

concessionarie eventualmente rimaste inadempienti - su base trimestrale sino al completo adeguamento su tutta la rete interconnessa.

Impegno d)

54. Per quanto riguarda la questione degli sconti, ASPI ha confermato di aver completato nei tempi previsti, tramite la controllata Movyon la cui piattaforma di *servicing* è utilizzata anche da numerose concessionarie esterne al gruppo, tutte le attività relative all'implementazione degli algoritmi e all'aggiornamento dei protocolli necessari per il calcolo della scontistica spettante ai clienti dei vari FdS per quanto riguarda lo sconto moto, già in esercizio, e gli sconti CAV, BrennerPass, UrbanPass Trento e Bolzano (quest'ultimo in anticipo rispetto ai tempi previsti negli impegni pubblicati), per i quali è stata avviata, il 25 settembre 2023, la fase di collaudo in esercizio della piattaforma. Sono state inoltre ultimate, come comunicato alle concessionarie interessate, le implementazioni necessarie agli sconti RAV/SAV. Quanto allo specifico dello sconto SAT, oggetto di critiche nel *market test* per il riferimento temporale fissato a febbraio 2024, ASPI ha specificato che si tratta di tempistiche né eccessive né dilatate, bensì *“tecnicamente imprescindibili”* per le complessità intrinseche del suo calcolo e la molteplicità dei soggetti coinvolti (le concessionarie interconnesse), nonché per via dell'attuale passaggio al sistema *cloud* dell'architettura del Sistema di Comparto: tutto ciò *“non consente, quindi, di accelerare in alcun modo il complesso processo di implementazione dello sconto SAT con tutte le concessionarie interconnesse”*. Venendo incontro all'osservazione di UnipolT, ASPI ha modificato l'impegno precisando che darà concreta attuazione, per quanto ovviamente di propria competenza, agli impegni proposti da AISCAT in tema di agevolazioni tariffarie.

In generale, sempre in merito agli sconti, ASPI ha chiarito che, posto quanto sopra, l'effettiva attivazione degli sconti non spetta né alla stessa ASPI né a Movyon, bensì alle altre concessionarie autostradali interessate (che devono in concreto richiedere l'attivazione degli sconti a Movyon).

55. AISCAT, premesso di non disporre di poteri per vincolare od obbligare le associate all'implementazione delle modulazioni tariffarie, ha sottolineato di aver già sollecitato le due concessionarie allo stato inadempienti (SPV e CAS) con apposite comunicazioni, e ha inoltre evidenziato di aver concluso l'iter, ivi inclusa la fase di *testing* (che ha comportato la necessità di successivi ulteriori adeguamenti tecnici), per la gestione delle scontistiche RAV e SAV, entrate a regime nel mese di ottobre 2023. Quanto, poi, alla gestione delle scontistiche SAT con la creazione dei necessari algoritmi di calcolo, per la quale era stato inizialmente proposto il termine massimo del 27 febbraio 2024 (in quanto l'implementazione contestuale con la precedente scontistica RAV/SAV sarebbe stata tecnicamente non possibile), AISCAT ha modificato gli impegni anticipando il predetto termine di un mese, e quindi al 31 gennaio 2024.

Sulla necessità, criticata da UnipolT e Axxès, di doversi interfacciare - a differenza di Telepass - con più piattaforme di *servicing*, AISCAT ha osservato che ciò non scalfisce, né mette in discussione, l'idoneità della misura proposta ai fini dell'applicazione, sull'intera rete interconnessa, delle medesime agevolazioni di cui beneficiano i clienti Telepass. Lo stesso dicasi per la necessità di indicare il PAN, che rappresenta il codice univoco su cui si basano tutte le operazioni nei sistemi SET-SIT.

Infine, con riferimento allo sconto moto, AISCAT, in risposta alle lamentele di Unipol in merito alle complessità burocratiche, ha sottolineato la necessità che la prima attivazione degli sconti sia

preceduta e disciplinata anche sul piano contrattuale e tecnico con ognuna delle ventitré concessionarie aderenti allo sconto, e che comunque delle tre sottoscrizioni da effettuare solo due riguardano i *service provider* e vanno effettuate soltanto *una tantum*; al riguardo, che lo sforzo non sia eccessivo è testimoniato, secondo AISCAT, dal fatto che, in concreto, la sottoscrizione della documentazione si è svolta nell'arco di circa quindici giorni dall'avvio delle procedure.

Impegno e)

56. Anche in merito alla questione della gestione degli errati transiti, ASPI ritiene di aver già fatto quanto nelle proprie possibilità per risolvere la problematica (in particolare implementando gli algoritmi di accoppiamento targa-apparato sulla piattaforma di comparto AISCAT, per consentire alle singole concessionarie di verificare i transiti, ed estendendo il termine dell'addebito degli errati transiti ai FdS da sessanta a centottanta giorni, termine ritenuto ora sufficiente per consentire agli stessi FdS di ricostruire il transito dei propri clienti nei casi in cui la ricostruzione non dovesse avvenire automaticamente tramite gli algoritmi di accoppiamento), per uniformare anche in questo caso il trattamento tra Telepass e gli altri *service provider*, pur utilizzando soluzioni tecnologiche differenti.

57. Al riguardo, e ricordato che il fenomeno degli errati transiti non dipende solo dalle concessionarie ma anche dal FdS e dagli stessi utenti (ad esempio, in caso di posizionamento non corretto del dispositivo nell'abitacolo del veicolo), ASPI ha specificato che la problematica "*si sta risolvendo in maniera pressoché definitiva, salvo alcuni accorgimenti e affinamenti informatici (ancora in corso) che dovrebbero quasi azzerare, per quanto tecnicamente possibile, la tematica*"; difatti, "*da ultimo*", le anomalie in entrata sono state ulteriormente ridotte e "*ragionevolmente tale percentuale è destinata a ridursi ulteriormente nel corso dei prossimi mesi*".

Da parte sua, AISCAT ha rivendicato di aver concluso i lavori per lo sviluppo del pertinente *software* (in grado di effettuare l'abbinamento tramite l'utilizzo sia dei dati di transito che di quelli rilevati tramite targa, in ingresso e in uscita, funzionale a garantire la riconciliazione automatica e preventiva (*ex ante*) dei dati, così da minimizzare i casi di addebiti non dovuti) a fine marzo 2023; a seguito di problematiche tecniche successivamente intercorse, è stato avviato un apposito tavolo di lavoro tra l'associazione, le concessionarie e la stessa UnipolIT, al fine di trovare soluzioni per garantire progressive riduzioni dei casi di errati transiti. In proposito, AISCAT ha anche lamentato il fatto che UnipolIT, al contrario di Telepass, non consente ai propri clienti di autocertificare il varco di entrata (in caso di mancata lettura del dispositivo in entrata), onde consentire il pagamento per la tratta effettivamente percorsa ed evitare così addebiti non dovuti.

58. Ad ogni modo, in tema di errati transiti, AISCAT si è resa disponibile a integrare i propri impegni, prevedendo di svolgere un'attività sia di monitoraggio mensile con le concessionarie interconnesse sia di organizzazione di riunioni bimestrali con le stesse concessionarie e i FdS per la condivisione dei dati sugli errati transiti. Ciò, ad avviso di AISCAT, produrrà il risultato di fornire pure una misura oggettiva per valutare l'efficacia dei processi automatici di correzione nell'ambito del sistema SET/SIT, anche nel raffronto con i valori del sistema *legacy*, con l'obiettivo di giungere a una "*misura fisiologica (non potendo tale fenomeno essere eliminato del tutto a causa del verificarsi di fattori esogeni al comparto autostradale) progressivamente assimilabile, quanto più possibile, a quella del sistema c.d. legacy*".

Impegno f)

59. Rispondendo alle richieste di Unipol e Axxès di allungare i termini di validità dei contratti tra concessionarie e FdS, e ricordando comunque che la *ratio* dell'attuale durata biennale (rinnovabile di anno in anno) dei contratti era volta a garantire il merito di credito dei *service provider*, ASPI si è resa disponibile a estendere la durata di tali accordi a cinque anni, al fine di consentire ai FdS una maggiore capacità di programmazione della propria attività e dei propri investimenti.

60. Per quanto riguarda la questione della clausola risolutiva espressa (in caso di cessazione del contratto tra il FdS e anche solo una delle concessionarie), ritenuta eccessiva nelle osservazioni al *market test*, e richiamando il fatto che essa è prevista in quanto inevitabile conseguenza della natura interconnessa del sistema, ASPI ha modificato l'impegno prevedendo un lasso temporale di trenta giorni (decorrenti dalla data di cessazione del rapporto tra il FdS e una o più delle concessionarie interconnesse) in cui sarà sospesa l'efficacia della clausola *de qua*, dando così modo al *service provider* interessato di porre rimedio alla causa che ha determinato tale cessazione.

61. In tema di clausole contrattuali, AISCAT ha ricordato come lo schema di Contratto Tipo, predisposto dal comparto autostradale con il supporto dell'associazione, rappresenti unicamente un modello non vincolante per le parti sottoscrittrici (concessionarie e FdS) e che l'obbligo di non discriminazione nei confronti dei FdS sia già disciplinato dal D.Lgs. n. 153/2011.

62. Per venire incontro alle richieste emerse nel *market test*, anche AISCAT ha modificato la proposta di impegni per estendere la durata del Contratto Tipo dagli attuali due a cinque anni, con previsione di rinnovo tacito per ulteriori cinque anni (salvo disdetta da comunicare con preavviso di sei mesi). Quanto infine alla clausola risolutiva espressa, essa viene ritenuta da AISCAT necessaria ad assicurare senza soluzione di continuità il funzionamento del servizio di telepedaggio sulla intera rete interconnessa in condizioni di sicurezza. Ciò posto, anche AISCAT - come ASPI - è disposta a prevedere un periodo di 'sospensione' di tale clausola di trenta giorni, al fine di consentire al FdS interessato di eliminare la problematica che ha portato alla risoluzione o alla cessazione degli effetti di un contratto con una concessionaria. Ciò al fine di garantire al *service provider* un lasso di tempo utile a ripristinare il precedente contratto, in caso anche ricorrendo alla competente autorità giudiziaria al fine di ottenere un eventuale provvedimento d'urgenza (in questo senso discostandosi dalle richieste di Axxès che avrebbe voluto condizionare gli effetti della clausola risolutiva al passaggio in giudicato della relativa sentenza, giacché i tempi medi di durata dei giudizi civili sarebbero incompatibili con le ragioni tecniche che impongono l'operatività del singolo FdS con tutte le concessionarie interconnesse).

Impegno g)

63. Anche in merito ai cosiddetti parcheggi in struttura, ASPI ritiene di aver già effettuato tutte le operazioni all'uopo necessarie. Tramite Movyon, infatti, è stato appurato che la lettura degli apparati di operatori diversi da Telepass è possibile anche solo adeguando il *software*, senza quindi dover operare modifiche sugli apparati di terra già installati; inoltre, sono state già inviate circa settanta comunicazioni ai gestori di parcheggi per informare su tale possibilità e a questo primo invio faranno seguito ulteriori invii di missive ai titolari di infrastrutture di parcheggio. In proposito, infine, ASPI ha fatto presente che la richiesta di Unipol che la stessa ASPI si faccia carico di individuare i parcheggi abilitati al pagamento con Telepass non risulta necessaria, in quanto l'elenco dei parcheggi convenzionati è già disponibile sul sito della medesima Telepass.

Impegno h)

64. In merito all'apertura di un tavolo tecnico in sede AISCAT con tutti i FdS interessati, per valutare potenzialità e fattibilità dell'erogazione del *cash back* in fattura, per rispondere alle osservazioni di Unipol al riguardo, ASPI è disposta a integrare gli inviti da trasmettere ai FdS con un termine stimato per il completamento della piattaforma (utile all'erogazione ai clienti del *cash back*) di tre mesi dall'accettazione degli impegni.

VIII. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

65. Il presente procedimento ha ad oggetto un possibile abuso di posizione dominante di ASPI e AISCAT, con effetti escludenti nei confronti degli operatori nuovi entranti nel mercato italiano dei servizi di telepedaggio.

66. Gli impegni presentati da ASPI e AISCAT, nella loro versione definitiva comprensiva delle modifiche accessorie apportate a seguito del *market test*, appaiono idonei a risolvere le criticità concorrenziali evidenziate dall'Autorità nel provvedimento di avvio di istruttoria, come di seguito precisato.

67. In premessa, occorre osservare che il provvedimento di avvio ha individuato una possibile posizione dominante di ASPI, tramite l'associazione AISCAT - in seno alla quale ASPI rivestirebbe un ruolo predominante, riuscendo a imporre le proprie decisioni alle altre associate e all'intero comparto autostradale - nel mercato della gestione autostradale in concessione; l'abuso di tale posizione dominante avrebbe effetti escludenti sul mercato collegato del telepedaggio. Le Parti, nella proposta di impegni, si sono vincolate per quanto in loro potere a porre in essere iniziative che possano far venire in meno le criticità concorrenziali sollevate nel provvedimento di avvio. AISCAT, oltre a impegnarsi in proprio, ha appositamente convocato in assemblea tutte le associate, che vi hanno tutte preso parte, approvando all'unanimità il *set* di impegni (con l'eccezione di SPV per gli sconti) e obbligandosi a loro volta, pur non essendo parti del procedimento, a rendere operative le misure approntate dall'associazione. Nei confronti delle due concessionarie che non hanno, allo stato, dato seguito alle iniziative assunte in sede associativa, AISCAT ha inviato specifiche comunicazioni di sollecito ad adeguarsi quanto prima¹⁸. ASPI, anche venendo incontro alle osservazioni pervenute nel corso del *market test*, ha modificato i propri impegni esplicitando che darà attuazione, per quanto di propria competenza, alle iniziative realizzate da AISCAT.

68. Non appaiono, pertanto, condivisibili le considerazioni di UnipolT e Axxès circa il carattere non sufficientemente vincolante degli impegni nei confronti delle concessionarie, giacché le condotte poste in essere da singole concessionarie (indipendenti da ASPI) che ostacolano l'apertura del mercato non possono essere considerate imputabili alle Parti.

69. In merito alla circostanza che gli impegni non farebbero venire meno la distinzione tra sistema *legacy*, dove può operare solo Telepass, e i sistemi SIT/SET, si osserva che la contestazione contenuta nella comunicazione di avvio era relativa alla chiusura del sistema nazionale di telepedaggio ai mezzi leggeri, circostanza che verrebbe meno con l'estensione del SIT ai mezzi leggeri nonché con l'implementazione degli altri impegni tesi a eliminare tutti gli ulteriori asseriti profili discriminatori tra Telepass e altri FdS, pareggiando il livello prestazionale dei due sistemi.

¹⁸ Cfr. doc. 573, allegati 3.1 e 3.2.

Non pare condivisibile l'osservazione di UnipolT, secondo la quale, poiché essa ha già sostenuto gli oneri per l'accreditamento al SET, l'unica possibilità per ripristinare il *level playing field* sarebbe quella di obbligare Telepass al passaggio al SET, giacché l'intervento dell'Autorità è finalizzato al ripristino di condizioni concorrenziali sul mercato e non alla tutela dei concorrenti. Quanto richiesto da UnipolT appare sproporzionato a perseguire l'obiettivo di una piena apertura del mercato del telepedaggio, anche considerati l'impatto e i disservizi che tale soluzione genererebbe per i clienti finali di Telepass, nonché gli ingenti costi da sostenere per la sostituzione degli apparati in circolazione. A ciò si aggiunga che la stessa Direttiva 2019/520/UE che disciplina il SET lo definisce "complementare" ai sistemi di telepedaggio nazionali in essere, non prevedendo in alcun modo l'eliminazione di questi ultimi.

70. Gli impegni, pur operando solamente *pro futuro* come osservato da UnipolT, prevedono inoltre un *quid pluris* rispetto alle problematiche inizialmente contestate, coprendo aspetti ulteriori emersi nel corso del procedimento come l'accesso ai parcheggi in struttura e l'integrazione del *cash back*. Inoltre, essi sono in gran parte già stati implementati dalle Parti, anche in assenza di un provvedimento di accoglimento dell'Autorità, di fatto ponendo fine prima della conclusione dell'istruttoria alle condotte contestate.

71. Nel merito delle singole misure proposte, gli Impegni a) e b) rimuovono i profili di disparità di trattamento in tema di accesso e accreditamento al sistema nazionale di telepedaggio. L'Impegno a) istituisce procedure di accreditamento tecnico per i nuovi apparati utilizzati nel sistema *legacy* analoghe a quelle già in uso per i sistemi SIT/SET, imponendo pertanto a Telepass di sottostare alle medesime procedure cui sono sottoposti gli altri FdS. La procedura, predisposta da AISCAT, coinvolgerà le concessionarie esclusivamente nella fase di verifica del regolare funzionamento degli apparati sull'intera rete interconnessa, non avendo queste ultime alcun potere discrezionale in ordine a tali operazioni di verifica. Le richieste di accreditamento degli apparati Telepass e quelle degli apparati abilitati al SIT/SET saranno gestite attraverso un canale unico, secondo l'ordine di arrivo della domanda. Conformemente alla prassi sviluppata in ambito SIT/SET, gli apparati con modifiche tecnologiche minime¹⁹ saranno sottoposti a una procedura semplificata.

72. L'Impegno b) estende il sistema SIT, finora aperto solo ai mezzi pesanti, ai mezzi leggeri, consentendo così l'accesso al sistema nazionale di telepedaggio ai FdS nuovi entranti, che non saranno tenuti, per offrire il servizio di telepedaggio per i mezzi leggeri in Italia, a effettuare l'accreditamento al SET, più oneroso dal punto di vista dei requisiti richiesti e della relativa procedura.

73. Con riguardo all'Impegno c), atteso che quasi tutte le concessionarie (tra cui ASPI) hanno da tempo completato l'adeguamento di varchi e cartellonistica, l'impegno assunto appare idoneo a monitorare e ad accelerarne il completamento da parte delle restanti concessionarie, nonché a offrire un'informativa alla clientela sull'apertura del mercato. Si evidenzia, al proposito, che a seguito delle osservazioni pervenute i tempi di implementazione dell'impegno sono stati sensibilmente ridotti (da quarantacinque a quindici giorni) ed è stata in aggiunta prevista una ricognizione a cadenza trimestrale sino ad adeguamento completo da parte delle concessionarie interconnesse.

74. L'Impegno d) risulta idoneo a superare il profilo di disparità di trattamento con Telepass rispetto alle agevolazioni applicate alla clientela, giacché ad esito della completa implementazione

¹⁹ Ossia che non comportino modifiche dei protocolli di comunicazione tra dispositivo e apparati di pista.

dell'impegno - peraltro, già largamente attuato con l'attivazione di alcuni sconti, *in primis* lo sconto moto che è l'unico applicato sull'intero territorio nazionale - tutti gli sconti applicati ai clienti Telepass saranno riconosciuti anche ai clienti degli altri *service provider*. ASPI ha integrato il proprio impegno obbligandosi direttamente nei confronti dell'Autorità a dare attuazione, per quanto di propria competenza, alle soluzioni implementate da AISCAT. Non appaiono dirimenti le osservazioni dei FdS circa la complessità della procedura, considerato che si tratta essenzialmente di interazioni con le concessionarie da effettuarsi *una tantum* per l'attivazione dello sconto; né risulta penalizzante l'utilizzo dell'identificativo PAN, il codice su cui si basano tutte le operazioni nei sistemi SIT/SET che i FdS possono agevolmente rendere disponibile al cliente. La circostanza, poi, che diversamente dagli altri FdS Telepass si interfacci per gli sconti unicamente con la piattaforma Movyon è stata smentita dalla stessa Telepass, che ha dichiarato, in merito alla gestione delle agevolazioni tariffarie, di non usufruire di una piattaforma fornita da ASPI ma di aver sviluppato, negli anni, sconti dedicati con ciascuna concessionaria con rapporti "uno a uno"²⁰.

75. L'Impegno e), consistente nell'implementazione di soluzioni tese a minimizzare i problemi di gestione connessi alla fatturazione degli errati transiti, appare idoneo a far venire meno le relative criticità concorrenziali contenute nel provvedimento di avvio. Le soluzioni individuate appaiono idonee a garantire la riconciliazione automatica e preventiva dei dati, così da minimizzare i casi di addebiti non dovuti, portandole ai medesimi livelli di quelle in uso a Telepass sul sistema *legacy*, fermo restando che su entrambi i sistemi sussiste una soglia fisiologica di errori, non completamente eliminabili in quanto dipendenti anche dal comportamento dei singoli utenti. Sul punto, appare apprezzabile la modifica dell'impegno proposto da AISCAT, che prevede una rilevazione mensile del fenomeno presso le concessionarie e una reportistica bimestrale nei confronti di concessionarie e *service provider*, anche nell'ottica di verificare l'uniformità del fenomeno sui diversi sistemi di telepedaggio e il mantenimento del tasso di errati transiti sotto un livello fisiologico. Dall'altro lato, l'estensione del termine di segnalazione delle anomalie di transito alle concessionarie, valida anche per le situazioni pregresse, garantirà ai FdS un tempo sufficiente a contestare le fatture emesse relativamente ai transiti non regolarmente registrati e che non sia stato possibile riconciliare *ex ante*.

76. Con riguardo ai contratti tra FdS e concessionarie (**Impegno f**), gli impegni proposti fanno venire meno le clausole asseritamente discriminatorie contestate nel provvedimento di avvio. In primo luogo, viene meno l'obbligo di fideiussione bancaria, prevedendo anche la possibilità di fornire una fideiussione rilasciata da un primario istituto assicurativo; inoltre, l'importo massimo della garanzia, già precedentemente alla presentazione degli impegni, è stato allineato al fatturato medio mensile di pedaggio, come previsto dal Regolamento UE n. 2020/204. In secondo luogo, il c.d. "recesso a catena" è stato modificato con la previsione di una clausola risolutiva espressa, in base alla quale il contratto tra concessionaria interconnessa e FdS si risolve di diritto nell'ipotesi in cui analogo contratto tra altra concessionaria interconnessa e il medesimo FdS sia oggetto di risoluzione o ne cessino gli effetti. Tuttavia, in accoglimento alle osservazioni pervenute nel *market test*, la durata dei contratti tra concessionarie e FdS sarà portata a cinque anni, allo scopo di offrire ai FdS un arco di operatività sufficientemente lungo per la pianificazione dei propri investimenti sostenuti. Sarà inoltre previsto un termine di trenta giorni di sospensione dell'operatività della clausola risolutiva espressa, che si ritiene un lasso di tempo utile a ripristinare il precedente contratto, ove del caso

²⁰ Cfr. doc. 575.

anche ricorrendo alla competente autorità giudiziaria per ottenere un eventuale provvedimento d'urgenza.

Inoltre, la clausola di parità, che attualmente obbliga il FdS ad applicare la medesima commissione alle differenti concessionarie contrattualizzate, sarà abrogata, lasciando al FdS la facoltà di negoziare commissioni di importo differenti. Infine, sarà consentita al FdS la cessione del contratto, purché il cessionario possieda i medesimi requisiti e garanzie del cedente nei confronti della concessionaria. Con riguardo all'osservazione di UnipolT rispetto all'assenza di un obbligo a carico delle concessionarie di parità di trattamento nei confronti dei FdS, si osserva che esso è già sancito dal D.Lgs. n. 153/2011. In merito all'osservazione di Telepass sull'opportunità di riconoscere al FdS - e non alla concessionaria - la titolarità del credito del pedaggio fin dal passaggio al casello, si rileva che essa non risulta oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio.

77. Con riferimento ai due impegni proposti esclusivamente da ASPI, si premette che entrambi rispondono a doglianze di UnipolT successive alla comunicazione di avvio e sono quindi esterni al perimetro della stessa, quali elementi pro-concorrenziali aggiuntivi. L'Impegno **g**), che è già stato implementato, è relativo ai parcheggi in struttura. ASPI, attraverso la controllata Movyon, ha inviato ai gestori dei parcheggi che, tramite la stessa Movyon, si sono dotati di impianti di controllo dinamico per l'accesso alla struttura e il pagamento del servizio compatibili con gli apparati Telepass, una comunicazione con cui si offre ai gestori che lo richiedano un aggiornamento *software* per consentire, tramite gli apparati di terra già installati, anche la lettura dei dispositivi basati sullo standard SET. La misura proposta appare idonea ad assicurare un trattamento non discriminatorio tra Telepass e gli altri FdS anche per quanto riguarda l'accesso e il pagamento dei parcheggi in struttura.

78. Con l'Impegno **h**), ASPI proporrà l'apertura di un tavolo di lavoro in sede AISCAT con tutti i FdS interessati, volto all'integrazione in fattura del *cash back* dovuto in caso di code per cantieri sulla rete di competenza. Per di più, per venire incontro alle osservazioni di UnipolT, ASPI ha introdotto un termine stimato per il completamento della piattaforma di tre mesi dall'accettazione degli impegni, fatti salvi i tempi necessari per la sottoscrizione degli appositi accordi con i FdS per l'applicazione del servizio.

IX. PREGIUDIZIO AL COMMERCIO TRA STATI DELL'UNIONE EUROPEA

79. Secondo la Comunicazione della Commissione europea 2004/C 101/07 Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato, su GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004, il concetto di pregiudizio al commercio intracomunitario deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri.

80. L'esistenza di un pregiudizio al commercio tra Stati membri, come esito dei comportamenti descritti, appare sussistere in ragione del fatto che, a valle della Direttiva 2019/520/UE, è stata prevista l'interoperabilità del servizio di telepedaggio a livello pan-europeo e la fornitura in Italia del medesimo da parte di soggetti (anche stranieri) accreditati in più Stati membri. Le condotte descritte, in assenza degli impegni presentati da ASPI e AISCAT, potendo ostacolare l'ingresso e la piena operatività di concorrenti attuali e potenziali, anche esteri, sul mercato italiano del telepedaggio, appaiono suscettibili di alterare il commercio tra Stati membri.

X. CONCLUSIONI

81. Alla luce di quanto esposto, gli impegni presentati da ASPI e AISCAT appaiono idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. Essi risultano, in particolare, in grado di aprire alla concorrenza il mercato italiano dei servizi di telepedaggio, eliminando possibili discriminazioni tra Telepass e altri fornitori di servizi.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da ASPI e AISCAT risultano idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da ASPI e AISCAT ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/1990;

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

a) di rendere obbligatori per la società Autostrade per l'Italia S.p.A. e per AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/1990, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/1990;

c) che la società Autostrade per l'Italia S.p.A. e AISCAT - Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori presentino all'Autorità, entro settantacinque giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sull'attuazione degli impegni assunti.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

1863 - PREZZO BIGLIETTI AEREI DA E PER LA SICILIA NEL PERIODO NATALIZIO
Provvedimento n. 31014

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

VISTO l'articolo 101 Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 101 e 102 TFUE;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la propria delibera del 20 dicembre 2022 n. 30408, con cui è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90 nei confronti di Ryanair DAC, Wizz Air Hungary Ltd, EasyJet Airline Company Limited, Italia Trasporto Aereo S.p.A., per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il proprio provvedimento del 17 gennaio 2023, n. 30461, con cui è stata deliberata la sostituzione del responsabile del procedimento per sopravvenute esigenze organizzative;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie trasmessa alle Parti in data 16 novembre 2023;

VISTE le rinunce, pervenute in data 20, 22 e 23 novembre 2023, rispettivamente di Italia Trasporto Aereo S.p.A, Ryanair DAC e EasyJet Airline Company Limited al diritto di presentare memorie scritte e documenti, nonché a essere sentite in audizione;

VISTA la rinuncia trasmessa da WizzAir, in data 21 novembre 2023, al diritto a essere sentita in audizione e la circostanza che la Parte non ha presentato memorie nei termini fissati;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI DEL PROCEDIMENTO

1. EasyJet Airline Company Limited (di seguito, "easyJet") è una compagnia aerea *low cost* di diritto britannico attiva nel settore dei servizi di trasporto aereo di passeggeri su rotte nazionali e internazionali e a capo dell'omonimo Gruppo.

2. Italia Trasporto Aereo S.p.A. (di seguito, "ITA" o "ITA Airways") è una società di diritto italiano partecipata al 100% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, attiva nel settore dei servizi di trasporto aereo di passeggeri su rotte nazionali e internazionali. La società ha iniziato ad operare nel novembre del 2020.

3. Ryanair DAC (di seguito, anche "Ryanair") è una compagnia aerea *low cost* di diritto irlandese attiva nell'offerta di servizi di trasporto aereo su rotte nazionali e internazionali e facente parte del Gruppo Ryanair, la cui capogruppo è Ryanair Holdings plc.

4. Wizz Air Hungary Ltd (di seguito, “WizzAir”), è una compagnia aerea *low cost*, avente sede in Ungheria, attiva nei servizi di trasporto aereo su rotte nazionali e internazionali, facente parte del Gruppo Wizz Air, la cui capogruppo è Wizz Air Holdings plc.

5. Codacons Sicilia (di seguito, il “Segnalante”) è un’articolazione territoriale di Codacons, Associazione nazionale per la difesa dell’ambiente e la tutela dei diritti di utenti e dei consumatori.

II. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

6. In data 20 dicembre 2022 l’Autorità ha deliberato l’avvio di un procedimento istruttorio nei confronti di EasyJet, ITA, Ryanair e WizzAir (insieme anche le Parti), per accertare l’esistenza di violazioni dell’articolo 101 TFUE, nella fattispecie di intesa restrittiva della concorrenza con riguardo alle condizioni economiche del servizio del trasporto aereo di passeggeri di linea in classe “*economy*” operate dalle Parti sulle rotte definite dalle coppie di origine-destinazione alle cui estremità vi siano, da un lato, Palermo o Catania e, dall’altro, una delle seguenti città del Centro o Nord Italia: Roma (Fiumicino e Ciampino), Milano (comprensivo di Malpensa, Linate e Orio al Serio), Torino e Bologna¹.

7. L’indagine ha avuto origine da una segnalazione da parte del Codacons Sicilia, pervenuta il 13 dicembre 2022 in conseguenza ad una campagna stampa sul caro-prezzi dei passaggi aerei in classe *economy* sulle tratte di collegamento tra le principali città italiane di Roma, Bologna, Torino e Milano e i principali scali siciliani di Catania e Palermo in corrispondenza delle festività natalizie del 2022. Più specificatamente, secondo la segnalazione, l’innalzamento generale e consistente dei prezzi dei biglietti aerei in classe *economy* nel periodo in esame sarebbe stato riconducibile ad una precisa volontà collusiva delle compagnie aeree attive su tali tratte². Anche la Regione Sicilia ha integrato il fascicolo con propria denuncia³.

8. In data 22 dicembre 2022, sono stati svolti accertamenti ispettivi con la collaborazione della Guardia di Finanza⁴.

9. In data 17 gennaio 2023, per sopravvenuti motivi organizzativi, è stato deliberato dall’Autorità il cambio di responsabile del procedimento istruttorio⁵.

10. In data 26 gennaio 2023 e 3 aprile 2023 l’Associazione Codici Centro per i Diritti del Cittadino e Federconsumatori Sicilia APS hanno presentato istanze di partecipazione al procedimento, che sono state accolte⁶.

¹ Cfr. provvedimento di avvio n. 30408, del 20 dicembre 2022, pubblicato nel Bollettino n. 46/2022.

² Cfr. doc.1 prima denuncia del Codacons.

³ Cfr. doc. 46 (e 45B trasmissione copia della segnalazione della Regione Sicilia da parte del Ministero); anche doc. 92, doc. 109 e doc. 112, con cui la stessa Regione Sicilia ha trasmesso ulteriore documentazione relativa ad aumenti dei prezzi dei passaggi aerei sulle medesime tratte nei periodi delle festività pasquali 2023 e dei successivi ponti.

⁴ Cfr. doc. 8, 12 e 74 e 75.

⁵ Cfr. provvedimento n. 30461, del 17 gennaio 2023, pubblicato nel Bollettino n. 6/2023. Cfr. comunicazione alle Parti doc. da 63 a 67.

⁶ Cfr. doc.70 e doc. 111.

11. Ai fini dell'acquisizione di elementi utili all'attività istruttoria nel corso del procedimento, sono state formulate richieste di informazioni alle Parti in merito all'operatività della programmazione dei voli e alla politica di prezzo praticata dalle compagnie aeree⁷.

12. Nel corso del procedimento, le Parti sono state sentite in audizione⁸. Sono stati altresì auditi l'Ente Nazionale Aviazione Civile (di seguito, ENAC) e Assoclearance, in relazione alle rispettive competenze di regolazione settoriale⁹.

13. In data 16 novembre 2023 sono state inviate alle Parti le Risultanze Istruttorie del procedimento, nelle quali non sono stati formulati addebiti in quanto le evidenze raccolte nel corso dell'attività istruttoria in merito a possibili restrizioni delle condotte in violazione dell'art. 101 TFUE non sono risultate sufficienti a corroborare pienamente quanto ipotizzato nel provvedimento di avvio dell'istruttoria. Pertanto, tra il 20 e il 23 novembre 2023 sono pervenute, da tutte le Parti del procedimento, rinunce all'ulteriore esercizio dei diritti di difesa sia in forma orale che scritta¹⁰; WizzAir non ha depositato memorie entro il termine fissato del 14 dicembre 2023¹¹.

14. I vettori aerei Parti del procedimento hanno fatto accesso al fascicolo istruttorio¹².

III. L'ATTIVITÀ ISTRUTTORIA

15. Il settore interessato dalla presente istruttoria è quello del trasporto aereo di passeggeri su voli di linea (*scheduled flights*) svolto in regime di concorrenza in ambito nazionale. Secondo una consolidata giurisprudenza nazionale e comunitaria è possibile individuare distinti mercati del prodotto definiti sostanzialmente in base alle rotte sulle quali si effettua il servizio; nel caso di specie si tratta dei collegamenti tra coppie origine-destinazione (OD), città o aeroporti, e più precisamente, bacini di utenza (*catchment areas*), alle cui estremità vi siano, da un lato, Palermo o Catania e, dall'altro, Roma (Fiumicino e Ciampino), Milano (comprensivo di Malpensa, Linate e Orio al Serio), Torino e Bologna.

16. Le attività del settore risultano caratterizzate da una complessa regolamentazione di tipo tecnico sviluppata da parte di organismi diversi, anche di tipo associativo, alcuni dei quali deputati ad attività istituzionali di pianificazione e controllo tra i quali la *International Air Transport Association* (di seguito, IATA) e, limitatamente all'Italia, l'ENAC e Assoclearance¹³.

⁷ Cfr. Risposte alle richieste di informazioni e successive integrazioni: doc. 107, 122, 153 e 159 (ITA), doc. 114, 125, 152 e 156 (easyJet), doc. 115, 127 e 151 (Ryanair) e doc. 116, 128 e 155 (WizzAir).

⁸ Cfr. Verbali di audizione doc. 124C (ITA), doc. 137 (WizzAir), doc. 140 (Ryanair) e doc. 148 (easyJet). Anche risposte alle richieste di informazioni e integrazioni *cit.*

⁹ Cfr. verbali di audizione e relative risposte alle richieste allegare ai verbali per ENAC doc. 124B e doc. 130, per Assoclearance doc. 125B e doc. 133, doc. 134 e doc. 142.

¹⁰ Cfr. doc. 181, (ITA), doc. 183 (WizzAir), doc. 186 (Ryanair) e doc. 187 (easyJet). Contestualmente alla rinuncia ITA ha allegato il comunicato stampa con cui informa di aver aderito all'iniziativa della Regione Sicilia - Sconti sui biglietti aerei per i residenti e Aumentati i voli per le festività natalizie. Ryanair ha espresso riserve sulla segmentazione del mercato di prodotto tra voli di classe *economy* e *premium (business)*, distinzione che, secondo la Parte, e rinviando alle conclusioni della Commissione nella concentrazione M.9287 - CONNECT AIRWAYS / FLYBE del 5 luglio 2019, non sarebbe corretta in quanto i voli oggetto di istruttoria sono di breve durata.

¹¹ Cfr. doc. 183 e doc. 187A.

¹² Cfr. doc. da 88 a 91 e da ultimo doc. 185 (WizzAir) e 189 (Ryanair), nonché doc. 95 (Codacons) e doc. 143 (Federconsumatori Sicilia).

¹³ Cfr. doc. 124B e doc. 130 Enac e doc. 125B, 133 e 134 Assoclearance.

17. In applicazione delle norme comunitarie, negli scali di dimensioni maggiori sotto il profilo infrastrutturale e soggetti a traffico elevato (c.d. aeroporti coordinati), l'esercizio dell'attività di trasporto aereo è condizionato al rilascio, previa richiesta, di permessi sotto forma di "bande orarie" o *slot* per l'utilizzo dell'intera gamma delle infrastrutture aeroportuali e, in particolare, per l'atterraggio e il decollo ad una specifica data e orario¹⁴. L'operatività dei vettori aerei viene, altresì, facilitata attraverso l'assegnazione di *slot*¹⁵ negli scali di minori dimensioni qualora viga un rischio di congestione, si parla in questi casi di aeroporti ad orario facilitato¹⁶.

18. La qualifica di aeroporto coordinato e la conseguente determinazione della capacità massima di movimenti possibili in detti scali, spetta al Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, tramite l'ENAC¹⁷. Rientrano tra gli aeroporti coordinati gli scali di Catania, Milano (Linate e Malpensa), Palermo, Roma (Fiumicino e Ciampino) e Torino¹⁸; Bologna, invece, è un aeroporto ad orario facilitato.

19. La funzione di Coordinatore e Facilitatore degli orari è svolta, in Italia, da Assoclearance¹⁹. Si tratta di una funzione di *clearance* che viene svolta in continuità su due cicli annuali (le stagioni IATA *Summer* e *Winter*) con un anticipo di circa 5 mesi rispetto all'operatività dei voli²⁰. Tutti i vettori partecipano alle conferenze IATA, in cui ha luogo la raccolta delle richieste e le relative attribuzioni in coordinamento su scala mondiale e in cui avviene la definizione della programmazione della rispettiva capacità per le stagioni a venire²¹.

¹⁴ Cfr. Regolamento (CEE) n. 95/93 del 18 gennaio 1993, relativo a norme comuni per l'assegnazione di bande orarie negli aeroporti della Comunità, così come modificato da successivi regolamenti, che all'art. 2, lett. a) definisce la banda oraria o *slot* come il permesso dato da un soggetto a ciò preposto, definito coordinatore, "di utilizzare l'intera gamma di infrastrutture aeroportuali necessarie per operare un servizio aereo in un aeroporto coordinato ad una data e in un orario specifici (...) al fine di atterrare o decollare". Cfr. altresì doc. 124B e 130 Enac e doc. 125B, 133 e 134 Assoclearance.

¹⁵ Cfr. doc. 124B, doc. 130 (Enac) e doc. 125B e doc. 133 e 134 (Assoclearance). Per "aeroporto ad orari facilitati" si intende un aeroporto in cui esiste un rischio di congestione in alcuni periodi del giorno, della settimana o dell'anno, risolvibile eventualmente grazie alla cooperazione volontaria tra vettori aerei e il facilitatore.

¹⁶ Cfr. doc. 124B.

¹⁷ Cfr. doc. 124B. Enac definisce la capacità massima di movimenti (i.e. decolli e atterraggi) "per singolo aeroporto coordinato, principalmente, sulla base di tre vincoli: spazio aereo, infrastruttura (anche caratteristiche delle piste) e fattori ambientali (per es. rumore)".

¹⁸ Cfr. doc. 130 ENAC. Per quanto di interesse per il procedimento in esame solo gli aeroporti di Milano Linate (in considerazione della circostanza che si tratta di aeroporto cittadino) e di Catania (posto che l'aeroporto sorge in prossimità di una base militare) presentano limitazioni nel numero massimo giornaliero di movimenti orari consentiti e, quindi, sono in situazione di saturazione della capacità massima consentita.

¹⁹ Cfr. doc. 130 e doc. 125B. Assoclearance svolge i compiti di cui al Regolamento n. 95/93, il D.M. n. 44/T e al D.M. n. 68/21 anche in base alla circolare Enac EAL-18 del 24/08/2009 "Assegnazione di bande orarie sugli aeroporti coordinati nazionali". ENAC ha fornito la lista degli associati ad Assoclearance al 01/01/2022 trattasi di "AirDolomiti, easyJet, ITA Airways, Wizz Air, Aeroporto di Bologna, Toscana Aeroporti, Aeroporti di Puglia, Aeroporti di Roma, Aeroporto Internazionale di Napoli, Aeroporto di Palermo (GESAP), Aeroporti di Olbia Costa Smeralda (GESAR), SAC, SACAL (Società Aeroportuale Calabrese), S.A.C.B.O., SAGAT, SAVE, SEA, Cagliari Airport, Treviso Airport, Aeroporto Valerio Catullo".

²⁰ Secondo il calendario IATA per ogni anno la stagione *summer* va dall'ultima domenica di marzo all'ultimo sabato di ottobre dell'anno precedente e la stagione *winter* va dall'ultima domenica di ottobre all'ultimo sabato di marzo dell'anno successivo. Cfr. Anche doc. 125B Assoclearance.

²¹ Cfr. doc. 124C (ITA), doc. 137 (WizzAir), doc. 140 (Ryanair) e doc. 148 (easyJet).

20. L'attribuzione degli *slot* è effettuata secondo il principio dei diritti d'anzianità (“*Grandfathering Rights*”)²²; per ciascun periodo di riferimento, la verifica del rispetto del criterio d'uso dell'80% del programmato rispetto all'assegnato (“*use it or lose it*”) è effettuata da Assoclearance su una *singola serie di slot* (per un minimo di 5 settimane consecutive)²³. Nel periodo emergenziale la regola dell'80-20 è stata sospesa, almeno fino alla stagione estiva 2023²⁴. L'attribuzione di eventuali *slot* rimanenti, nei limiti di disponibilità rispetto alla capacità massima aeroportuale²⁵, avviene a qualsiasi vettore ne faccia richiesta nel rispetto di criteri di priorità che, come indicato sono, per prassi, le richieste di modifiche degli *slot* storici²⁶ e a seguire le nuove richieste, comprese quelle con *status* di nuovo entrante (*new entrant*)²⁷.

21. Con riguardo al caso in esame nessuna delle Parti oggetto della presente istruttoria beneficia o ha beneficiato di trasferimenti di *slot* tra vettori²⁸, né ha in essere accordi di *co-sharing* con i concorrenti Parti del procedimento²⁹.

22. Assoclearance ha indicato che per le stagioni Winter 2022 e Summer 2023 non sono presenti richieste inevase sulle rotte di interesse del Procedimento³⁰.

23. Tra le rotte nazionali che presentano maggiore frequenza, il collegamento tra Roma e Catania risulta essere di particolare importanza (ENAC)³¹. I dati ENAC sul numero dei passeggeri in transito negli aeroporti siciliani in esame confermano l'elevata stagionalità di queste tratte che presentano un significativo aumento della domanda di mobilità in particolare nei periodi estivi e per le festività

²² Cfr. doc. 124B presentazione allegata in cui Assoclearance dichiara che “*L'allocazione degli slot quindi, avviene seguendo regole e linee guida riportate nel Regolamento Europeo n. 95/93, tradotte in tecniche di comunicazione operativa da IATA (International Air Transport Association), scambiate tra vettori aerei e Coordinatore, al fine di un efficiente utilizzo delle capacità aeroportuali disponibili*”. Si veda anche <https://eur-lex.europa.eu/IT/legal-content/summary/allocation-of-time-slots-at-european-union-airports.html>.

²³ Cfr. doc. 134 Allegato 1bis.

²⁴ Le compagnie aeree potevano rinunciare temporaneamente al 50% degli *slot*. Le disposizioni del Parlamento europeo del 2021 delegano, inoltre, alla Commissione europea l'autorità per emettere ulteriori estensioni alle norme temporanee e di aggiustare il limite minimo dell'uso tra il 30% e il 70%. In corso di dibattito, la possibilità di introdurre disposizioni che disciplinino le “eccezioni” al ritorno al modello 80-20, tra queste la possibilità per i vettori di potere fare delle eccezioni in caso di emergenza epidemiologica, disastri naturali oppure questioni geopolitiche di ampia rilevanza. L'Unione europea avrà anche la facoltà di abbassare le percentuali, nel caso che il traffico scenda sotto l'80 % dei livelli pre covid per 4 settimane consecutive.

²⁵ Cfr. doc. 130. Enac ha fatto presente che in alcuni aeroporti, tra cui sugli aeroporti di Palermo e Catania, alcuni *slot* sono riservati da ENAC ai vettori che operano le rotte soggette ad oneri di servizio pubblico.

²⁶ Cfr. doc. 124B e 125B. Come specificato da Assoclearance è escluso il trasferimento di bande orarie assegnate ad un nuovo entrante, per il quale vigono particolari condizioni di praticabilità.

²⁷ Cfr. Reg. CEE n. 95/93. Si veda anche doc. 125B in cui Assoclearance spiega che compete ad ENAC la valutazione dell'idoneità di un vettore ad essere considerato un nuovo entrante e, in caso positivo, gli rilascia una licenza di esercizio sulla base di un Certificato di Operatore Aereo o “COA”; per ottenere la storicità di una serie di nuovi *slot* assegnati, il vettore nuovo entrante dovrà utilizzarle rispettando la soglia dell'80% per due stagioni omologhe di traffico (di fatto per 2 anni).

²⁸ Cfr. Reg. CEE n. 95/93 art. 8, il quale ammette le cessioni intra-gruppo. Per prassi i trasferimenti sono estesi anche tra compagnie con accordi di *co-sharing*.

²⁹ Cfr. doc. 124C.

³⁰ Cfr. doc. 125B, fa sola eccezione Milano Linate e, in parte, Ciampino.

³¹ Cfr. doc. 130 in cui ENAC riferisce che “*Catania Fontanarossa – Roma Fiumicino, nel 2022, è stata la prima tratta nazionale per numero di passeggeri (781.006)*”. Catania rappresenta, inoltre, il primo scalo siciliano. Si veda anche relazione Traffico Aereo 2022 ENAC in cui si evidenzia che l'aeroporto di Roma Fiumicino si conferma al primo posto per traffico passeggeri; a seguire, gli aeroporti di Milano Malpensa, Bergamo Orio al Serio e Catania Fontanarossa.

di Natale; inoltre i dati riportano un relativo aumento della domanda nel 2022 rispetto almeno al 2020³².

24. Nelle rotte in esame non operano, sistematicamente, tutti e quattro i vettori; la compagnia WizzAir è uscita a partire dal novembre 2022 dalla rotta Roma-Catania né opera più alcun collegamento, da quella data, sull'aeroporto di Palermo. Nel periodo di Natale 2022, in risposta a forti pressioni esercitate dalla stampa e dalle autorità e previa autorizzazione, ITA ha aggiunto alcuni collegamenti da e per le isole Sicilia e Sardegna³³. Per le festività natalizie 2023, ITA ha comunicato la propria adesione all'iniziativa della Regione Sicilia per la commercializzazione di biglietti aerei a tariffe agevolate per i residenti e l'aumento dei voli da/per le due isole³⁴.

25. Relativamente alla strategia di prezzo, tutte le compagnie aeree offrono sui voli operati nelle tratte in esame la classe di viaggio *economy* articolata in diverse "classi tariffarie" (in inglese "*Class fares*"); le classi tariffarie – non necessariamente coincidenti tra vettori – variano in relazione alle condizioni di viaggio³⁵. ITA è l'unica compagnia di linea, o "*full service*" (FSC); le altre tre Parti del procedimento Ryanair, easyJet e WizzAir, sono vettori c.d. "*low cost*" (LCC).

26. Le compagnie aeree definiscono le proprie offerte commerciali in base a decisioni di natura statica e aggiornamenti di prezzo di natura dinamica, anche avvalendosi di algoritmi, più o meno sofisticati, che seguono logiche tipiche del c.d. *revenue management*. La capacità di ottimizzare le tariffe aeree rispetto alla capacità disponibile dipende, tra gli altri, dal bilanciamento di interessi contrapposti, ovvero la massimizzazione del ricavo medio e l'esigenza di riempimento del volo per coprire i costi.

27. Le strategie commerciali non sono, allo stato, guidate esclusivamente da regole. La disponibilità delle classi tariffarie e di posti è aggiornata nel corso della commercializzazione del volo in relazione a diversi fattori tra cui l'andamento della domanda attesa rispetto alla programmazione iniziale, il grado e tasso di riempimento del velivolo e altri eventi che possono incidere sulle condizioni di offerta in un dato momento rispetto alla data di partenza³⁶.

28. Nel periodo in esame le offerte delle Parti sulle rotte interessate, pur in presenza di elevati picchi di prezzo su talune di queste, hanno mostrato una certa variabilità con riferimento, in particolare, al livello e all'entità degli aggiustamenti, anche in ragione degli andamenti delle prenotazioni nel corso della commercializzazione dei voli³⁷.

³² Cfr. doc. 1 e doc. 130 e 135 (ENAC).

³³ Cfr. doc. 14 e fonte pubblica.

³⁴ Cfr. doc. 181 e <https://www.ita-airways.com/content/dam/ita/files/IT/volare/mondo-ita/comunicati-stampa/2023/ITA-Airways-tariffe-scontate-per-la-Sicilia.pdf>. Nel proprio comunicato stampa del 17 novembre 2023 ITA Airways scrive che "la compagnia, che nella stagione Winter in corso opera già quotidianamente 14 voli su Catania (7 da/per Roma Fiumicino e 7 da/per Milano Linate) e 13 su Palermo (6 da/per Roma Fiumicino e 7 da/per Milano Linate), ha previsto per il periodo delle festività natalizie 26 voli aggiuntivi (14 su Catania e 12 su Palermo), corrispondenti ad un'offerta di circa 3900 posti addizionali, di cui 2000 su Catania e 1900 su Palermo, concentrati sulle giornate dal 21 al 24 dicembre e del 2, 5 e 7 gennaio".

³⁵ Tra queste, le principali attengono alla franchigia bagaglio a mano e bagaglio in stiva, al cambio data/orari dei voli, al rimborso del biglietto, alla cancellazione del biglietto, al *check-in* prioritario e altre come il numero di miglia accumulate, la possibilità di *upgrade* e l'accesso alle *lounges* e altri servizi.

³⁶ Cfr. tra gli altri verbali di audizione doc. 124C (ITA), 137 (WizzAir), 140 (Ryanair) e 148 (easyJet).

³⁷ Cfr. elaborazioni su dati delle Parti; doc. 107, 122, 153 e 159 (ITA), doc. 114, 125, 152 e 156 (easyJet), doc. 115, 127 e 151 (Ryanair) e doc. 116, 128 e 155 (WizzAir).

IV. VALUTAZIONI

29. Per costante giurisprudenza nazionale ed euorunitaria, in caso di contestazione di un'intesa restrittiva della concorrenza l'estensione merceologica e geografica del relativo mercato è determinata, anzitutto, dall'estensione del coordinamento stesso, poiché tale estensione riproduce l'ampiezza del mercato su cui i partecipanti ritengono possibile e profittevole coordinarsi tramite un'intesa restrittiva della concorrenza. In tali ipotesi di illecito, la definizione del mercato rilevante è, pertanto, direttamente correlata al contesto in cui si inserisce il presunto comportamento collusivo posto in essere dalle imprese coinvolte³⁸.

30. Nel caso di specie, avuto riguardo alle pratiche denunciate e al perimetro di attività dei vettori aerei in esame, i mercati interessati dalla presente istruttoria sono quelli relativi al trasporto aereo di passeggeri di linea, con particolare riferimento ai passaggi alle tariffe di classe "economy"³⁹, sulle rotte definite dalle coppie di origine-destinazione alle cui estremità vi siano, da un lato, uno degli scali siciliani (Catania o Palermo) e, dall'altro, uno dei rispettivi bacini di utenza (*catchment areas*) delle città di Roma (Fiumicino e Ciampino), Milano (Malpensa, Linate e Orio al Serio), Bologna e Torino⁴⁰.

31. Lo scorso 16 novembre 2023 sono state inviate alle Parti le Risultanze Istruttorie del procedimento, nelle quali non sono stati formulati addebiti, posto che nei mercati rilevanti sopra individuati, l'esame dell'intera documentazione agli atti non ha fornito elementi sufficienti a corroborare pienamente l'ipotesi istruttoria avanzata nel provvedimento di avvio, suffragando l'esistenza di una concertazione orientata alla fissazione dei prezzi e al contingentamento delle quantità, nel periodo delle festività natalizie del 2022, in violazione dell'articolo 101 TFUE.

32. Per quanto sopra detto, non può escludersi, tuttavia, che l'osservato esito di mercato discenda da motivazioni ulteriori rispetto all'ipotizzata collusione tra le compagnie aeree. A tale riguardo, lo scorso 14 novembre 2023, l'Autorità ha avviato un'indagine conoscitiva con l'obiettivo di approfondire alcuni aspetti connessi alla natura degli algoritmi e al loro impiego nella definizione delle condizioni di offerta dei vettori aerei e di enuclearne le eventuali problematiche in termini concorrenziali⁴¹.

33. In conclusione, si ritiene che non sussistano sufficienti elementi per accertare la violazione dell'articolo 101 TFUE ipotizzata nella delibera di avvio istruttoria.

³⁸ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, Sez. VI, 21 giugno 2017, nn. 3057 e 3016, I782 - Gare per servizi di bonifica e smaltimento di materiali inquinanti e/o pericolosi presso gli arsenali di Taranto, La Spezia ed Augusta: "La definizione di mercato rilevante non è connotata in senso meramente geografico o spaziale, ma è relativa anche e soprattutto all'ambito nel quale l'intento anticoncorrenziale ha, o avrebbe, capacità di incidere, sicché 'nelle ipotesi di intese restrittive della concorrenza, la definizione del mercato rilevante è direttamente correlata al contesto in cui si inquadra il comportamento collusivo tra le imprese coinvolte' ed è successiva rispetto all'individuazione dell'intesa nei suoi elementi oggettivi".

³⁹ Cfr. doc. 186. Essendo il contesto di specie un'intesa, per quanto sopra detto, non appaiono nel caso di specie rilevare le riserve espresse da Ryanair sulla definizione del mercato rilevate.

⁴⁰ Cfr., *ex multis*, decisione della Commissione del 28 agosto 2009, M3770 Lufthansa/Swiss e provv. n. 24241 del 20 febbraio 2013, C11894 – Meridiana/Meridiana Fly, provv. n. 15666 del 5 luglio 2006, C7667 - Alitalia/Volare, e provv. n. 16735 del 18 aprile 2007, C8227 - Meridiana/Eurofly. Le rotte, in quanto distinti mercati del prodotto, possono includere voli diretti nonché voli indiretti tra i due aeroporti agli estremi della rotta che risultino sostituibili ai voli diretti dal punto di vista del consumatore; si veda decisione della Commissione dell'11 agosto 1999, caso M/JV.19 - KLM/Alitalia.

⁴¹ Cfr. provvedimento n. 30874 del 14 novembre 2023 di avvio di Indagine conoscitiva sugli algoritmi di prezzo nel trasporto aereo passeggeri per le rotte da e per Sicilia e Sardegna (IC56), pubblicato nel Bollettino n. 44/2023.

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

Che, in base alle informazioni disponibili, sono venuti meno i motivi di intervento nei confronti di Ryanair DAC, Wizz Air Hungary Ltd, EasyJet Airline Company Limited, Italia Trasporto Aereo S.p.A., in relazione alla violazione dell'articolo 101 TFUE ipotizzata in sede di avvio del procedimento.

Il presente provvedimento sarà notificato alle Parti e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, 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

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1931 - ROMA CAPITALE- REGOLAMENTO PER IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO DI LINEA GRAN TURISMO

Roma, 19 dicembre 2023

Roma Capitale

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 14 dicembre 2023, ha deliberato di svolgere le seguenti osservazioni, ai sensi dell'art. 21 della legge n. 287/1990, in relazione al "Regolamento per i servizi di trasporto di linea su strada non connotati da oneri di servizio pubblico" (di seguito, "il Regolamento") approvato con Deliberazione di Assemblea Capitolina n. 148 del 7 settembre 2023.

Il nuovo Regolamento, in continuità con la disciplina regolamentare previgente, ha confermato il contingentamento dei titoli autorizzatori all'esercizio dei servizi di gran turismo ricadenti nelle aree ZZ.TT.LL. BUS B e C, in quanto teso alla tutela di legittimi interessi pubblici superiori quali il patrimonio storico-artistico, l'ambiente e la viabilità del centro storico di Roma. Il nuovo Regolamento prevede al contempo l'esperimento di una procedura selettiva per l'individuazione dei futuri assegnatari¹. Inoltre, le autorizzazioni in essere, prive di termine finale, decadranno al momento del rilascio delle nuove autorizzazioni². Tuttavia, il Regolamento stabilisce che, "nell'ambito della predetta procedura, agli operatori titolari di autorizzazioni in essere prive di termine finale verrà riservata una quota non inferiore ai 2/3 dei volumi di traffico individuati dalla Giunta Capitolina ai sensi del precedente comma 2"³.

Ancorché si ritenga condivisibile la scelta operata dall'Assemblea Capitolina con il Regolamento di ricorrere a una procedura di gara per l'assegnazione delle autorizzazioni all'espletamento dell'attività di granturismo, stabilendo altresì la decadenza delle autorizzazioni in essere prive di termine finale, data l'oggettiva situazione emergenziale del traffico e della mobilità nel centro storico di Roma⁴ risulta invece critico da un punto di vista concorrenziale il fatto che, nelle future procedure

¹ Cfr. articoli 17-19 del Regolamento.

² Cfr. articolo 39, comma 3, del Regolamento.

³ Cfr. articolo 17, comma 3, secondo periodo, del Regolamento.

⁴ Cfr. AS1107 - *Provincia di Roma - Bozza di regolamento disciplinante i servizi di trasporto di linea Gran Turismo*, del 23 gennaio 2014, in Bollettino n. 4/2014; AS1331 - *Roma Capitale-Regolamento per il servizio di trasporto pubblico di linea gran turismo*, del 14 dicembre 2016, in Bollettino n. 46/2016. Vedi anche, *ex multis*, le sentenze del Consiglio di Stato n. 4733/2012 e del TAR Lazio n. 497/2017, secondo cui: "la legittimità di siffatta previsione [la decadenza] è stata più volte ribadita dal Consiglio di Stato (cfr. in particolare, la sentenza n. 4733/2012), laddove, premesso che «il contingentamento delle autorizzazioni è in astratto perseguibile e che nel caso di specie esso è giustificato dalla situazione emergenziale del traffico e della mobilità nel centro storico di Roma», esso ha esplicitamente statuito che «anche l'effetto di decadenza nei confronti dei titoli autorizzatori già rilasciati si pone come misura necessaria con gli obiettivi suddetti, non appalesandosi altre in grado di fronteggiare l'emergenza del traffico cittadino se non quella di restringere il

di gara, agli operatori titolari di autorizzazioni in essere prive di termine finale sia riservata una quota non inferiore ai 2/3 dei volumi di traffico sostenibili.

Al riguardo, l'Autorità ritiene che il sacrificio imposto alla libera esplicazione di un'attività economica, nel passaggio peraltro da un regime autorizzatorio ad uno di tipo para-concessorio, come nel caso di specie, debba avvenire, in conformità dei noti canoni di necessità e proporzionalità, attraverso modalità non discriminatorie. La nuova norma del Regolamento, nella misura in cui stabilisce una quota di riserva non inferiore ai 2/3 dei volumi di traffico sostenibili per gli operatori titolari di autorizzazioni in essere prive di termine finale, appare idonea a impedire o, comunque, a rendere più difficile l'ingresso di nuovi operatori nel mercato dell'offerta di servizi di trasporto gran turismo a Roma, consolidando, invece, le posizioni di vantaggio che, ormai da lungo tempo, detengono gli operatori già autorizzati. Come emerge dalle evidenze acquisite agli atti, molti operatori godono in effetti di autorizzazioni sostanzialmente ultraventennali.

Lo svolgimento della gara non può andare disgiunto dall'individuazione di criteri oggettivi e non discriminatori di accesso all'attività e, dunque, vista la funzione pro-concorrenziale delle procedure a evidenza pubblica, di ammissione al confronto competitivo che in tali procedure si realizza.

Né, infine, appaiono condivisibili gli argomenti addotti da Roma Capitale, risultanti dalla Deliberazione di Assemblea Capitolina n. 148/2023, a sostegno della disposizione regolamentare in questione, secondo cui la stessa sarebbe stata prevista allo scopo di bilanciare l'interesse primario alla tutela del centro storico con quello volto alla salvaguardia degli ingenti investimenti sostenuti dagli attuali operatori autorizzati.

In disparte il fatto che tali investimenti non risultano in alcun modo individuati e quantificati, si osserva che il supposto bilanciamento deve essere realizzato da Roma Capitale mediante l'adozione di misure meno restrittive della concorrenza e non discriminatorie, come sarebbe per l'appunto la riserva di una quota non inferiore ai 2/3 dei volumi di traffico a favore degli *incumbent* nell'ambito di una procedura di gara.

L'Autorità auspica pertanto che Roma Capitale apporti le necessarie modifiche al proprio Regolamento per espungere dallo stesso la disposizione censurata. Mantenendo in vigore tale disposizione, infatti, l'Amministrazione capitolina procederebbe al contingentamento delle autorizzazioni dei servizi di gran turismo attraverso una procedura competitiva che lederebbe manifestamente il principio di non discriminazione tra gli operatori interessati all'assegnazione di tali autorizzazioni.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12600 – ITALIAONLINE - BLOCCO POSTA

Provvedimento n. 31012

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 dicembre 2023;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, 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, n. 25411;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 28 agosto 2023 e successivamente integrata in data 27 settembre 2023, con la quale la società Italiaonline S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 2 ottobre 2023 con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Italiaonline S.p.A. (di seguito anche “IOL” o “il professionista”), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo (di seguito, CdC). La società, con sede in Italia, offre una pluralità di servizi digitali che variano dal *digital publisher* al *web advertising*, dal *web design* al *web marketing* e che includono anche servizi di messaggistica tramite posta elettronica.

2. Altroconsumo e U.Di.Con., in qualità di soggetti intervenienti nel procedimento.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Nella comunicazione di avvio del procedimento¹ si contestava al professionista che, nella gestione del disservizio occorso dal 13 giugno 2023 sui propri servizi di posta elettronica e sui servizi collegati (e.g., *webmail*, app, Imap), questi avrebbe assunto una condotta suscettibile di integrare una pratica commerciale scorretta in violazione dell'articolo 20 del CdC. Il professionista, infatti, in tale occasione non sembrava aver adottato il grado di diligenza professionale qualificata dallo stesso ragionevolmente pretendibile, sia sotto il profilo dell'informazione che dell'assistenza agli utenti.

¹ Cfr. doc. 58 del fascicolo istruttorio, prot.60705 del 14/07/2023.

4. In primo luogo, infatti, le modalità utilizzate da IOL per informare i propri utenti del programmato intervento di manutenzione evolutiva sembravano deficitarie sotto il profilo della tempistica, nonché con riguardo alla precisione, completezza, e modalità di display delle informazioni fornite.

5. In secondo luogo, IOL sembrava aver mancato di offrire un'assistenza proporzionata e sufficiente all'entità del disservizio e del numero di utenti coinvolti allorché, a fronte del blocco totale dei propri servizi di posta elettronica, questi predisponesse un unico numero telefonico di assistenza che di fatto lasciava parte degli utenti privo di assistenza effettiva, in quanto il canale offerto era costantemente inservibile, risultando occupato.

6. In terzo luogo, dalle segnalazioni agli atti emergeva altresì la possibile perdita di parte della corrispondenza elettronica relativa al periodo del disservizio (*i.e.* le *e-mail* trasmesse tra le 23:00 del 13 giugno e le 03:00 del 15 giugno).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L'iter del procedimento

7. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 14 luglio 2023 è stato avviato il procedimento istruttorio PS12600 nei confronti del professionista, ai sensi dell'articolo 20 del Codice del consumo.

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del CdC e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione circa: (i) l'informazione preventiva e successiva diffusa da IOL in occasione del disservizio; (ii) la capacità di IOL di recuperare e consegnare ai legittimi destinatari la totalità delle *e-mail* non recapitate durante il disservizio; (iii) le forme e modalità di assistenza messe in campo da IOL in costanza di disservizio; (iv) eventuali misure di ristoro dell'utenza; nonché (v) ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

9. Il professionista, in data 6 settembre 2023, ha trasmesso le informazioni richieste.

10. Con le comunicazioni inviate, rispettivamente, nelle date del 1° agosto 2023 e del 13 settembre 2023, le Associazioni Altroconsumo e U.Di.Con. venivano ammesse a partecipare al procedimento.

11. IOL ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 1° agosto 2023, 13 ottobre 2023 e 20 novembre 2023.

12. In data 28 agosto 2023 il professionista ha presentato una proposta di impegni², ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del CdC e dell'articolo 9 del Regolamento, successivamente integrati nella versione consolidata del 27 settembre 2023³.

13. U.Di.Con., rispettivamente in data 13 settembre 2023 e 10 ottobre 2023, ha avuto accesso agli atti del procedimento.

14. In data 4 ottobre 2023⁴ è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria e in data 5 ottobre 2023 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento⁵.

² Cfr. doc. 85 del fascicolo istruttorio, prot.69609 del 29/08/2023.

³ Cfr. doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

⁴ Cfr. doc. 96, 97 e 98 del fascicolo istruttorio, rispettivamente prott. 79132, 79134 e 79136 del 04/10/2023.

⁵ Cfr. doc. 100, 101 e 102 del fascicolo istruttorio, rispettivamente prott. 79532, 79534 e 79544 del 05/10/2023.

15. In data 13 ottobre 2023 U.Di.Con. ha presentato memoria⁶.
16. In data 17 ottobre 2023 IOL ha presentato le proprie memorie difensive finali⁷.
17. Il 16 novembre 2023 è pervenuto il parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni⁸.

III.2 Gli elementi acquisiti

18. Nel corso dell’istruttoria, il professionista ha preliminarmente rappresentato che il malfunzionamento *stricto sensu* della posta elettronica sarebbe stato conseguenza di un evento imprevisto, imprevedibile e distinto dall’intervento programmato di manutenzione straordinaria (c.d. “*manutenzione evolutiva*”): pertanto, il professionista ritiene di aver tenuto una condotta diligente sia per aver informato l’utenza dell’intervento (salvo sottostimarne di poco la durata), sia per averlo portato a conclusione, mentre il malfunzionamento sarebbe stato insuscettibile di informazione preventiva.

19. In particolare, quanto all’informazione diffusa da IOL alla propria utenza in relazione al programmato intervento di manutenzione evolutiva, il professionista ha confermato che la prima comunicazione è avvenuta il 13 giugno 2023 alle ore 20:30 attraverso l’inserzione di un *text link* all’interno della *webmail*⁹ (dando così un preavviso di 2 ore e 30 minuti). IOL ha altresì indicato di avere informato gli utenti durante l’intervento di manutenzione evolutiva attraverso pagine di cortesia, che si aprivano in automatico a coloro che tentavano di accedere alle proprie caselle Libero o Virgilio, nonché attraverso comunicazioni *social*¹⁰.

20. Con riguardo all’informazione diffusa a seguito dell’inizio del malfunzionamento seguito all’intervento di manutenzione, il professionista riferisce di aver parimenti avvisato l’utenza attraverso pagine di cortesia, attraverso un *ticker* inserito nelle *Home Page* dei portali Libero e Virgilio, nonché mediante comunicati stampa che a loro volta venivano diffusi su tutte le pagine ufficiali dei vari *social network* dallo stesso detenuti¹¹.

21. Quanto al diverso profilo relativo all’assistenza prestata all’utenza, IOL ha rappresentato che il numero telefonico che gli utenti potevano chiamare a fronte del disservizio, seppur unico, convogliava centinaia di linee e *[omissis]** operatori¹².

22. In aggiunta, il professionista ha rappresentato di aver fornito assistenza anche attraverso ulteriori canali di contatto¹³, quali: i *form online* accessibili dalle sezioni “Aiuto” dei portali Libero e Virgilio; la *chat* disponibile nella medesima area per gli utenti *premium*; la sezione dedicata all’assistenza clienti sulle App Libero e Virgilio; le pagine dei *social network* IOL (i.e. Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter). Inoltre, IOL riferisce di avere dato seguito alle richieste ricevute via

⁶ Cfr. doc. 105 del fascicolo istruttorio, prot.81907 del 13/10/2023.

⁷ Cfr. doc. 106 del fascicolo istruttorio, prot.82376 del 17/10/2023.

⁸ Cfr. doc. 114 del fascicolo istruttorio, prot.94936 del 16/11/2023.

⁹ Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, Allegato 1, prot. 72154 del 07/09/2023.

¹⁰ Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, Allegato 1, prot. 72154 del 07/09/2023.

¹¹ Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, Allegato 1, prot. 72154 del 07/09/2023.

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

¹² Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, prot. 72154 del 07/09/2023.

¹³ Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, prot. 72154 del 07/09/2023.

PEC e tramite i canali di assistenza dedicati ad altri servizi IOL che, seppur non direttamente impattati dal disservizio, venivano impropriamente utilizzati dagli utenti.

23. Circa il recupero delle *e-mail* trasmesse tra le 23:00 del 13 giugno e le 03:00 del 15 giugno, IOL afferma di aver predisposto una procedura “*manuale*”, attivabile su richiesta dell’utente. Le modalità per il recupero di tali *e-mail* sono state comunicate all’utenza con l’aggiornamento delle FAQ avvenuto in data 13 luglio 2023.

24. Infine, IOL ha rappresentato di aver attivato dal mese di luglio 2023 ristori limitatamente agli utenti *premium*, consistenti nell’offerta gratuita per un anno del servizio PEC o, per chi avesse già tale servizio, la possibilità di fruirne gratuitamente per un anno aggiuntivo¹⁴.

III.3 Gli impegni del professionista

25. Il professionista ha presentato una proposta di impegni in data 28 agosto 2023, integrata poi nella versione consolidata presentata in data 27 settembre 2023.

26. Tali impegni si sostanziano in misure che perseguono una triplice finalità: (i) garantire maggiori informazioni e un’assistenza più efficace *pro futuro* al verificarsi di eventi simili a quelli oggetto del procedimento; (ii) garantire e semplificare le procedure di recupero delle *e-mail* trasmesse e non recapitate durante il disservizio di giugno 2023, nonché in caso di eventuali disservizi analoghi futuri; (iii) ristorare gli utenti IOL del disservizio sofferto. I tre profili verranno esaminati separatamente nel prosieguo.

1. Comunicazioni e assistenza agli utenti (impegno n. 1)

27. Al fine di garantire una migliore informativa e assistenza agli utenti, IOL si impegna a rivedere le *policy* interne adottando una nuova procedura da seguire nei casi di c.d. interventi di manutenzione (sia di manutenzione ordinaria, che straordinaria) e nei casi di c.d. eventi straordinari aventi conseguenze sull’accesso ai servizi *e-mail*. La nuova procedura riguarderà la totalità della *customer base* dei servizi *e-mail* e verrà implementata entro il termine massimo di quindici giorni dalla data di adozione del presente Provvedimento.

28. La nuova procedura verrà pubblicata all’interno dei siti “Liberio Aiuto” e “Virgilio Aiuto” (di seguito, congiuntamente “Siti Aiuto”) e resterà in vigore senza un termine. Essa sarà soggetta solo ad aggiornamenti e/o modifiche di miglioramento e/o ulteriore rafforzamento della trasparenza verso i consumatori.

29. Sotto il profilo informativo, la nuova procedura oggetto di impegno, quanto agli interventi di manutenzione, prevede che:

i) tutti gli interventi che comportino l’impossibilità temporanea per gli utenti (ovvero per una parte di essi) di accedere ai servizi abbiano inizio nel corso della notte, tra le ore 23:00 e le ore 06:30;

ii) tutti gli interventi che comportino l’impossibilità temporanea per gli utenti (ovvero per una parte di essi) di accedere ai servizi siano descritti all’interno dei Siti Aiuto in un’apposita sezione creata *ad hoc* (“Alert Manutenzioni”), con un livello di dettaglio tecnico e un linguaggio facilmente comprensibile per l’utente medio;

¹⁴ Cfr. Doc. 86 del fascicolo istruttorio, Allegato 1, prot. 72154 del 07/09/2023. Tale servizio ha un prezzo al pubblico pari ad Euro 14,99/anno (c.d. Liberio Mail PEC “family” ovvero Virgilio Mail PEC “Personal”) ovvero ad Euro 36,60/anno (c.d. Liberio Mail PEC “unlimited” ovvero Virgilio Mail PEC “Infinity”) a seconda che lo spazio della casella PEC sia pari ad 1GB ovvero sia illimitato. Alla scadenza dell’anno gratuito è prevista la possibilità di recedere dal servizio.

iii) tutti gli interventi che comportino un'impossibilità temporanea di accesso ai servizi per un periodo pari o inferiore a 3 ore siano comunicati preventivamente agli utenti con almeno 48 ore di anticipo attraverso le seguenti modalità:

- pubblicazione nella *webmail desktop* di un *text link* sopra il c.d. listato delle *e-mail* che comunichi l'intervento di manutenzione e contenga un *link* alla citata sezione Alert Manutenzioni;
- pubblicazione di un "*banner*" all'interno della c.d. *Home Page* della *webmail*¹⁵ sia *desktop*, che *mobile*, che comunichi l'intervento di manutenzione con un *link* alla sezione Alert Manutenzioni;
- pubblicazione sull'app Libero Mail e Virgilio Mail di un "*banner*" informativo all'interno della tab "*news*"¹⁶;

iv) tutti gli interventi per i quali è prevista un'impossibilità temporanea di accesso ai servizi per un periodo superiore a 3 ore siano comunicati con almeno 72 ore di anticipo con le modalità sopradescritte, nonché mediante apposita comunicazione via *e-mail* a tutti gli utenti contenente un *link* alla sezione Alert Manutenzioni.

30. Per tutti i sopra citati interventi di manutenzione è poi prevista la pubblicazione, per tutta la durata dell'intervento, di una pagina di cortesia visibile a chiunque tenti di effettuare il *log-in* per l'utilizzo del servizio, in cui si comunica che è in corso l'intervento di manutenzione e si rinvia alla sezione Alert Manutenzioni per ulteriori informazioni.

31. Le tempistiche di preavviso degli interventi di manutenzione individuate nella sezione che precede devono intendersi applicabili in tutti i casi in cui non ricorrano casi di particolare urgenza, imprevista e/o imprevedibile, che impongano alla Società di implementare misure immediate e che verrebbero comunque documentate da IOL in tutte le sedi opportune, a fronte di eventuali richieste in tal senso.

32. Quanto agli eventi straordinari e imprevedibili che impattino sulla possibilità per gli utenti di accedere ai servizi e-mail (di seguito "Disservizio"), indipendentemente dalla sussistenza di un legame con un intervento di manutenzione programmato, IOL attraverso la procedura si impegna altresì a:

i) pubblicare le informazioni relative a tutti i Disservizi di durata superiore ad 1 ora all'interno di un'altra apposita sezione dei Siti Aiuto creata *ad hoc* ("Alert Disservizi") entro 2 ore dalla rilevazione del Disservizio. All'interno di tale sezione verrebbe inserita una descrizione con un livello di dettaglio tecnico e un linguaggio facilmente comprensibile per l'utente medio e tale descrizione verrebbe aggiornata dalla Società anche nel corso del Disservizio;

ii) per i Disservizi di durata superiore a 2 ore, ma inferiore a 6 ore:

- pubblicare per l'intera durata del Disservizio una pagina di cortesia visibile a chiunque cerchi di effettuare il *log-in* al servizio, in cui si comunica che è in corso un disservizio e si forniscono tutte le informazioni del caso, anche rimandando alla sezione Alert Disservizi;

¹⁵ Si tratta della pagina di passaggio immediatamente successiva all'azione di *log-in* che viene effettuato dall'utente e che compare subito prima di entrare nella pagina ove è possibile leggere le *e-mail*. Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

¹⁶ Per il caso ulteriore di accesso alle caselle e-mail Libero e Virgilio dalle applicazioni di soggetti terzi, la Società non può invece intervenire sulla configurazione e sui contenuti che vengono visualizzati, su queste app di soggetti terzi, da tutti gli utenti che ne fruiscono (e dunque non solo dagli utenti IOL). Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

- effettuare una prima diagnosi della problematica verificata e richiedere l'attivazione di un numero di telefono geografico per fornire assistenza ai propri utenti entro 2 ore dal momento in cui venga rilevato il Disservizio. Tale numero verrà inizialmente presidiato da un *Interactive Voice Responder* ("IVR")¹⁷, il quale nei più contenuti tempi tecnici necessari (a partire dalle successive 4/6 ore lavorative¹⁸) verrà sostituito da operatori professionisti appositamente formati a rispondere alle chiamate di assistenza. In aggiunta, IOL precisa che il numero telefonico geografico consentirebbe il reindirizzamento verso un numero progressivamente crescente di linee e operatori, ove necessario, anche superiori rispetto a quelli messi a disposizione nell'ambito della gestione del Malfunzionamento di giugno 2023.

iii) per i Disservizi di durata superiore a 6 ore e inferiori a 12 ore, oltre alle misure descritte al punto che precede:

- pubblicare un post su tutti i canali social facenti capo alla Società in cui si comunica che è in corso un disservizio con un *link* alla sezione Alert Disservizi;
- pubblicare una nota stampa (ed eventuali aggiornamenti) in cui si comunica che è in corso un disservizio con un *link* alla sezione Alert Disservizi;

iv) per i Disservizi di durata superiore a 12 ore:

- oltre alle misure descritte al punto che precede,
- pubblicare per l'intera durata del Disservizio una striscia informativa in primo *scroll* (ed eventuali aggiornamenti) sulla *Home Page* dei portali Libero e Virgilio con anche un *link* alla sezione Alert Disservizi¹⁹.

33. Sotto il profilo assistenziale, invece, rimarrebbero fermi in ogni caso, sia per gli interventi di manutenzione che per gli eventi straordinari, gli ulteriori canali di assistenza già messi a disposizione dell'utenza e cioè:

- i *form online* accessibili dalle sezioni "Aiuto" sia del portale Libero sia del portale Virgilio;
- la *chat*, disponibile nella medesima area, per gli utenti *premium*;
- gli strumenti di assistenza disponibili per tutti gli utenti nella sezione dedicata all'assistenza clienti sulle App Libero e Virgilio per l'invio di segnalazioni;
- le pagine dei *social network* IOL (i.e. Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter);

34. Sempre con riguardo al profilo assistenziale, IOL si impegna inoltre a dare riscontro alle richieste di assistenza ricevute anche a mezzo PEC, seppure tale canale non costituisce un canale preferenziale per l'assistenza, essendo dedicato alle comunicazioni istituzionali della Società con Pubbliche Amministrazioni e soggetti privati.

¹⁷ I.e. un risponditore automatico funzionale a fornire agli utenti chiamanti informazioni, in costante aggiornamento, sul Disservizio verificatosi e sulle possibili tempistiche di risoluzione dello stesso. Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

¹⁸ Le tempistiche indicate per l'attivazione dell'IVR prescindono dal momento in cui si verifichi il Disservizio, mentre le tempistiche per le ulteriori attività per l'approntamento del canale di assistenza telefonica devono intendersi valide in caso il Disservizio si verifichi tra le ore 8 e le ore 20 di un giorno della settimana. Qualora invece il Disservizio si verifichi nel corso del fine settimana, l'attivazione del canale di assistenza telefonica potrebbe slittare fino ad un massimo di 24 ore. Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

¹⁹ Tale striscia informativa verrebbe aggiornata ogni 24 ore, così come i post sulle pagine di tutti i *social network* di IOL. Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

2. Procedura di recupero semplificata delle e-mail trasmesse nel periodo ricompreso tra le 23:00 del 13 giugno e le ore 3:00 del 15 giugno 2023 (impegno n.2)

35. In aggiunta alla procedura “*manuale*” già implementata per il recupero, su richiesta, delle *e-mail* del periodo compreso tra le 23:00 circa del 13 giugno e le 03:00 circa del 15 giugno 2023 (vedi *supra*), IOL si impegna per il futuro a:

i) rilasciare e attivare anche una procedura che consenta il recupero automatico delle *e-mail* (mediante implementazione di apposito patch *software*). Tale procedura sarà attivabile tramite una pagina specifica, cui punterebbe un apposito *link* inserito all’interno delle FAQ, ove sarà presente un comando che potrà essere selezionato in autonomia dall’utente²⁰. Detta misura è già implementata dal 15 ottobre 2023;

ii) dare comunicazione della disponibilità di tale procedura automatizzata di recupero attraverso una comunicazione pubblicata all’interno di un *widget* visualizzabile, con adeguata evidenza grafica, all’interno della *webmail desktop*, cui si accede immediatamente dopo aver effettuato il *log-in*, nonché all’interno della *tab “news”* sull’app Libero Mail e Virgilio Mail in caso di navigazione in modalità mobile. Anche detta misura è già implementata dal 15 ottobre 2023²¹;

iii) informare mediante *e-mail* individuale, entro quindici giorni dall’adozione del presente Provvedimento, ciascun utente che ancora non ne avesse fatto uso della possibilità di avvalersi della procedura automatizzata di recupero delle *e-mail* e delle relative modalità di utilizzo. L’invio di tali *e-mail* avverrà in modo scaglionato per esigenze tecniche al fine di assicurare una procedura di recupero senza disagi. Tale ulteriore flusso di comunicazioni a scaglioni alla *customer base* verrà completato comunque entro i successivi cento giorni;

iv) adottare in via definitiva la procedura automatizzata di recupero delle *e-mail* non recapitate (tramite patch *software*) e le corrispondenti modalità di comunicazione agli utenti, in modo che siano applicabili anche in futuro laddove si verificassero disservizi analoghi a quello di giugno 2023.

3. Ristori (impegno n. 3)

36. Quanto ai ristori, IOL si impegna a offrire ristori differenziati a seconda della tipologia di utenti: *premium* o *free*.

37. Per i primi, in aggiunta ai ristori già riconosciuti (i.e. un anno gratuito di abbonamento al servizio Mail PEC o un anno aggiuntivo gratuito di Mail PEC per chi detenesse già tale servizio), IOL offre ora, su richiesta e in via alternativa, di fruire gratuitamente per 12 mesi dei servizi Libero Docs e Libero Drive (con gli equivalenti Virgilio Docs e Virgilio Drive) oppure il [30-50%] di sconto sui servizi Mail Business o Sifattura. Tali ristori alternativi verranno comunicati agli utenti *premium* attraverso una specifica *e-mail* contenente le modalità da seguire per aderire a tale proposta di ristoro alternativo, entro tempistiche adeguate ad assicurare una ampia possibilità di adesione a tale ristoro e in ogni caso per un periodo non inferiore a 2 mesi. La possibilità di richiedere uno dei ristori

²⁰ Tale procedura consentirà un pieno allineamento di tutta la corrispondenza con la conseguente possibilità per tutti gli utenti di visualizzare in un’apposita cartella la corrispondenza oggetto di tale allineamento automatizzato. Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

²¹ Per il caso ulteriore di accesso alle caselle *e-mail* Libero e Virgilio dalle applicazioni di soggetti terzi, la Società non può invece intervenire sulla configurazione e sui contenuti che vengono visualizzati su queste app di soggetti terzi da tutti gli utenti che ne fruiscono (e dunque non solo dagli utenti IOL). Cfr. Doc. 95 del fascicolo istruttorio, prot.77221 del 27/09/2023.

alternativi sarà estesa anche ai soggetti che hanno già aderito al ristoro consistente nella fruizione gratuita della PEC per un anno.

38. Agli utenti *free*, invece, IOL offre la possibilità di usufruire gratuitamente per 6 mesi, su richiesta dell'utente stesso, di uno a scelta tra i seguenti servizi c.d. *premium*: Mail Plus, Drive, PEC. Inoltre, per gli utenti *free* che decidano di fruire del servizio oggetto di ristoro anche dopo la scadenza dei 6 mesi gratuiti, IOL offre per i successivi 12 mesi un prezzo scontato del [20-45%] rispetto al prezzo ordinario. La possibilità di aderire al ristoro verrà comunicata a tutti gli utenti *free* attraverso l'invio di una comunicazione *ad hoc* e specifici post dedicati sui canali social della Società. A tali informative faranno seguito due comunicazioni durante il periodo di adesione per ricordare la possibilità di ottenere il ristoro in questione. Il termine di adesione è di 2 mesi dall'invio della comunicazione con cui la Società informa l'utente della facoltà di richiedere il ristoro.

39. Sia per gli utenti *premium* che *free* IOL prevede la possibilità di recedere dal servizio offerto a titolo di ristoro al termine del periodo gratuito. Tale possibilità di recesso sarà oggetto di 2 specifiche comunicazioni di *reminder*, inviate via *e-mail* ai singoli utenti interessati, rispettivamente, a trenta e a quattordici giorni dall'avvicinarsi della scadenza rilevante.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

40. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento concerne un servizio fruibile attraverso la rete *internet*, in data 17 ottobre 2023 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

41. Con delibera n. 272/23/CONS, pervenuta in data 16 novembre 2023, l'AGCom ha espresso il proprio parere, 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*".

42. In particolare, la suddetta Autorità, ha considerato che "*con riferimento al caso di specie, i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dal professionista, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel sito utilizzato dal professionista o ricevute dal call center dello stesso sono messi in grado di conoscere, per tempo, lo stato di funzionamento e i tempi di ripristino dei servizi utilizzati e assumere le conseguenti decisioni in modo consapevole*". L'AGCom ha ritenuto pertanto che "*nel caso di specie, Internet e il call center siano strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità*".

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

43. Il presente procedimento riguarda le modalità con cui IOL ha gestito il disservizio occorso dal 13 giugno 2023 sui propri servizi di posta elettronica e servizi collegati.

44. Gli impegni proposti appaiono idonei a sanare i possibili profili di criticità della pratica commerciale contestata nella comunicazione di avvio del procedimento.

45. In particolare, le misure che IOL si impegna ad attuare apportano benefici sostanziali nel rapporto consumatore – professionista. Infatti, gli impegni sopra descritti: (i) migliorano le modalità informative e le procedure di assistenza in caso sia di interventi di manutenzione, sia di qualsivoglia

evento straordinario che limiti l'accesso ai servizi *e-mail*; (ii) garantiscono e semplificano le procedure di recupero delle *e-mail* non recapitate ai legittimi destinatari durante il malfunzionamento di giugno 2023 e durante eventuali analoghi disservizi futuri; (iii) offrono un concreto e immediato ristoro a tutti gli utenti vittima del disservizio sofferto.

46. Quanto al profilo informativo, gli impegni di IOL migliorano le modalità comunicative di futuri interventi di manutenzione, garantendo: (i) un preavviso sufficiente, adeguato e proporzionato (in base alla gravità dell'intervento da effettuarsi), tale da dare all'utenza un tempo sufficiente a organizzarsi alternativamente; (ii) una maggiore visibilità di tali comunicazioni, nonché (iii) una fonte costante d'informazioni aggiornate tramite la sezione dedicata *ad hoc* "Alert manutenzioni".

47. Similmente, una maggiore informazione verrà conseguita anche in occasione di eventi straordinari che limitino l'accesso ai servizi *e-mail*, mediante l'attivazione di una pluralità di canali, tra cui: (i) una sezione *web* dedicata *ad hoc* (c.d. "Alert disservizi"), (ii) la presentazione di pagine *web* di cortesia in fase di *log-in*, (iii) pubblicazioni sui canali social, (iv) note stampa e (v) strisce informative sulla *Home Page* dei portali Libero e Virgilio.

48. Quanto all'assistenza, gli impegni rendono disponibili e proceduralizzano molteplici canali di assistenza, operativi con i dovuti distinguo, a fronte sia di interventi di manutenzione, sia di malfunzionamenti imprevisti. La quantità di linee ed operatori convogliati dietro l'unico numero telefonico geografico d'assistenza varierà in maniera proporzionale alla durata e gravità del disservizio, fermi restando gli altri canali di assistenza offerti, quali i *form online* accessibili dalle sezioni "Aiuto", la *chat*, gli strumenti di assistenza in App, le pagine dei *social network* e la PEC. La pluralità di questi canali rende disponibile una tempestiva ed esaustiva assistenza agli utenti in tutte le fasi evolutive di future manutenzioni o eventuali malfunzionamenti imprevisti. La varietà di tali canali garantisce infatti un maggior grado di raggiungibilità e quindi di fruibilità dell'assistenza stessa.

49. Sempre sotto il profilo assistenziale, gli impegni hanno anche il pregio di garantire il recupero in forma automatizzata (e non solo manuale, come era sinora) delle *e-mail* non ancora recapitate, e ciò sia con riguardo alle *e-mail* relative allo specifico disservizio occorso a giugno (e oggetto del procedimento), sia con riguardo alle *e-mail* che potranno essere non recapitate a causa di eventuali e analoghi disservizi futuri.

50. Infine, degni di rilievo sono anche gli impegni assunti da IOL al fine di ristorare gli utenti pregiudicati dal disservizio oggetto del procedimento. All'uopo, IOL predispone meccanismi di ristoro 'sostanziale' (*i.e.* non monetario) sia per gli utenti *premium* che per gli utenti *free*, offrendo loro gratuitamente un ventaglio di diversi servizi aggiuntivi. Tali servizi saranno attivati su richiesta, ma IOL si impegna a diffondere in modo efficace l'informazione circa la possibilità di chiederne l'attivazione. Inoltre, IOL si premura di mandare a entrambe le tipologie di utenti due comunicazioni di *reminder* circa la facoltà di disattivazione dei servizi che avessero attivato per godere del ristoro loro offerto, ciò al fine di evitare che il servizio continui a essere fornito, una volta divenuto a pagamento, contro la volontà dell'utente.

51. In conclusione, il complesso di misure proposte appare incidere in modo significativo sulle modalità di gestione tanto degli interventi di manutenzione che di eventuali eventi imprevisti che impattino sulla funzionalità dei servizi *e-mail* forniti all'utenza, garantendo un significativo miglioramento della gestione già in essere sia sotto il profilo informativo, che sotto quello assistenziale (ivi inclusa l'assistenza per il recupero automatizzato delle *e-mail*, per il passato ed

eventualmente per il futuro). A ciò si aggiunga che le misure di ristoro ‘sostanziale’ costituiscono un’efficace modalità di riparazione del pregiudizio già causato agli utenti in occasione del disservizio oggetto di procedimento. Tutti gli impegni, infine, appaiono dettagliatamente articolati per far fronte a ogni evenienza e di facile monitoraggio nella loro implementazione, in parte già posta in essere.

52. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO che gli impegni presentati dalla società Italiaonline 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 Italiaonline S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Italiaonline S.p.A., ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni proposti nella versione consolidata in data 27 settembre 2023, allegati al presente provvedimento e che ne costituiscono parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l’infrazione, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Italiaonline S.p.A., entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera e successivamente, dopo ulteriori tre mesi, 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’articolo 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 10.000.000 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

PS12527 - FACILE RISTRUTTURARE-RECENSIONI ON LINE*Provvedimento n. 31013*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, 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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 14 marzo 2023, con la quale è stato avviato il procedimento PS12527 nei confronti delle società Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A.:

VISTI i propri provvedimenti del 14 marzo 2023, con i quali sono stati disposti accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, rispettivamente presso le sedi delle società Facile Ristrutturare S.p.A., Renovars S.p.A. e delle società da esse controllate;

VISTO il proprio provvedimento del 28 giugno 2023, 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 pervenuti, da parte di Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. (nel prosieguo, congiuntamente, anche i "Professionisti"), il 5 maggio 2023, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo;

VISTI i propri provvedimenti del 4 settembre e del 24 ottobre 2023, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze istruttorie dovute anche all'espletamento degli ulteriori adempimenti procedurali e per assicurare ai Professionisti un ampio esercizio dei diritti di accesso e difesa;

VISTI gli atti del procedimento

I. LE PARTI

1. Facile Ristrutturare S.p.A. (di seguito anche "FR"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo. La Società è attiva, in particolare, nel settore della ristrutturazione di immobili residenziali. FR ha realizzato, nell'esercizio 2022, ricavi per oltre 145 milioni di euro e per oltre 203 milioni di euro nell'esercizio 2021, conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 5 e 15 milioni di euro¹.

2. Renovars S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo. La Società è attiva, in particolare, nei settori dell'attività di *holding* di partecipazioni e di

¹ Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

servizi anche per conto di terzi. Renovars S.p.A. detiene il 100% del capitale sociale di FR e ha realizzato, nell'esercizio 2022, ricavi per oltre 5,3 milioni di euro e per oltre 3,2 milioni di euro nell'esercizio 2021, conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 12,4 milioni di euro e oltre 533.000 euro².

3. Codacons, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

4. Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

5. Il procedimento ha oggetto i comportamenti posti in essere dai Professionisti nell'ambito della loro attività di ristrutturazione di immobili residenziali consistenti: (i) nella diffusione, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, di recensioni false e/o non autentiche e, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato fuorviante sulla percentuale di clienti soddisfatti dai servizi offerti da FR (il *claim* "98% [di] clienti soddisfatti"); (ii) nell'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali di finitura (ad esempio, porte, piastrelle, pavimenti, rubinetteria, mobili bagno, ecc.) per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. Secondo le segnalazioni delle associazioni di consumatori Codacons e Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia, pervenute rispettivamente in data 30 gennaio e 9 febbraio 2023³, una segnalazione pervenuta il 14 febbraio 2023⁴ e le segnalazioni di numerosi singoli consumatori, pervenute a partire dal 24 marzo 2023 e che sono continuate a pervenire nel corso dell'istruttoria⁵, i Professionisti avrebbe posto in essere, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, il sito di FR (<https://www.facileristrutturare.it/>), la pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, i propri dipendenti/collaboratori e la propria rete di vendita le condotte sopra descritte.

7. In relazione alle condotte descritte, il 14 marzo 2023 è stato comunicato ai Professionisti l'avvio del procedimento istruttorio PS12527 per la possibile violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettere b), d) e f), e 22, del Codice del consumo. In tale sede, in particolare, sono state contestate a entrambi i Professionisti la scorrettezza e l'ingannevolezza: (i) della diffusione, tramite piattaforme *on line*, di recensioni false e/o non autentiche e, tramite internet, del dato del 98% dei clienti soddisfatti dai servizi di FR, nonché (ii) dell'applicazione di un costo

² Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

³ Protocolli nn. 16929 e 19914. La segnalazione di Codacons è stata aggiornata in data 3 ottobre 2023 (protocollo n.78923).

⁴ Protocollo n. 20995.

⁵ L'ultima segnalazione contenuta nel fascicolo PS/12527 è pervenuta l'11 dicembre 2023 (protocollo n. 102044).

occulto ai consumatori, ove il materiale per le ristrutturazioni sia acquistato tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

8. Il 23 marzo 2023, sono stati svolti accertamenti ispettivi presso le sedi dei Professionisti e di alcune società da essi controllate.

9. I Professionisti hanno avuto accesso agli atti del fascicolo PS12527 ed estratto copia dei documenti il 14 aprile 2023, 10 maggio 2023, il 2 agosto 2023, il 15 settembre 2023, il 30 ottobre 2023 e il 31 ottobre 2023.

10. Il 24 aprile 2023, i Professionisti hanno risposto alla richiesta di informazioni di cui alla comunicazione di avvio del procedimento e presentato le loro argomentazioni difensive (nel prosieguo anche la “*Memoria Difensiva*”)

11. Il 5 maggio 2023 e ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del consumo, i Professionisti hanno presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali contestate. In relazione alla proposta di impegni, essi hanno chiesto di essere sentiti in audizione, che si è tenuta il 14 giugno 2023. Tali impegni sono stati rigettati dall’Autorità nella sua adunanza del 28 giugno 2023, in quanto l’Autorità ha ritenuto sussistere, nel caso di specie, l’interesse a procedere all’accertamento delle pratiche oggetto del procedimento.

12. In data 11 maggio 2023, sono state inviate richieste di informazioni a Opinioni.it (società Algorithmia S.r.l.) e Trustpilot sulla condotta riguardante la diffusione di recensioni non autentiche da parte dei Professionisti, che sono state, rispettivamente, riscontrate, il 30 maggio 2023 e il 5 giugno 2023. In data 21 luglio 2023, è stata inviata un’ulteriore richiesta di informazioni ad Algorithmia S.r.l., riscontrata il successivo 26 luglio 2023.

13. Il 28 giugno 2023, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dai Professionisti.

14. In data 4 settembre e 24 ottobre 2023, sono state disposte ulteriori proroghe del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze istruttorie dovute anche all’espletamento degli ulteriori adempimenti procedurali e per assicurare ai Professionisti un ampio esercizio dei diritti di accesso e di difesa.

15. In data 26 e 27 ottobre 2023, è stata comunicata, rispettivamente, ai Professionisti e alle associazioni di consumatori segnalanti ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della fase istruttoria.

16. In data 10 novembre 2023, è stata parzialmente accolta l’istanza dei Professionisti di proroga del termine per presentare memorie conclusive o documenti di cui al citato articolo 16, comma 1, del Regolamento, fissandolo al 27 novembre 2023.

17. In data 27 novembre 2023, i Professionisti hanno trasmesso la loro memoria finale (nel prosieguo, anche, la “*Memoria Finale*”).

18. In data 27 novembre 2023, è stata trasmessa all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni la richiesta di parere, che è pervenuto in data 12 dicembre 2023.

2) *Le evidenze acquisite*

19. FR, fondata nel 2014, è un importante operatore del settore delle ristrutturazioni di immobili residenziali e non residenziali⁶, che impiega un modello di *business* innovativo (“*ristrutturazione chiavi in mano*”) ed opera tramite una rete vendita di circa settanta *showroom* diffusi in tutta Italia⁷. FR opera nel settore delle ristrutturazioni sia direttamente sia tramite imprese terze sub-appaltatrici e una rete di professionisti affiliati (architetti, ingegneri, geometri, etc.), parimenti diffusa in tutta Italia.

20. Di seguito si descrivono le evidenze acquisite per ognuna delle tre condotte contestate ai Professionisti.

A) Impiego di recensioni on line e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri (“Pratica commerciale sub A”).

(i) L’impiego di recensioni on line non autentiche.

21. Secondo informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo, le richiamate segnalazioni di Codacons, Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia ed altre segnalazioni⁸, i Professionisti avrebbero impiegato, sulle piattaforme di recensione *on line* Trustpilot (di seguito anche “TP”), attiva a livello mondiale⁹, e Opinioni.it, giudizi/ recensioni positivi e non veritieri riconducibili alla stessa FR (ad esempio, provenienti da indirizzi IP o *e-mail* a essa collegati in quanto riferibili, direttamente oppure indirettamente, a propri collaboratori), al fine di accreditare un elevato livello di soddisfazione dei consumatori (c.d. *fake reviews*).

22. In particolare, secondo una segnalazione¹⁰, TrustPilot avrebbe individuato e rimosso [100-300]* recensioni non spontanee dalla pagina dedicata a FR, ritenendole non autentiche e avrebbe aperto una procedura di “*Cease & Desist*” per violazione delle proprie “*Guidelines for businesses*”, riservandosi di applicare alla Società altre misure. In proposito, da verifiche svolte d’ufficio il 9, il 22, il 28 febbraio e il 17 marzo 2023, la pagina del sito di TrustPilot dedicata a FR¹¹ premetteva alle recensioni sui suoi servizi, quantomeno fino all’11 maggio 2023¹², l’avviso che la piattaforma stava svolgendo indagini sui Professionisti e sulle recensioni da essi pubblicate¹³. La “*cease and desist*

⁶ Cfr. le informazioni diffuse alla sezione “*servizi*” del sito <https://www.facileristrutturare.it/>.

⁷ Cfr. il dato riportato nella nota inviata da FR il 7 luglio 2023 (protocollo n. 58949), nell’ambito della verifica di ottemperanza nel procedimento PS/12286.

⁸ Cfr., tra le altre, il doc. 4 del fascicolo istruttorio.

⁹ Si tratta di una delle principali piattaforme di recensioni *on line* (cfr. quanto affermato alla pagina <https://it.trustpilot.com/about>).

¹⁰ Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio.

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

¹¹ <https://it.trustpilot.com/review/www.facileristrutturare.it>

¹² Cfr. le rilevazioni acquisite agli atti del procedimento.

¹³ “*We’re currently investigating this company and the reviews on this page. In addition and in accordance with our «action we take» policy we have sent a formal cease and desist notice to this business after identifying fake reviews, including reviews that appear to be linked to the business and/or collected in a way that breaches our guidelines. In addition, we have also sent a formal cease and desist notice regarding unfair review collection. While we investigate, we’ll continue to remove any fabricated reviews detected by our automated systems and expert agents*” (grassetto nell’originale).

notice”, secondo quanto Trustpilot ha riportato nella sua pagina “*Action we take*”, è inviata quando l’impresa persiste in una condotta (in questo caso l’utilizzo di *fake reviews*), per la quale ha già ricevuto un *warning*.

23. Inoltre, sempre secondo quanto affermato nelle citate segnalazioni, la piattaforma di recensioni *on line* Opinioni.it avrebbe individuato ed eliminato, tramite i propri sistemi anti-frode, centinaia di recensioni positive sui servizi di FR ritenendole non autentiche (di seguito, anche “recensioni positive”)¹⁴.

24. Dall’esame dei documenti ispettivi, è emerso il grande rilievo che i Professionisti attribuiscono alle recensioni *on line* e all’incremento di quelle positive, tanto che quest’ultimo è tra i KPI dei collaboratori di FR sulla cui base vengono definiti i premi (a mero titolo di esempio, cfr. *[omissis]*¹⁵ *[omissis]*¹⁶). Un’altra conferma dell’importanza per i Professionisti della diffusione *on line* di recensioni positive emerge da alcune *e-mail* acquisite in ispezione, scambiate, ad esempio, tra il dipartimento *Customer satisfaction* e i collaboratori di FR, tra cui diversi *Area Manager*¹⁷, quantomeno a partire dal mese di maggio 2022. Infine, tale circostanza è avvalorata anche dalla prassi dei Professionisti di chiedere, in sede di trattativa, ai consumatori insoddisfatti dall’esecuzione del contratto di appalto e che hanno avanzato contestazioni la rimozione delle recensioni negative pubblicate¹⁸ e di inserire nelle transazioni con i consumatori una clausola che ne preveda la rimozione, rafforzata da una penale a carico dell’aderente in caso di inadempimento.

25. Altri elementi che confermano la sussistenza della condotta in esame sono emersi dalle risposte alle richieste di informazioni pervenute da Trustpilot e Opinioni.it.

26. Nella risposta alla richiesta di informazioni, pervenuta il 5 giugno 2023, Trustpilot ha dichiarato che il proprio *Content Integrity team*, il 24 agosto 2021, aveva inviato una *warning email* a FR, a cui era seguita il 2 settembre 2021 (a causa del rinvenimento di ulteriori false recensioni riguardo a FR - “*Due to the detection of further fake reviews on Facile Ristrutturare’s profile page*”), una prima lettera di *Cease & Desist*. Il 6 settembre 2021, FR ha risposto a TP di aver analizzato e condiviso in maniera ancora più scrupolosa le regole di TP anche per prevenire qualsiasi, possibile errore involontario (“*reviewed and shared [Trustpilot’s] rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake*”). Successivamente, il 5 ottobre 2021, TP ha chiesto a FR di condurre un’indagine interna per determinare l’origine delle recensioni non autentiche (“*We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication*”) e di chiarire ai propri dipendenti/collaboratori che non potevano pubblicare recensioni sui servizi di

¹⁴ Cfr., in particolare, la segnalazione di Codacons, pag. 3.

¹⁵ *[Omissis]*.

¹⁶ *[Omissis]*.

¹⁷ *[omissis]*.

¹⁸ Cfr., ad esempio, l’allegato 5, pag. 3, della risposta di TrustPilot del 5 giugno 2023 e l’e-mail inviata da *[omissis]* a *[omissis]* il 6 marzo 2023, h. 17.34. Cfr. altresì la segnalazione di un consumatore del 31 marzo 2023 (prot. n. 33114), che allega una bozza di transazione (che afferma comunque di aver dovuto firmare) ove è presente la seguente clausola: “[*omissis*]- *Le Parti di comune accordo convengono che [omissis] in caso di mancata cancellazione di precedenti pubblicazioni, i Committenti dovranno corrispondere in favore di Facile Ristrutturare S.p.A. una penale convenzionalmente pattuita nella misura di [omissis] per ogni singolo episodio di violazione accertata da Facile Ristrutturare S.p.A. e con riserva di agire per il risarcimento del maggior danno subito in conseguenza di dette violazioni*”. Cfr. anche la transazione conclusa il 22 febbraio 2023 tra FR e *[omissis]* (doc. isp. 51) e la segnalazione del 27 marzo 2023 (prot. n. 31437).

FR, anche ove ne avessero fruito come clienti (“*Please also make it clear to staff that, as per our guidelines, they’re never allowed to review the company they work for, even if they’ve bought something or otherwise had an experience*”).

A distanza di oltre un anno, il 6 gennaio 2023, TP ha inviato a FR una seconda lettera di *Cease & Desist*, ove ha indicato di aver nuovamente identificato e rimosso, nel periodo compreso tra il 1° agosto 2022 e il 5 gennaio 2023, numerose recensioni false e/o sospette¹⁹. In particolare, alla citata risposta di TP del 5 giugno 2023 sono state allegare più di [100-400] recensioni positive ritenute non autentiche²⁰.

27. Nella risposta alla richiesta di informazioni, pervenuta il 30 maggio 2023, Opinioni.it ha dichiarato di aver “*riportato solo alcuni degli esempi di indirizzi IP incrociati tra utenti. Alla data del 12 maggio 2023, sono [100-400] le opinioni respinte perché l’IP era comune ad altri utenti*”²¹ e che “*nei mesi di novembre e dicembre 2022 c’è stato il picco massimo di tentativi di pubblicazioni di opinioni del brand Facile Ristrutturare. In quel periodo abbiamo bloccato moltissimi indirizzi IP e moltissime opinioni venivano bloccate automaticamente evitando il salvataggio a database. Questo trend di pubblicazioni si è presentato anche a gennaio 2023, andando a diminuire da febbraio 2023*” (sottolineatura aggiunta)²².

28. In particolare, Opinioni.it ha indicato, a seguito di verifiche interne, di aver ricondotto direttamente numerose recensioni ad almeno [5-20] dipendenti/ collaboratori di FR (tra questi ci sono [1-5] utenti iscritti alla piattaforma di recensioni con indirizzo *email facileristrutturare.it*)²³. La prima segnalazione pervenuta alla piattaforma, il 17 luglio 2019, ha riguardato “[I]a recensione dell’utente [omissis] [sulla] società Facile Ristrutturare, inserita in data 21/03/2019, [che] risulta essere falsa infatti il signor [omissis] è un dipendente della stessa società come lo si evince dall’elenco dei propri professionisti pubblicato sul sito della società stessa”. Sul punto, Opinioni.it ha riportato lo *screenshot* del profilo LinkedIn di [omissis] dal quale risulta: “*Architetto progettista presso Facile Ristrutturare*”, con esperienza “*Facile Ristrutturare - A contratto - mar[zo] 2018 - presente 5 anni 3 mesi*”: si tratta dunque di una collaborazione in corso a maggio 2023. Opinioni.it riferisce altresì che diversi altri collaboratori (attuali o precedenti) di FR hanno pubblicato, tramite i suoi servizi, recensioni non autentiche. A mero titolo esemplificativo e rinviando per il resto alla richiamata risposta, Opinioni.it ha citato i signori [omissis], dipendente di Advertoo S.r.l., società controllata al 100% da Renovars, [omissis], i cui profili LinkedIn richiamano la collaborazione con FR²⁴. In particolare, riguardo all’ “*Utente [omissis]*”, Opinioni.it ha indicato che “[q]uesto utente

¹⁹ Cfr. allegato 2, pag. 5 della risposta di TP “**Current situation** *Despite your attempts to rectify the situation we are still seeing a substantial amount of reviews which are being removed by our fraud detection engines for fake or suspicious patterns, such as: [omissis]*”, che “*our system has identified an unusual inflow of reviews on your Trustpilot business profile that started in August 2022 and peaked in December 2022, with a significant number of reviews being received during that time*” e che “*The reviews we have identified and removed [...] are predominantly reviews that we can link to your business sites. Most reviews are tied to the following locations you operate in: Bari in the Puglia region - Naples in the Campania region - Latina in the Lazio region - Catania in Sicily*”.

²⁰ Cfr. allegato 3, pagg. 38-62.

²¹ Cfr. pag. 36 della risposta.

²² Cfr. pag. 52 della risposta.

²³ Cfr. pagg. 39 ss. della risposta di Opinioni.it: [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it e [omissis]@facileristrutturare.it; [omissis].

²⁴ Cfr. gli *screenshot* dei profili LinkedIn riportati nella risposta di Opinioni.it.

presenta incroci di indirizzi IP con altri utenti (in pratica, come per gli esempi di cui sopra, lo stesso IP dell'utente che amministra il brand Facile Ristrutturare è stato utilizzato da utenti che hanno scritto opinioni positive per Facile Ristrutturare)"²⁵. Inoltre, [omissis] risulta, ancora a maggio 2023, "Area manager centro Italia - Facile Ristrutturare Business partner"²⁶: si tratta, anche in questo caso, di una collaborazione in corso a maggio 2023²⁷.

29. Infine, conformemente alla risposta alla richiesta di informazioni inviata da TrustPilot, anche quella di Opinioni.it si riferisce alle sedi FR di Napoli (su cui v. *infra*) e Catania²⁸, nonché a un collaboratore della sede di Latina²⁹.

30. Successivamente, il 21 luglio 2023, è stata inviata a Opinioni.it una seconda richiesta di informazioni. In essa, si è fatto presente che nel file "FR excel", allegato alla prima risposta, nello sheet "Utenti collegati a IP", comparivano nominativi/indirizzi e-mail di almeno undici soggetti che appaiono dipendenti/collaboratori dei Professionisti³⁰. La collaborazione con i Professionisti è risultata, in un caso, dall'estensione dell'indirizzo e-mail [omissis]@renovars.com e negli altri dal contenuto delle pagine <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/> e https://www.facileristrutturare.it/responsabile_tecnico/, che riportano l'elenco degli architetti collaboratori e degli store manager di FR³¹. Secondo quanto hanno affermato dai Professionisti nella Memoria Finale³², due di essi (gli architetti [omissis]) avrebbero sì pubblicato recensioni positive, ma nella veste di "consumatori".

31. In proposito, secondo quanto ha indicato Opinioni.it nella propria risposta del 26 luglio 2023, questi nominativi/indirizzi e-mail presentano "incroci di IP" con soggetti che hanno pubblicato opinioni positive su FR ritenute non autentiche³³. In particolare, si tratta, in alcuni casi, di "opinioni ricorsive, pubblicate a poche ore di distanza con dati di pubblicazione identici (IP, useragent, ISP, Nazione, Località)"³⁴. Sul punto, a mero titolo esemplificativo e rinviando alla risposta di

²⁵ Cfr. pag. 36 della risposta di Opinioni.it.

²⁶ "A tempo pieno mar[zo] 2017 - Presente 6 anni 3 mesi – Account Manager Facile Ristrutturare – A tempo pieno mar[zo] 2017 - Presente 6 anni 3 mesi".

²⁷ Dalle verifiche svolte da Opinioni.it oltre ai dipendenti collaboratori di FR sopra menzionati (cui devono essere aggiunti [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it) risultano aver pubblicato recensioni positive su FR tramite Opinioni.it, ad esempio, i seguenti dipendenti/ collaboratori dei Professionisti: [omissis]. Secondo quanto affermato a pag. 18, nota 8, della Memoria Finale hanno pubblicato tramite Opinioni.it recensioni positive i seguenti dipendenti/collaboratori dei Professionisti in qualità di consumatori: "[omissis] (quest'ultima, peraltro, è anche utente amministratore che può rispondere ai commenti del brand Facile Ristrutturare)".

²⁸ Cfr. le seguenti recensioni trascritte a pagg. 46 e 47 della risposta di Opinioni.it: "Una coppia di cari amici ha ristrutturato la propria casa con Facile Ristrutturare (Catania). Sono rimasta meravigliata rientrando nell'appartamento alla conclusione dei lavori, sembra tutta un'altra cosa!" e "Ho ristrutturato la mia casa con Facile Ristrutturare di Catania. Sono super soddisfatto di come l'architetto assegnatomi mi ha accompagnato in questo percorso, dal sopralluogo fino alla consegna e di come l'impresa ha lavorato in tempi super veloci e con cura del dettaglio".

²⁹ "Testo utente [omissis] [...] Consiglierei fortemente Facile Ristrutturare, l'ho già fatto con mia nipote che ora sta ristrutturando con loro e si sta trovando molto bene, le hanno affidato un architetto su Latina molto giovane e competente, oltre che disponibile come il mio", cfr. pag. 3 della risposta di Opinioni.it.

³⁰ [Omissis].

³¹ Cfr. le rilevazioni effettuate il 19 e 20 luglio, nonché il 18 settembre 2023 sul sito di FR.

³² Cfr. pag. 18, nota 8, della Memoria Finale.

³³ L'indirizzo [omissis]@yahoo.it - [omissis] presenta pure "un'opinione pubblicata con la login [omissis]".

³⁴ Cfr., ad esempio, quanto affermato a pagg. 25 ss. e 34 ss., della risposta.

Opinioni.it, si veda quanto riferito riguardo a un architetto collaboratore e a uno *store manager* di FR (*arch. [omissis]@gmail.com* username: *[omissis]*, località Bari³⁵ e *[omissis]@gmail.com - [omissis]*, località Napoli³⁶).

32. Inoltre, conformemente alla risposta alla richiesta di informazioni inviata da TrustPilot, anche la seconda risposta di Opinioni.it si riferisce alla sede FR di Bari³⁷.

33. Con riferimento a entrambe le risposte di Opinioni.it - cui i Professionisti hanno avuto accesso il 2 agosto 2023 - i nominativi di diversi collaboratori ivi citati risultano ancora rinvenibili, alla data del 18 e del 25 settembre 2023, a partire dalle pagine <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/> e https://www.facileristrutturare.it/responsabile_tecnico³⁸.

35 “*arch.[omissis]@gmail.com* username: *[omissis]* [...] Questo utente non ha alcuna opinione pubblicata con la login *[omissis]* - presenta due incroci di IP: *[omissis]*. In entrambi gli indirizzi IP compare l'utente con login *[omissis]* con [...] dati registrati da Facebook. Questo utente ha pubblicato l'opinione n. *[omissis]* sul brand Facile Ristrutturare in data *[omissis]/03/2022* alle ore *[omissis]* dall'indirizzo IP *[omissis]* [...] nazione: IT, località Bari”. L'opinione scritta riporta come titolo: “*Professionalità, serietà e qualità*” e come contenuto: “*Ho ristrutturato la mia casa con Facile Ristrutturare sede Bari, li ho conosciuti tramite Business Partner, ho trovato da subito delle persone molto cordiali e gentili, successivamente una volta ottenuto un preventivo soddisfacente e coerente con le mie esigenze si è partiti con il cantiere che è stato gestito con professionalità e puntualità su ogni richiesta. Il direttore dei lavori un'ottima Architetta ha portato avanti i lavori in sinergia con le ditte assolutamente eccellenti. Miracolo dei miracoli la casa è stata consegnata con anticipo rispetto alla data stabilita e dunque cosa dire di più'. Grazie ancora, da consigliare assolutamente.*
Vantaggi Grandissima professionalità
Svantaggi Non ho avuto nessun tipo di disagio
Consigliaresti ad un amico Sì”.

36 “[*omissis]@gmail.com* *[omissis]* [...] Questo utente non ha alcuna opinione pubblicata con la login *[omissis]*- presenta otto incroci di IP: [...] Con l'indirizzo IP *[omissis]* sono presenti due opinioni sul brand Facile Ristrutturare scritte da: *[omissis]* email *[omissis]@gmail.com*; - Email *[omissis]@yahoo.it* Nome *[omissis]* Cognome *[omissis]* Email [...] Città Napoli [...]”
Opinione pubblicata da *[omissis]* il *[omissis]/10/2021* alle ore *[omissis]* ID: *[omissis]* Titolo: ottimo servizio IP: *[omissis]* Risoluzione: 2880x1800 ISP: Telecom Italia Business Tipo Connessione: Cable/DSL Nazione: IT Località: Naples.
L'opinione scritta riporta come titolo: “*Ottima azienda*” e come contenuto: “*Ho scelto l'azienda per il poco tempo a disposizione e per il servizio offerto con a capo un tecnico. Il risultato ottenuto è stato sopra le mie aspettative, non sono mancati i cambiamenti in corso e gli imprevisti ma tutto gestito con supervisione, controllo e trasparenza. Dopo anni sono ancora soddisfatta, soprattutto della cortesia che ancora oggi trovo nell'arch. [omissis] che mi supporta senza riserve in ogni cosa. Hanno, rispettando tempi e costi, realizzato le mie richieste e le mie esigenze. La consiglieri ancora oggi, senza riserve.*
Vantaggi efficiente
Svantaggi nessuno
Consigliaresti ad un amico Sì”.

Opinione pubblicata da *[omissis]* il *[omissis]/11/2022* alle ore *[omissis]* ID: *[omissis]* Titolo: lavori 2023 IP: *[omissis]* Risoluzione: 1920x1080 ISP: Telecom Italia Business Tipo connessione: Cable/DSL Nazione: IT Località: Naples
[L'opinione scritta riporta come titolo: “*lavori 2023*” e come contenuto: “*Prima di affidarmi a Facile Ristrutturare ho fatto diversi preventivi e incontrato diversi architetti, la formula del chiavi in mano per me che lavoro molto l'ho trovata impagabile. Sono stata seguita in appuntamento e poi nell'ufficio di Via [omissis] dall'architetto e la sua responsabile, mi hanno illustrato progetto e preventivo e fatto un'ottima impressione oltre che una presentazione che mi ha emozionata! Prossima settimana andiamo a scegliere i materiali per iniziare i lavori al più presto. Vi aggiornerò sui lavori!*
Vantaggi seguita su tutto
Svantaggi ancora nessuno
Consigliaresti ad un amico Sì”] L'indirizzo IP di questi due utenti era comune all'utente richiestoci: *[omissis]*”.

Sempre a titolo di esempio, *[omissis]* è uno degli *store manager* dei Professionisti per cui sono stati richiesti ulteriori approfondimenti a Opinioni.it. e per cui la piattaforma indica, nella citata risposta, che “*con il medesimo indirizzo IP associato alla login [omissis] troviamo un altro utente (da Voi richiesto in questa PEC) [omissis]@gmail.com [omissis]* [altro collaboratore di FR oggetto della richiesta e] [c]on l'indirizzo IP *[omissis]* sono presenti due opinioni [positive] sul brand Facile Ristrutturare” (cfr. pagg. 11 ss., della risposta di Opinioni.it del 26 luglio 2023).

³⁷ Cfr. la recensione riportata alla precedente nota n. 27.

³⁸ Riguardo alla prima risposta di Opinioni.it si vedano, ad esempio, i seguenti nominativi: *[omissis]*.

34. In questo contesto, i Professionisti hanno dichiarato, nella Memoria Difensiva e in quella Finale, di aver avviato, “*a valle dei rilievi sollevati dai segnalanti, nonché delle misure attuate dalle Piattaforme*”³⁹, indagini interne per verificare l’autenticità delle recensioni pubblicate su Trustpilot e Opinioni.it. *[Da tali indagini è emerso che un certo numero di recensioni positive erano riconducibili a casi “dubbi” ([10-30] casi), per cui i clienti hanno rappresentato di non aver personalmente scritto loro la recensione (tutte concentrate presso un’unica sede). Dunque, FR si è recata presso lo Show Room di Napoli per ottenere informazioni da alcuni collaboratori della Società (in particolare [2-10] Store Manager e [10-20] architetti) cui erano riconducibili i cantieri recensiti nelle [10-30] recensioni dubbie. All’esito di tale verifica, la Società ha appurato che [1-5] recensioni erano riconducibili a propri collaboratori]*⁴⁰ [Omissis].

(ii) *L’impiego del dato “98% di clienti soddisfatti”.*

35. Con riferimento al *claim* “98% [di] clienti soddisfatti”, utilizzato dai Professionisti nelle loro comunicazioni commerciali, non sono stati chiariti i criteri di definizione. In proposito, da rilevazioni effettuate d’ufficio, è risultato che il *claim* “98% [di] clienti soddisfatti” era stato impiegato nella comunicazione commerciale diffusa da FR alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>⁴¹. Tale *claim* era diffuso tramite una pagina chiaramente riferibile ai Professionisti, ove era agevolmente raggiungibile con un rapido *scroll*, ed era enfatizzato nell’ambito dell’importante *partnership* con la Nazionale di calcio e la FIGC⁴².

36. Sul punto, le evidenze ispettive hanno confermato che il dato reale di soddisfazione dei clienti di FR era ben lontano dalla percentuale del 98% pubblicizzata dai Professionisti.

37. Anzitutto, nel verbale ispettivo del 23 marzo 2023 e nel suo allegato 1 sono contenute le dichiarazioni: (a) del dott. [omissis], direttore *marketing* del gruppo Renovars S.p.a. e amministratore delegato di Advertoo S.r.l., controllata al 100% da Renovars S.p.A., il quale ha dichiarato, riguardo al *claim*: “98% [di] clienti soddisfatti”, che “*si tratta di un dato vecchio, antecedente alla mia gestione, di cui non ero a conoscenza*”⁴³ e (b) del dott. [omissis], responsabile della *Customer Experience* di Renovars, il cui ufficio svolge anche assistenza ai clienti e gestione degli avvisi dei clienti per FR, il quale ha dichiarato: “*di non aver fornito i dati a sostegno della dicitura “98% [di] clienti soddisfatti”*”; inoltre, ha precisato che: “*tale dato, in ogni caso, non è stato fornito dall’Ufficio Customer Experience che dirige*”.

38. Inoltre, anche alcuni documenti ispettivi riguardanti specificamente la percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di FR, nel corso del 2022 e nei primi mesi del 2023 (di seguito citati a mero

³⁹ Cfr. quanto testualmente affermato nella Memoria Difensiva, pag. 8.

⁴⁰ Cfr. pagg. 8 e 9 della Memoria Difensiva; cfr. quanto analogamente affermato a pag. 11 della Memoria Finale.

⁴¹ Cfr. le rilevazioni effettuate alla richiamata pagina in data 27 febbraio, 7 e 16 marzo 2023, acquisite agli atti del presente procedimento.

⁴² Cfr. le rilevazioni effettuate d’ufficio ad esempio il 7, il 16 e il 22 marzo 2023, alla citata pagina, dove comparivano le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella (noti testimonials di FR). L’importanza di tale *partnership* è provata, anche dalla circostanza che la stessa, al 12 settembre e al 22 novembre 2023, è ancora pubblicizzata sulla *home page* del sito di FR e dal fatto che la rivista cartacea “*Facile Ristrutturare Magazine n. 12 – La nostra azienda*”, reperita in ispezione (doc. isp. cartaceo n. 2.4) riportava sulle copertine le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella.

⁴³ Il dott. [omissis] dichiara di aver assunto la responsabilità dell’attività di *marketing* di Facile Ristrutturare S.p.A., curandone le campagne di comunicazione *on line* e *off line* inclusa la pubblicità, a [omissis] 2021.

titolo esemplificativo) hanno confermato ulteriormente, in maniera inequivocabile, la non correttezza e falsità del predetto *claim*. Rilevano, in particolare, i seguenti documenti:

(A) dal doc isp. “VOC REPORT - Consuntivo 2022” (datato 27 gennaio 2023⁴⁴), è emerso, rispetto ai servizi effettuati da FR, che:

(i) dalle “interviste effettuate feb[braio]-dic[embre] 2022” i “Detractor” sono circa il [50-70%], i “Passive” circa il [10-30%] e i circa “Promoter” il [10-30%] ([omissis])⁴⁵;

(ii) il dato dei clienti che i Professionisti (rispettivamente per il “Voto medio domanda finale qualità 2022”⁴⁶ e per il “Voto medio domanda finale qualità + 60 2022”⁴⁷, cioè 60 giorni dopo la conclusione del cantiere) definiscono “Completamente insoddisfatti” varia tra il [20-40%] e il [20-40%] e quello dei clienti “Completamente soddisfatti” tra il [10-30%] e il [10-30%]. Dunque, anche a voler ritenere “soddisfatti”, per ipotesi, tutti i clienti diversi da quelli “Completamente insoddisfatti”, il dato di soddisfazione non può superare il [50-70%];

(iii) il voto medio finale di qualità (risposta alla domanda “Consigliaresti FR a parenti e amici?”) oscilla, nel periodo febbraio-dicembre 2022, tra [4-6/10] (“Voto medio domanda finale qualità 2022”, per cui risultano Detractor [50-70%], Passive [10-30%] e Promoter [10-30]) e [4-6/10] (“Voto medio domanda finale qualità + 60 2022”, per cui risultano Detractor [50-70], Passive [10-30] e Promoter [10-30]).

Fig. 1 e 2 “VOC REPORT - Consuntivo 2022” - Voto medio domanda finale qualità 2022 e Voto medio domanda finale qualità + 60 2022

[OMISSIS]

[OMISSIS]

(B) Nel doc. ispettivo “Report CX FR - [omissis]FR Gennaio 2023” (datato 6 febbraio 2023⁴⁸), alla domanda “Con quale possibilità consiglierebbe Facile Ristrutturare ad amici e parenti?” risponde positivamente il [10-30%] degli intervistati, un altro [10-30%] si dichiara neutrale e il [50-70%] risponde negativamente. Sempre secondo il citato documento, nel mese di gennaio 2023 i “Detractor” sono stati il [40-60%] contro il [50-70%] di dicembre 2022; i “Passive” il [10-30%] a gennaio 2023 contro il [10-30%] a dicembre 2022; i “Promoter” il [10-30%] a gennaio 2023 contro il [10-30%] a dicembre 2022. Dunque, per i mesi di dicembre 2022 e gennaio 2023 anche a voler sommare, come ipotesi, il dato dei clienti “Promoter” e quello dei clienti “Passive”, la percentuale di soddisfazione appare rispettivamente del [40-60%] e del [40-60%] e dunque decisamente lontana dal dato pubblicizzato del 98%.

⁴⁴ Doc. isp. 233.

⁴⁵ Cfr. pag. 5 del documento. A pag. 4 è riportato il dato quantitativo delle interviste: [5.000-15.000] “interviste EFFETTUATE dallo 01/02/2022 al 31/12/2022”.

⁴⁶ Secondo questo documento nel 2022 sono state condotte, riguardo a questo aspetto [2.000-4.000] interviste di qualità e in [500-1500] casi il cliente ha rilasciato un commento spontaneo per valorizzare il voto (cfr. pag. 14).

⁴⁷ Secondo questo documento nel 2022 sono state condotte, riguardo a questo aspetto [2.000-4.000] interviste di qualità e in [500-1.500] casi il cliente ha rilasciato un commento spontaneo per valorizzare il voto (cfr. pag. 15).

⁴⁸ Doc. isp. 29.

(C) Nel doc. ispettivo “VOC REPORT - GENNAIO 2023” (datato 7 febbraio 2023⁴⁹) dalle “interviste effettuate [a] gennaio 2023” i “Detractor” sono circa il [50-70%], i “Passive” circa il [10-30%] e i “Promoter” circa il [10-30%] ([omissis]).

(D) Nel documento ispettivo “VOC REPORT - febbraio 2023” (datato 10 marzo 2023⁵⁰):

(i) “dalle interviste effettuate a febbraio 2023” i “Detractor” risultano circa il [50-70%], i “Passive” circa il [10-30%] e i “Promoter” circa il [10-30%] ([omissis]);

(ii) sia per il “Voto medio domanda finale qualità febbraio 2023”⁵¹ sia per il “Voto medio domanda finale qualità + 60 febbraio 2023” i Professionisti commentano che “[omissis]” (nel primo caso: cliente “Completamente insoddisfatto [10-30%]” e “Completamente soddisfatto [10-30%]”; nel secondo “Completamente insoddisfatto [10-30%]” e “Completamente soddisfatto [10-30%]”)⁵². In particolare, in relazione al “Voto medio domanda finale qualità febbraio 2023”, i Detractor sono il [40-60%], i Passive sono il [20-40] e i Promoter sono il [10-30%]; riguardo al “Voto medio domanda finale qualità + 60 febbraio 2023”, i Detractor sono il [40-60%], i Passive sono il [10-30%] e i Promoter sono il [10-30%]. Pure tali dati appaiono dunque incompatibili con quello di soddisfazione del 98% contestato in avvio.

39. Secondo quanto affermato nella Memoria Difensiva, il *claim* in esame “è rimasto online a partire dal 24 dicembre 2022 [senza tuttavia provare tale decorrenza] ed è stato eliminato dalla relativa pagina in data 26 marzo 2023”, cioè tre giorni dopo l’ispezione dell’Autorità.

40. Quanto sopra dimostra la scorrettezza del *claim* “98% [di] clienti soddisfatti” sulla base della stessa documentazione interna reperita in ispezione presso i Professionisti.

B) L’applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata (“Pratica commerciale sub B”)

41. Secondo la richiamata segnalazione di Codacons e un’altra segnalazione⁵³, FR avrebbe aumentato il prezzo delle forniture dei materiali acquistati suo tramite dai consumatori presso i propri fornitori *partner* in caso di applicabilità dell’aliquota agevolata IVA del 10% in luogo di quella ordinaria al 22%. In particolare, le richiamate segnalazioni hanno descritto questo meccanismo di acquisto dei materiali di finitura: FR avrebbe fatto sottoscrivere ai consumatori “una proposta commerciale emessa direttamente dal fornitore dei materiali, ma intestata a Facile Ristrutturare quindi con l’IVA al 22%”; successivamente, “Facile Ristrutturare si riappropria dell’aspetto riscossione. Riemette quindi un preventivo proprio e stacca una fattura al cliente con l’IVA al 10%. Il prezzo complessivo dovrebbe quindi scendere rispetto a quello con l’IVA al 22%, invece rimane invariato!”; in questo modo FR ha aumentato il prezzo imponibile al netto dell’IVA, “azzerando” il vantaggio che il consumatore avrebbe potuto trarre dall’applicazione dell’IVA agevolata al 10%. La conferma dell’applicazione di un costo ulteriore e non dichiarato al consumatore, in caso di IVA al 10%, secondo questa segnalazione, sarebbe rinvenibile nelle “Linee guida per i collaboratori” di FR.

⁴⁹ Doc. isp. 236.

⁵⁰ Doc. isp. 234 e 235.

⁵¹ Pag. 5 del documento.

⁵² Pagg. 14 e 15 del documento.

⁵³ Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio.

Sull'applicazione di tale costo, tra la fine di febbraio e l'inizio di marzo 2023, FR si era limitata ad affermare, in modo del tutto generico nella FAQ, "Come viene gestito l'acquisto dei materiali?" (pubblicata sul proprio sito), che "Facile Ristrutturare applica generalmente un mark-up alle vendite dei prodotti"⁵⁴, senza alcun ulteriore chiarimento e specificazione.

Reclami rinvenuti in ispezione e segnalazioni pervenute all'Autorità

42. In proposito, nel corso dell'ispezione è stato rinvenuto il documento citato in avvio⁵⁵, denominato "Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori". Conformemente a quanto contestato, il par. 6 delle "Linee guida per i collaboratori", intitolato "Perché sono emerse incongruenze nella fatturazione dei materiali, con modifiche dell'imponibile in corso d'opera?", afferma che: "Le operazioni sono sempre state pienamente conformi alla normativa vigente e non pregiudizievoli per il cliente. Nello specifico, i clienti possono scegliere in autonomia se gestire personalmente l'acquisto dei materiali (pagando l'IVA al 22%), oppure affidarne la gestione a Facile Ristrutturare (a cui si applica un'imposizione pari al 10%). Per i clienti che sceglievano di appoggiarsi alla gestione di Facile Ristrutturare, si applicava come da policy aziendale condivisa con il cliente un ricarico del 10%. Il costo finale per il cliente rimaneva dunque il medesimo. Per rendere ancor più trasparente e chiaro il processo, nei mesi scorsi abbiamo avviato una revisione e, a partire dal 1° gennaio 2023, abbiamo introdotto modelli di fatturazione ancora più chiari per il cliente" (sottolineatura aggiunta).

43. Inoltre, dai documenti ispettivi sono rinvenibili almeno tre reclami di consumatori inerenti tale problematica, dai quali emerge chiaramente l'applicazione unilaterale e non dichiarata di tale costo, che si riportano in nota a titolo puramente esemplificativo⁵⁶.

⁵⁴ Cfr. le rilevazioni effettuate alla pagina <https://www.facileristrutturare.it/faq/> il 27 febbraio ed il 7 marzo 2023.

⁵⁵ E-mail del 4 febbraio 2023, h. 8.13 di [omissis], rinvenuta in ispezione, per l'invio alla rete dei collaboratori di FR.

⁵⁶ (1) E-mail 23 febbraio 2023 h. 19:33:50 da @gmail.com a [omissis]@facileristrutturare.it "come da intese con la videotelefonata con l'arch. [omissis] e arch. [omissis], sono a scrivere la presente mail in merito ai costi di gestione che sono stati applicati all'acquisto dei materiali di «finitura» (porte, piastrelle, pavimenti, rubinetteria, mobili bagno, ecc.). **Costi di gestione che non mi erano stati esposti e che in effetti non sono riportati in alcun modo nel contratto e da me firmato nel Novembre 2022. Inoltre durante la telefonata ricevuta il 22/02/'23 dalla Facile Ristrutturare S.p.A. di Roma a cui ho esposto la questione mi è stato detto che: per puntare al soddisfacimento del cliente e poiché il contratto è ante 2023, si sarebbe potuto venire incontro applicando uno sconto del 50% a tali spese**" (grassetto aggiunto).

(2) E-mail del 28 febbraio 2023, da [omissis]@pec.ording.roma.it a A: facileristrutturaespa@pec.it "FA FEDE L'IMPONIBILE RIPORTATO SUL PREVENTIVO DI [omissis] UTILIZZATO PER LA CONFERMA D'ORDINE E NON QUELLO RIPORTATO SUL PRO FORMA CON VOSTRA CARTA INTESTATA IN CUI E' STATO UNILATERALMENTE MAGGIORATO SENZA ALCUN RIFERIMENTO A CONDIZIONI CONTRATTUALI O NORMATIVE CHE DI FATTO NON SUSSISTONO. [...] vi sollecito nuovamente a procedere con il rimborso di quanto indebitamente addebitato nella sua interezza, in quanto è bene ribadirlo ulteriormente, l'irregolarità contestata è nell'aver innalzato l'imponibile di riferimento su cui applicare l'iva prevista da decreto al 10% come riportato nello schema già condiviso e che per comodità riporto nuovamente a seguire".

	CONFERMA ORDINE [omissis]	FATTURA FACILE RISTRUTTURARE	DELTA
IMPONIBILE	11.529,55	12.787,32	1.257,77
IVA	2.536,50	1.278,73	1.257,77
NETTO IN FATTURA	14.066,05	14.066,05	
% IVA	22%	10%	

E-mail del 22 febbraio 2023 10:41 da [omissis]@pec.ording.roma.it a Facileristrutturaespa@pec.it "Rimango in attesa di riscontro sul tema dell'errata imputazione iva [...] Non ci sono dubbi da fugare, fa testo l'imponibile riportato nella conferma d'ordine inviata ad [omissis] e che dalla vostra società è stato senza giustificazione maggiorato" (grassetto nell'originale). Con riferimento a quest'ultimo caso [omissis] scrive, tra gli altri, a [omissis] (mail 22 febbraio 2023 14:49 rinvenuta in ispezione) "L'imponibile che il cliente si aspettava era di 11.529,55 diversamente dai 12.787,32 che gli sono

44. Nel corso dell'ispezione sono stati, altresì, acquisiti, presso la sede dei Professionisti, tre preventivi riguardanti il 2022 da cui si evince chiaramente l'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali per le ristrutturazioni in caso di loro acquisto tramite FR. In particolare, si tratta del: (i) "preventivo [omissis] del [omissis]/08/2022 totale complessivo IVA esclusa € 17.134,06" a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di € 15.448,74 e un importo con IVA al 22% di € 18.847,46⁵⁷ (aggiungendo a 17.134,06 il 10% di IVA agevolata si ottiene € 18.847,46); (ii) "preventivo del [omissis]/11/2022 totale complessivo IVA esclusa € 13.773,01", a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di € 12.418,29 e un importo con IVA al 22% di € 15.150,31⁵⁸ (aggiungendo a 13.773,01 il 10% di IVA agevolata si ottiene € 15.150,31) e (iii) "preventivo del [omissis]/12/2022 totale complessivo IVA esclusa € 8.594,83", a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di € 7.749,44 e un importo con IVA al 22% di € 9.454,31⁵⁹ (aggiungendo a 8.594,83 il 10% di IVA agevolata si ottiene € 9.454,31).

45. Ulteriormente, dal 24 marzo 2023, sono pervenute all'Autorità almeno ventisei segnalazioni di consumatori che hanno tutte lamentato l'aumento unilaterale e non dichiarato dell'imponibile dei materiali per le ristrutturazioni in caso di acquisto tramite FR con sconto in fattura del 50%⁶⁰.

46. In particolare, secondo una segnalazione pervenuta all'Autorità⁶¹ riguardante un contratto di appalto concluso a gennaio 2021, "è stato applicato il 10,7% di maggiorazione sulle fatture di finiture (infissi e pavimenti vari) che l'architetto [omissis] di Facile Ristrutturare (che ci seguiva il cantiere) ci motivò come interessi bancari su una mail di risposta, cosa che comunque né sul

stati fatturati. Ti preciso che è un preventivo sconto in fattura. Di seguito un prospetto riepilogativo di quanto dovrà essere rimborsato al cliente (Euro 692)".

(3) E-mail da [omissis] del 22 marzo 2023 con allegata la diffida inviata dall'avv. [omissis] per conto dei "Sig.ri [omissis] di agire giudiziariamente nei Vostri confronti onde ottenere la restituzione della somma di € 3.322,90 quale differenza fra l'IVA al 22% e l'IVA al 10% versata con riferimento al contratto di appalto stipulato il 28 gennaio 2021 (All.1). Infatti, in occasione del pagamento da questi corrisposto alla Facile Ristrutturare SPA che ha fatto da intermediario per l'acquisto dei materiali presso il negozio [omissis] di Roma, di cui alla fattura n.7514 del 17/03/2021 (All.2), la somma di €27.691,01 per la merce al netto dell'IVA è stata illegittimamente gonfiata al fine di far figurare nella fattura il 10% di IVA laddove i miei clienti hanno corrisposto effettivamente il 22% di IVA, per un totale di €33.783,03 (All.3)" (enfasi aggiunte).

⁵⁷ Doc. isp. cartaceo 2.5.

⁵⁸ Doc. isp. cartaceo 2.7.

⁵⁹ Doc. isp. cartaceo 2.6.

⁶⁰ Si vedano le seguenti segnalazioni, a titolo di esempio.

(1) Segnalazione - 13 aprile 2023 (prot. n. 36219): preventivo ceramiche [omissis] del 26 febbraio 2022 (intestato a FR e firmato dalla consumatrice) per un totale di **6089,56 €** al netto dell'IVA al 22%, 7429,26 € applicando l'IVA al 22%; preventivo n. 907/2022 del 9 maggio 2022 - fornitore ceramiche [omissis] "Totale complessivo IVA esclusa €6.753,88" che, aggiunta IVA al 10% dà come risultato 7429,26.

(2) Segnalazione - 12 aprile 2023 (prot. n. 35933): preventivo [omissis] del 4 gennaio 2021 (intestato a FR per conto del cliente e firmato da quest'ultimo) **9.761,20 €** al netto dell'IVA (sulla base di un calcolo con applicazione di IVA al 22% il costo totale sarebbe 11.908,67 €); preventivo FR dell'11 gennaio 2021 (firmato dal consumatore) per **10.826,06 €** IVA esclusa; fattura n. 907 del 20/01/2021 di FR "Imponibile: **10.826,06 €** IVA: 1.082,61 € Subtotale: 11.908,67 €".

(3) Segnalazione - 3 aprile 2023 (prot. n. 33401): preventivo [omissis] dell'11 luglio 2022 (intestato a FR per conto del cliente e da quest'ultimo firmato), **imponibile 7155,51 €** con IVA al 22% per un totale di 8729,72 €; proforma n. 24919 del 10 agosto 2022 di FR "Imponibile: **7.936,11 €**, IVA: 793,61 €, Subtotale: 8.729,72 €".

(4) Segnalazione - 4 aprile 2023 (prot. n. 33968): preventivo [omissis] del 23 gennaio 2021 (intestato a FR per conto del cliente e da quest'ultimo firmato) **imponibile 15.617,58 €** con IVA al 22% per un totale di 19.053,45 €; Preventivo n. 128/00 del 17 maggio 2021 di FR "totale complessivo IVA esclusa **17.321,32**" (firmato dal cliente); Fattura di FR n. 17216 del 19/05/2021 "Imponibile: **17.321,32 €**, IVA: 1.732,13 €, Subtotale: 19.053,45 €".

⁶¹ Prot. n. 31438 del 27 marzo 2023.

contratto né a voce ci era mai stato anticipato". Secondo la citata e-mail allegata alla segnalazione, ed inviata da [omissis]@facileristrutturare.it al segnalante il 29 marzo 2021: "Vi giro il preventivo di [omissis], funziona così: dovete guardare i prezzi senza iva, aggiungere il 10,7% di interessi bancari, dividere per due e aggiungere iva al 10%".

47. Secondo un'altra segnalazione⁶², riguardante un contratto di appalto concluso a maggio 2022, i consumatori avrebbero "rilevato un aumento del 10,91% dell'imponibile nelle fatture relative a forniture acquistate tramite Facile Ristrutturare presso fornitori partner, del quale non eravamo mai stati informati. Abbiamo contattato l'azienda chiedendo il rimborso dell'aumento immotivato ma non abbiamo mai avuto risposta".

48. In un'ulteriore segnalazione riguardante un contratto di appalto concluso a maggio 2022, il consumatore afferma testualmente: «Allegato «materiale rifiniture»: Fornitore consigliato da FR. In alto vi è la fattura consegnataci dal fornitore dopo aver scelto i vari materiali (piastrelle, rubinetteria, vasca, doccia...) in cui vi è un imponibile di 16.282,76 con iva al 22% (3.582,21) e un totale di 19.864,97. In basso, invece, è riportato il proforma con un imponibile superiore 18.059,06 (rispetto al fornitore) ed iva al 10% (1.805,91) e un totale che coincide con quello del fornitore. In questo caso poi il pagamento era sul 50% del totale.

Allegato «condizionatori»:

Anche in questo caso, Fornitore consigliato da FR. Nel primo blocco c'è il preventivo del fornitore per un totale di 3.765,89. Nel secondo blocco è il preventivo con l'aggiunta dell'iva al 10% (4.176,71). Nel terzo blocco invece c'è il riepilogo del proforma dove viene applicata nuovamente l'iva al 10% sul totale ivato precedente. Ovviamente, anche qui abbiamo pagato il 50% del totale.

La segnalazione prosegue riportando la risposta dei collaboratori dei Professionisti alle richieste di chiarimento del consumatore: «[h]o scritto, fra le varie cose, al manager dello store che mi ha risposto con testuali parole. Copio incollo: «In riferimento all'ordine delle finiture in fattura si è ritrovato l'iva al 10% calcolata sull'imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%»". Il segnalante conclude che "Ovviamente al chiarimento su «ricalcolo dovuto a cosa e perché» è piombato il silenzio⁶³".

49. Dunque, i Professionisti, anche tramite i loro dipendenti/collaboratori, hanno provato a giustificare l'aumento dell'imponibile ai consumatori, riferendosi in modo contraddittorio, ad esempio, a "interessi bancari" e a un "imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%".

50. La Memoria Difensiva e quella Finale, le slide esposte dai Professionisti nel corso dell'audizione del 14 giugno 2023 e allegata al verbale, riguardanti le loro argomentazioni difensive e la proposta di impegni hanno confermato l'applicazione di questo meccanismo⁶⁴.

⁶² Prot. n. 61523 del 18 luglio 2023.

⁶³ Cfr. la segnalazione del 5 settembre 2023, prot. n. 71500, ove sono allegati pure gli screenshot di preventivi del fornitore, dei preventivi di FR e dei pro forma di FR messi a confronto.

⁶⁴ Cfr. la Memoria Difensiva, pag. 14, secondo cui, all'esito di questa operazione, "il prezzo finale che il cliente andrà a pagare sarà il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore" [omissis]; cfr. conformemente la Memoria Finale, pagg. 26 ss.

51. La Memoria Difensiva dichiara che i Professionisti hanno applicato, riguardo ai consumatori, “il ricarico del 10% sul prezzo dei materiali per la ristrutturazione [...] a partire dal 1° gennaio 2021 e fino all’8 gennaio 2023”⁶⁵.

3) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

52. In data 24 aprile e 27 novembre 2023 FR e Renovars S.p.A. hanno trasmesso memorie difensive.

53. Di seguito sono esaminate le argomentazioni difensive, rispettivamente, con riferimento sia alle due condotte che compongono la prima pratica, sia alla seconda pratica.

A) *Impiego di recensioni on line e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri.*

(i) *L’impiego di recensioni on line non autentiche.*

54. In primo luogo, i Professionisti hanno sostenuto: (i) di aver agito conformemente al grado di diligenza professionale concretamente esigibile in base alle circostanze del caso concreto; (ii) che l’analisi della documentazione citata a sostegno rivelerebbe l’infondatezza della contestazione e (iii) che la condotta contestata non avrebbe, comunque, alterato la scelta economica dei consumatori.

55. Riguardo al primo profilo, non esisterebbe “alcuna previsione che imponga alle aziende recensite di sostituirsi alle Piattaforme” nel controllo della veridicità delle recensioni pubblicate; per cui, anche in base al precedente dell’Autorità nel caso *Tripadvisor* (PS9345), quest’onere di verifica ricadrebbe esclusivamente sulle piattaforme. Ne consegue che i Professionisti non potrebbero “essere chiamat[i] a rispondere per una condotta scorretta posta in essere a [loro] insaputa da alcuni dipendenti e collaboratori”.

Inoltre, i Professionisti non sarebbero divenuti consapevoli di questo fenomeno con la lettera di “*Cease and Desist*” inviata da TrustPilot (“TP”) il 2 settembre 2021, ma solo il 19 dicembre 2022 e secondo le modalità indicate nella Memoria Finale⁶⁶, per cui si sarebbero prontamente attivati chiedendo informazioni sia a TP sia a Opinioni.it. Peraltro, tale prima segnalazione di TP avrebbe riguardato solo [5-20] recensioni (non false ma semplicemente) raccolte presso gli *Show Room* di FR, in assenza di abbonamento a TP. Pertanto, “la lettera di «*Cease and Desist*» del 6 gennaio 2023 [...] pur riferendosi nuovamente alle recensioni «*fabricated*» – concerne in realtà una condotta differente da quella contestata nel 2021” e a essa non collegata.

Dunque, dopo il 19 dicembre 2022 e i contatti con le piattaforme, i Professionisti si sarebbero diligentemente attivati, ponendo in essere diverse misure (ad esempio corsi di formazione, *e-mail* di *reminder* ai collaboratori, nuovo processo di raccolta dei *feedback* riguardante anche la verifica della veridicità delle recensioni, verifica dell’autenticità di quelle positive pubblicate). In particolare, a seguito di tali verifiche è emerso che [10-30] clienti, tutti riconducibili allo *Show Room* di Napoli, hanno rappresentato di non aver personalmente scritto la recensione; per cui la Società si è recata presso lo *Show Room* di Napoli per assumere informazioni da parte di alcuni collaboratori esterni “[in particolare [1-10] *Store Manager* e [10-20] *architetti*) cui erano riconducibili i cantieri recensiti nelle [10-30] recensioni dubbie, appurando come [1-5] recensioni erano state pubblicate dagli architetti che avevano svolto il ruolo di *Direttore dei Lavori*]]”⁶⁷[omissis].

⁶⁵ Pag. 16 della Memoria Difensiva.

⁶⁶ Cfr. pag. 8 ss. della Memoria Finale.

⁶⁷ Cfr. pag. 11 della Memoria Finale.

56. Riguardo al secondo profilo, le risultanze istruttorie non dimostrerebbero l'esistenza di recensioni "false", poiché le contestazioni mosse si fonderebbero solo sulle verifiche effettuate da Opinioni.it e TrustPilot, a seguito delle richieste di informazioni inviate dall'Autorità. In particolare, l'Autorità avrebbe *«preso al valore facciale le dichiarazioni delle suddette Piattaforme»*, senza svolgere verifiche sui criteri da esse impiegati per qualificare come "falsa" una recensione.

Riguardo alle recensioni eliminate da Trustpilot, i sistemi di controllo della piattaforma non sarebbero in grado di identificare con certezza le recensioni predisposte dal personale di FR. Sul punto, il riferimento a una stessa sessione di *browser* o a un indirizzo IP riconducibile a una sede di FR non costituirebbero criteri certi ed univoci per stabilire la riconducibilità delle recensioni ai collaboratori di FR⁶⁸.

Riguardo alle recensioni eliminate da Opinioni.it, le informazioni fornite non permetterebbero di conoscere le ragioni per cui non è stata pubblicata una certa recensione e il numero di quelle "rigettate" in quanto ritenute non autentiche. Inoltre, pure i criteri utilizzati da Opinioni.it per definire come "false" le recensioni (la provenienza da un medesimo indirizzo IP cui ha avuto accesso un collaboratore/dipendente di FR, cioè un "incrocio di IP, la loro redazione in tempi diversi e da utenti diversi ma la provenienza dal medesimo indirizzo IP e la provenienza da collaboratori/dipendenti di FR) apparirebbero discutibili. Per tutte queste circostanze sarebbero, infatti, formulabili spiegazioni alternative. In particolare, appare *««semplicitico» bollare come «false» tutte le recensioni provenienti da soggetti dipendenti/collaboratori della Società. [...] Difatti, laddove tali soggetti - oltre a lavorare per la Società - abbiano anche vissuto un'esperienza di acquisto, essi rappresentano a tutti gli effetti dei «clienti», e - come tali - sono evidentemente legittimati a rilasciare una recensione»*. Tuttavia, i Professionisti non hanno depositato alcuna documentazione/fattura che provi l'acquisto effettuato come "clienti/consumatori" dai propri dipendenti/collaboratori.

57. Riguardo al terzo profilo, la condotta contestata, ove sussistente, non avrebbe, comunque, prodotto alcun effetto sulla scelta commerciale del consumatore medio. Infatti, le recensioni "sospette" non sarebbero mai state pubblicate o sarebbero rimaste *online* solo per poche ore, a causa del "filtraggio" operato dalle piattaforme. Ciò trova conferma nel fatto che il *rating* di FR pubblicato su TrustPilot non avrebbe subito variazioni sostanziali prima e dopo l'avvio dell'istruttoria (4,2 su 5 al 31.10.22 e 4,3 su 5 al 24.11.2023).

58. Infine, con riferimento alla condotta di diffusione *online* di recensioni non autentiche, oltre a non sussistere alcuna violazione della diligenza professionale, non sarebbero ravvisabile neppure quella dell'articolo 21, comma 1, lettere *b)* e *f)*, del Codice del consumo. Infatti, la prima disposizione si riferirebbe esclusivamente al vanto di caratteristiche di un prodotto o servizio in realtà inesistenti e la seconda all'attribuzione, da parte di un professionista, di qualifiche di cui in realtà esso è privo o alla promozione di un'attività in assenza delle necessarie autorizzazioni.

⁶⁸ In particolare, la circostanza che una recensione provenga da un indirizzo IP riconducibile a una sede di FR sarebbe dovuto alla richiesta di aiuto al personale dello *store* fatta da un cliente con poca dimestichezza con la tecnologia, per rilasciare la propria recensione. In proposito, i Professionisti allegano la dichiarazione di un singolo cliente che cita l'allegazione di un contratto di appalto e della carta d'identità, in realtà non presenti. L'inserimento della recensione sarebbe stato effettuato dall'architetto [omissis], *store manager* della sede di Napoli.

(ii) *L'impiego del dato "98% di clienti soddisfatti".*

59. Riguardo a tale condotta, i *report* acquisiti in ispezione sulla soddisfazione dei clienti - che riportano dati diversi dal 98% - sarebbero stati *"elaborati per uno scopo differente"* e, dunque, non rileverebbero per provare l'infrazione. Inoltre, tali *report* si limiterebbero a "fotografare" la soddisfazione di un campione di clienti cui la *Customer Experience* di FR *"ha somministrato un questionario telefonico in un lasso temporale circoscritto"*, mentre il *claim* contestato del 98% si riferirebbe al più ampio periodo 2014-2022 e rappresenterebbe *"il livello di soddisfazione della totalità dei clienti della Società"*, a prescindere dal contatto da parte della *Customer Experience* di FR o dalla pubblicazione di una recensione. La percentuale di soddisfazione del 98% sarebbe dunque correttamente basata sul numero dei contenziosi, *"dal momento che nel periodo considerato [2014-2022] a fronte di circa [10.000-20.000] cantieri eseguiti, solo il 2% della clientela ha avviato giudizi nei confronti della Società"*.

Inoltre, tale dato sarebbe stato diffuso esclusivamente su di una *landing page* esterna al sito di FR, ove non sarebbe stato di immediata evidenza e per un tempo limitato.

60. Infine, oltre a non sussistere alcuna violazione del canone di diligenza professionale, non sarebbe ravvisabile la violazione dell'articolo 21, comma 1, lettere *b)* e *f)*, del Codice del consumo e non sarebbe comprensibile la contestazione riguardante l'articolo 22 del Codice stesso.

B) L'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata

61. Riguardo a tale pratica, l'Autorità avrebbe omesso di valutare le tre circostanze rilevanti di seguito esposte.

(i) L'attribuzione a FR della gestione dello sconto in fattura per l'acquisto di finiture è una libera scelta del cliente. Infatti, l'acquisto delle finiture (e la sua gestione fiscale) non riguarda il contratto di ristrutturazione e, dunque, competerebbe esclusivamente al cliente.

(ii) La gestione dello sconto in fattura ha un impatto economico sia per FR sia per il consumatore, ove eseguita in autonomia,⁶⁹ per cui sarebbe corretta la previsione di uno specifico corrispettivo per FR.

(iii) La procedura di FR prevedeva che *"il consumatore approvasse per iscritto entrambi i preventivi (e non solo il primo)"* (cioè il preventivo fornitore e quello FR) e al suo esito *"il prezzo finale che il cliente [andava] a pagare [era] il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore"*.⁷⁰ Ne discende che la condotta contestata non avrebbe in alcun modo alterato la scelta economica del consumatore.

In proposito, i Professionisti sarebbero stati pienamente diligenti poiché l'incremento dell'imponibile corrisponderebbe al corrispettivo per la gestione di quest'attività richiesta dal

⁶⁹ Sono citate ad esempio le spese per *[omissis]*.

⁷⁰ Nel dettaglio (cfr. la Memoria Finale, pag. 27), *"il cliente presceglie presso un fornitore partner di Facile Ristrutturare le finiture di proprio gradimento. All'esito della scelta, il fornitore redige il preventivo («Preventivo Fornitore») intestato alla Società che contiene i) il dettaglio dei codici identificativi dei prodotti [omissis]; ii) l'indicazione sommaria delle caratteristiche qualitative (colore, tipologia, ecc.); iii) le quantità di ogni singolo pezzo; iv) il prezzo «finale», comprensivo di IVA al 22% pari all'importo che il cliente andrà a pagare. Tale preventivo sarà sottoscritto anche dal cliente; la Società elabora quindi un secondo preventivo («Preventivo Facile Ristrutturare»), che fa riferimento al Preventivo Fornitore e riporta l'evidenza del prezzo finale che il cliente andrà a pagare, con esposizione dell'imponibile, a cui si è applicata l'IVA al 10%. All'esito, il prezzo finale che il cliente andrà a pagare sarà il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore"* (grassetto nell'originale).

consumatore e nel suo interesse e, dunque, la sua applicazione non avrebbe in alcun modo annullato il vantaggio per il consumatore derivante dall'applicazione dell'IVA agevolata.

62. Inoltre, il numero dei reclami sul punto sarebbe stato particolarmente circoscritto ed essi sarebbero stati indirizzati prevalentemente all'Autorità e non a FR.

63. Ulteriormente, l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo non riguarderebbe le condotte contestate; infatti tale norma “*impone al professionista di rendere visibile ai consumatori il prezzo al lordo delle tasse e onnicomprensivo di tutti i servizi inclusi*” e gli vieta di “*aggiunge[re] nel corso della transazione ulteriori voci di costo che incrementavano l'importo richiesto*”.

64. Infine la comunicazione del termine delle risultanze istruttorie (nel prosieguo anche la “comunicazione del termine”) non preciserebbe la contestazione di ommissività *ex* articolo 22, del Codice del consumo

Modifiche in relazione all'impiego di recensioni on line non autentiche.

65. FR ha approvato, a far data dal 1° ottobre 2023, alcune modifiche al processo di valutazione delle recensioni, confluite nel “*Mansionario Store Manager*”⁷¹, al sistema di premialità di dipendenti/collaboratori⁷² e alla procedura sanzionatoria.

Sulla sanzione

66. I Professionisti espongono quanto segue sui criteri di quantificazione della sanzione.

67. Riguardo all'elemento soggettivo, ritengono che le circostanze del caso escludano la natura sia dolosa sia colposa degli illeciti contestati; in ogni caso essi potrebbero essere qualificati, al più, come semplicemente colposi.

68. Riguardo alla gravità, dovrebbe considerarsi la natura solo ingannevole e non anche aggressiva delle pratiche contestate.

69. Con riferimento alla durata, nessuna delle condotte contestate sarebbe ancora in corso. In particolare, per quelle riguardanti la diffusione del *claim* “*98% di clienti soddisfatti*” e l'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA al 10%, la comunicazione del termine ne riconoscerebbe la cessazione. Inoltre, nemmeno la condotta di diffusione di recensioni *on line* non veritiere sarebbe proseguita dopo l'avvio del procedimento. In particolare, la presenza sulla pagina di TrustPilot dedicata a FR di un *banner*⁷³, riguardante l'avvio di indagini da parte della piattaforma, non dimostrerebbe la prosecuzione della condotta quantomeno fino all'11 maggio 2023. Parimenti, nemmeno rileverebbe la dichiarazione di Opinioni.it per cui “*alla data del 12 maggio 2023, sono [100-300] le opinioni respinte perché l'IP era comune ad altri utenti*”; sul punto rileverebbe, invece, la dichiarazione di questa piattaforma per cui il “*trend di pubblicazioni si è presentato anche a gennaio 2023, andando a diminuire da febbraio 2023*”. Dunque, questa condotta sarebbe durata, al più, sino a marzo 2023.

70. Riguardo alle loro condizioni economiche, i Professionisti rilevano anzitutto che deve essere valutata la “*grave situazione economica*” in cui verserebbe FR. Infatti, la riduzione, nell'esercizio

⁷¹ Ad esempio, sono chiariti, per i dipendenti/collaboratori, i principi-guida per il rilascio delle recensioni da parte dei clienti.

⁷² Si prevede, in particolare, “[*omissis*]” (cfr. la Memoria Finale, pag. 32; sottolineatura aggiunta).

⁷³ Cfr. le evidenze acquisite.

2022, del valore della produzione rispetto al 2021 si è acuita nel 2023, sia per il termine dello sconto in fattura (di cui d.l. del 16 febbraio 2023, n. 11), sia per il clamore suscitato dalla vicenda anche sui *media*. Per cui, a causa dell'attuale limitata capacità contributiva di FR, l'eventuale sanzione dovrebbe essere significativamente ridotta. Sul punto, ogni eventuale sanzione dovrebbe comunque essere calcolata esclusivamente sul bilancio di FR, dato che Renovars, in quanto *holding* del gruppo, non è coinvolta nella gestione operativa.

71. Infine, rileverebbe il comportamento collaborativo dei Professionisti nel corso del procedimento e la spontanea adozione di “*una serie di misure prospettate all’Autorità*” negli impegni rigettati.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

72. Le condotte in questione sono state poste in essere anche tramite *internet*, in particolare, sul sito <https://www.facileristrutturare.it/> e sulla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>; il procedimento ha, inoltre, a oggetto la diffusione di giudizi/recensioni positivi e non veritieri sull’attività dei Professionisti tramite le piattaforme di recensione *on line* Trustpilot e Opinioni.it. In data 27 novembre 2023 è stato, dunque, richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche “AGCOM”), ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

73. Con parere pervenuto in data 12 dicembre 2023⁷⁴, l’AGCOM ha ritenuto, nel caso di specie, *internet* un mezzo di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali oggetto del procedimento.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

A) Osservazioni preliminari

74. Il presente provvedimento concerne la scorrettezza dei comportamenti posti in essere da FR e Renovars S.p.A. nell’ambito della loro attività di ristrutturazione di immobili residenziali. In particolare, le condotte dei Professionisti integrano due distinte pratiche commerciali scorrette, consistenti: (a) nella diffusione, di recensioni *online* false e/o comunque non autentiche e disinteressate e di un dato falso sulla percentuale del 98% clienti soddisfatti; e (b) nell’applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali di finitura per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

75. Le condotte contestate nella comunicazione di avvio, riguardanti FR, sono da ascrivere, oltre che a questo professionista, anche a Renovars S.p.A. sia in proprio, sia a titolo di c.d. “*parental liability*”, nella sua qualità di controllante al 100% della prima⁷⁵.

⁷⁴ Protocollo n. 102613.

⁷⁵ Cfr. la visura camerale di Facile Ristrutturare S.p.A., estratta dalla banca dati Telemaco-Infocamere il 22 novembre 2023. V. in giurisprudenza, ad esempio, Tar Lazio, 10 gennaio 2020, n. 261, *PS/11112 - Facebook - Condivisione dati con terzi*, secondo cui “*Nella materia antitrust [...] in presenza di una società che detiene il 100% del capitale sociale di un’altra società, si presume che la società controllante eserciti un’influenza determinante nello svolgimento dell’attività della controllata, tale da farla ritenere responsabile per gli illeciti da quest’ultima materialmente realizzati (Tar Lazio, Roma, sez. I, 2 novembre 2012, n. 9001, che richiama Corte di Giustizia, 16 novembre 2000, Stora Kopparbergs Bergslags AB V. Commissione, C 286/98 P, punto 29). [...] Il principio per il quale la controllante risponde dell’illecito antitrust posto in essere dalla controllata deve essere applicato anche in materia di sanzioni per pratiche commerciali scorrette*”.

Con particolare riferimento a un coinvolgimento attivo di Renovars S.p.A. nelle pratiche contestate, si osserva, in particolare, che: (i) nel verbale ispettivo del 23 marzo 2023, questi dirigenti dei Professionisti si sono definiti come segue: [omissis] come “*amministratore delegato di Renovars*”, [omissis] come “*responsabile della Customer Experience di Renovars*”, [omissis] come “*supervisor Customer Care di Renovars*” e [omissis] come “*direttore marketing del Gruppo Renovars*”; (ii) sulla base di visura camerale, risulta che FR e Renovars S.p.A. hanno sede nello stesso luogo e che l’attività prevalente di Renovars S.p.A. riguarda pure la prestazione di “*servizi amministrativi alle società del gruppo*”, con inclusione dunque anche di FR⁷⁶; in ispezione è, inoltre, risultato che esse condividono i medesimi locali aziendali; (iii) le *slide* sulla soddisfazione dei clienti di cui alle evidenze acquisite, riportano tutte il logo di Renovars S.p.A. e la frase “*Renovars home digital services*”⁷⁷ e (iv) in diverse *e-mail* rinvenute in ispezione alcuni dirigenti/responsabili dei Professionisti utilizzano un’*e-mail* aziendale con estensione “*@renovars.com*”, sia per messaggi inviati che ricevuti (ad esempio: [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com, [omissis]@renovars.com, [omissis]@renovars.com, [omissis]@renovars.com e [omissis]@renovars.com); in alcune *e-mail* rinvenute in ispezione è, infine, presente l’indirizzo “*CUSTOMER-EXPERIENCE@renovars.com*”⁷⁸. Ciò conferma la piena integrazione e il coinvolgimento di fatto di Renovars S.p.A. nell’attività ed organizzazione imprenditoriale della controllata FR.

76. Premesso che, nel caso in esame - come si è visto nella parte sulle evidenze acquisite e come meglio si dirà in seguito - sussistono specifiche e numerose prove della scorrettezza delle condotte oggetto del procedimento, riguardo all’assolvimento dell’onere probatorio gravante sull’Autorità, giova comunque ricordare quanto segue.

Secondo un consolidato principio della giurisprudenza amministrativa in materie di competenza dell’Autorità, “*le singole condotte delle imprese vanno valutate tenendo conto del quadro complessivo e non in modo atomistico*”⁷⁹ e nell’ambito di un “*quadro indiziario*” dotato di “*coerenza complessiva*”, ove “*la prova [...] oltre che documentale, [può] anche essere indiziaria, purché gli indizi siano gravi, precisi e concordanti*”, ai sensi dell’art. 2729 c.c.⁸⁰. Attesa la sostanziale vicinanza delle normative *antitrust* e di tutela del consumatore⁸¹ e il principio generale espresso dal citato art. 2729 c.c., le condotte contestate devono essere valutate e provate sulla base del quadro complessivo della vicenda e delle risultanze istruttorie e non considerandone “*atomisticamente*” e in maniera parcellizzata i singoli aspetti e/o documenti. Inoltre, è sufficiente

⁷⁶ Cfr. la visura camerale di Renovars S.p.A..

⁷⁷ Cfr., ad esempio, gli *screenshot* del documento “*VOC REPORT - Consuntivo 2022*” (Figg. 1 e 2 del presente provvedimento) e i citati docc. isp. nn. 29, 59, 234, 235 e 236.

⁷⁸ Cfr. ad esempio i docc. isp. “*R: Comunicazione [omissis]*” (cui sono allegate le citate “*Indicazioni a seguito del [omissis]*”), “*R: Costi di gestione*” e “*RE: [omissis] - Debrief post call odierna*”.

⁷⁹ Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556, caso I806 - *Accordi tra operatori del settore dei servizi con elicottero*, che cita conformemente Consiglio di Stato, n. 6985/2019.

⁸⁰ Cfr., ad esempio, la citata pronuncia del Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556, che cita conformemente Consiglio di Stato, n. 6985/2019, Cons. Stato, sez. VI, n. 3197 del 2018; Consiglio di Stato, sez. VI, 4 settembre 2015, n. 4123. Per un ulteriore riferimento all’art. 2729 c.c. v. altresì Consiglio di Stato, 21 marzo 2019, nn. 1900, 1551, 1160, 1883, I793 - *Aumento prezzi cemento*.

⁸¹ Cfr. Tar Lazio, 10 gennaio 2020, n. 261, PS/11112 - *Facebook*.

che l’Autorità fornisca un quadro probatorio complessivamente coerente, ricostruito pure tramite indizi plurimi e concordanti.

Tali principi rilevano per la prova di tutte le condotte contestate nel presente procedimento, con particolare riferimento a quella di diffusione di recensioni *online* non autentiche.

77. Come visto nella parte sulle evidenze acquisite e come meglio si dirà in seguito, le condotte poste in essere dai Professionisti, anche tramite i propri dipendenti/ collaboratori e la propria rete vendita, risultano diffuse, sistematiche, (astrattamente e concretamente) ripetibili e dirette a un numero molto elevato di consumatori attuali e/o potenziali.

Tuttavia, anche a volersi riferire (in ipotesi) alle sole segnalazioni presenti nel fascicolo istruttorio, ai reclami rinvenuti in ispezione, alle recensioni *on line* non autentiche acquisite al fascicolo e ai casi di false recensioni riconosciuti (esplicitamente o implicitamente) dai Professionisti, per costante giurisprudenza, caratteristica dell’illecito consumeristico è quella di essere di mero “pericolo” con la conseguenza che “*è del tutto irrilevante sia l’eventuale esiguità delle segnalazioni sia la natura occasionale o episodica della condotta*”, rilevando anche “*la mera potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista, indipendentemente dal pregiudizio causato in concreto al comportamento dei destinatari, indotti ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso*” (cfr. *inter alia*, Consiglio di Stato, 8 febbraio 2021, n. 1152). Ne deriva, inoltre, che l’effettiva incidenza della pratica commerciale scorretta sui consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili “*contra legem*” della stessa, non essendo richiesta “*l’attualità di una lesione agli interessi dei consumatori, quanto, piuttosto, che una pratica sia idonea a produrla. Il bene giuridico tutelato, infatti, è soltanto indirettamente la sfera patrimoniale del consumatore: in via immediata, attraverso la libertà di scelta si vuole salvaguardare il corretto funzionamento del mercato concorrenziale*” (Consiglio di Stato, 12 marzo 2020, n. 1751)⁸². Ciò esclude ogni rilevanza del numero delle recensioni non autentiche e dei consumatori destinatari delle condotte contestate.

78. Si esaminano di seguito, distintamente, le due pratiche commerciali scorrette contestate, di cui la prima è caratterizzata da due condotte autonome.

B) L’impiego di recensioni online e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri.

79. La diffusione, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, di recensioni false e/o comunque non autentiche e disinteressate e, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato falso sulla percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di FR (il *claim* “98% [di] clienti soddisfatti”), finalizzata in entrambi i casi ad accreditare un livello di soddisfazione degli utenti decisamente

⁸² Cfr., inoltre e sempre a titolo esemplificativo, Consiglio di Stato 27 febbraio 2023, n. 1953, caso *Domina Vacanze*, secondo cui “*la circostanza che la condotta del professionista coinvolto sia stata tenuta un numero limitato di volte o abbia interessato un numero contenuto di consumatori (al limite anche uno solo) è del tutto irrilevante al fine di escluderne l’illiceità, atteso che né la normativa interna, né quella unionale recano indizi che consentano di affermare che l’azione o l’omissione da parte del professionista debba presentare carattere reiterato o riguardare più di un consumatore (tra gli altri, Consiglio di Stato, sez. VI, 27 febbraio 2020, n. 1425). Del resto, le pratiche commerciali scorrette si sostanziano in illeciti di mero pericolo, con la conseguenza che, ai fini della configurabilità della violazione, è sufficiente l’astratta ripetibilità della condotta non conforme a quella prescritta*” e Consiglio di Stato, 15 luglio 2019, n. 4976, caso *Tripadvisor*, secondo cui “*E’, infine, del tutto irrilevante la valorizzazione, operata dal Tribunale, dell’esiguo numero di segnalazioni ricevute direttamente dai consumatori, attesa la natura di illecito di pericolo che la giurisprudenza pacificamente riconosce agli illeciti conseguenti a pratiche commerciali scorrette (Cons. Stato, Sez. VI, 14/9/2018, n. 5396 e 16/3/2018, n. 1670)*”.

maggiore di quello reale, costituisce una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del Consumo

(*i*) L'impiego di recensioni *on line* non autentiche.

80. Le recensioni *on line*, di pari passo con l'avvento del digitale, sono molto utili ai professionisti per promuovere ed aumentare le vendite di prodotti o servizi e, più in generale, per migliorare la loro reputazione presso i clienti attuali e quelli potenziali. La loro diffusione ha, infatti, un impatto rilevante sulle decisioni commerciali dei consumatori, poiché i giudizi di altri clienti che hanno già utilizzato il servizio e/o comprato il prodotto possono orientarne le scelte⁸³. Per questo, è particolarmente grave e insidiosa per i consumatori la diffusione di false recensioni *online*.

81. L'Autorità ha già accertato la scorrettezza della pratica commerciale consistente nella diffusione *on line* di recensioni non autentiche.

In particolare, il provvedimento n. 25237 del 19 dicembre 2014 ha accertato e sanzionato la scorrettezza, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo, della pratica commerciale posta in essere da TripAdvisor e riguardante la diffusione di informazioni ingannevoli sulle fonti delle recensioni e l'inidoneità degli strumenti e delle procedure adottate per contrastare il fenomeno delle false recensioni (caso PS9345).

In proposito, l'argomento difensivo secondo cui - proprio in base al caso *TripAdvisor* - il controllo della veridicità delle recensioni spetterebbe solo alle piattaforme e non anche alle imprese recensite risulta infondato. Infatti, il citato provvedimento dell'Autorità ha affermato una specifica ed ulteriore responsabilità delle piattaforme di recensioni, che semplicemente si aggiunge a quella ordinariamente gravante - in base alle norme del Codice del consumo - sui professionisti che utilizzano e/o traggono beneficio da tale modalità di comunicazione commerciale⁸⁴.

Più di recente, il provvedimento dell'Autorità n. 30574, del 28 marzo 2023, ha accertato e sanzionato la scorrettezza, ai sensi degli articoli 20 e 21, del Codice del consumo, della vendita, da parte di SWL Web Marketing SL, di recensioni *online* non autentiche, al fine di promuovere la visibilità, i prodotti o i servizi dei loro acquirenti (caso PS/12371).

82. In questo contesto, la direttiva 2019/2161/CE (c.d. Omnibus) e il d.lgs. di recepimento 7 marzo 2023, n. 26, hanno dato un notevole rilievo all'illiceità delle condotte di diffusione di recensioni non autentiche/verificate, tipizzando due nuove fattispecie di pratica in ogni caso ingannevole, tra cui quella di *“inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare, recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti”* (nuova lettera *bb-quater*), dell'articolo 23, del Codice del consumo)⁸⁵.

⁸³ Cfr., in proposito, il considerando 47 della direttiva 2019/2161/CE secondo cui *“Al momento di effettuare le loro decisioni di acquisto, i consumatori si affidano sempre più spesso alle recensioni e raccomandazioni di altri consumatori”*.

⁸⁴ In proposito, secondo la *Comunicazione della Commissione - Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno*, del 29 dicembre 2021, *“I professionisti utilizzano varie tecniche per aumentare il numero di recensioni positive dei loro prodotti sulle piattaforme o per ridurre o ridimensionare il numero di quelle negative. [...] Tali pratiche falsano le scelte dei consumatori”* (sottolineatura aggiunta).

⁸⁵ L'altra pratica in ogni caso ingannevole riguarda la seguente condotta: *“indicare che le recensioni di un prodotto sono inviate da consumatori che hanno effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto senza adottare misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da tali consumatori”* (articolo 23, lettera *bb-ter*), del Codice del consumo).

La condotta posta in essere dai Professionisti

83. Con specifico riferimento alla condotta contestata, la diffusione *on line* di recensioni false e/o non autentiche può indurre in errore i consumatori sia sulla qualità, tempistica e convenienza dei servizi di ristrutturazione di immobili residenziali offerti da FR, ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo, sia sulle qualifiche, le capacità e i riconoscimenti attribuiti dai clienti ai servizi di FR, ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettera *f*), del Codice stesso. Infatti, la diffusione di recensioni che esprimono giudizi non veritieri e spontanei può indurre in errore i consumatori sulla scelta del professionista cui affidare la prestazione di un servizio, tipicamente complesso e di elevato costo (che spesso riguarda la propria abitazione), come la ristrutturazione di immobili residenziali e sulle caratteristiche della prestazione di cui non si ha normalmente un'esperienza diretta in anticipo, spingendoli altresì a preferire i servizi di FR rispetto a quelli dei concorrenti.

Dunque, contrariamente all'argomento difensivo dei Professionisti secondo cui l'articolo 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), del Codice del consumo non riguarderebbero le condotte contestate, da un lato e come sopra esposto, le richiamate disposizioni risultano chiaramente applicabili alla condotta contestata; dall'altro, esse sono formulate in termini generali e recano elencazioni solo esemplificative delle caratteristiche del prodotto o servizio, nonché delle qualifiche e caratteristiche del professionista e dei suoi agenti che possono indurre in errore il consumatore nell'effettuare la sua scelta di natura economica.

84. Inoltre, tale condotta appare altresì manifestamente scorretta e grave sulla base del canone di diligenza professionale *ex* articolo 20, comma 2, del Codice del consumo, in quanto contraria a basilari principi di correttezza e buona fede nello svolgimento di un'attività professionale nei confronti dei consumatori. In proposito, non rileva il riferimento fatto dai Professionisti nelle loro difese al "*grado di diligenza professionale concretamente esigibile*". Infatti, deve ritenersi che i Professionisti avrebbero dovuto osservare uno *standard* di diligenza professionale particolarmente elevato tenuto conto, dell'impatto rilevante delle recensioni *online* sulle scelte economiche dei consumatori, dell'asimmetria informativa tra le parti che caratterizza il settore delle ristrutturazioni, dell'elevato costo dei servizi offerti e della circostanza che essi riguardano spesso l'abitazione dei consumatori.

85. Tali valutazioni di grave ingannevolezza e scorrettezza sono altresì confermate dalla recente inclusione della diffusione di recensioni non autentiche, al fine di promuovere prodotti o servizi, tra le pratiche in ogni caso ingannevoli (cfr. il citato articolo 23, comma 1, lettera *bb-quater*) e dalla lettera del considerando 49 della direttiva 2019/2161/CE⁸⁶ che si riferisce, più ampiamente, alla condotta ingannevole di "*manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori*". Tali riferimenti normativi assumono, dunque, un indubbio valore interpretativo degli articoli. 20 ss., del Codice del consumo, anche riguardo a condotte precedenti all'entrata in vigore del d.lgs. 26/2023 e devono ritenersi meramente ricognitivi di comportamenti *ex se* palesemente scorretti e dunque già

⁸⁶ Cfr. il considerando 49 della direttiva secondo cui "[a]i professionisti dovrebbe inoltre essere fatto divieto di pubblicare recensioni e raccomandazioni di consumatori false, per esempio postando «like/mi piace» sui media sociali oppure incaricando terzi di farlo, per promuovere i loro prodotti, nonché di manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori, per esempio pubblicando solo le recensioni positive e sopprimendo quelle negative" e cfr. il n. 7 b), della citata direttiva, che modifica l'allegato I della direttiva 2005/29.

vietati (seppur implicitamente) dalle ampie clausole generali di diligenza professionale *ex* articolo 20 e del divieto di pratiche commerciali ingannevoli *ex* articolo 21 del Codice del Consumo

86. Gli elementi istruttori acquisiti, nel corso del procedimento, confermano la sussistenza della condotta contestata in avvio.

Infatti, da un lato, risulta che i Professionisti incentivano fortemente i propri dipendenti/collaboratori ad ottenere la pubblicazione di recensioni positive sulle piattaforme *online*, con particolare riferimento a Opinioni.it e Trustpilot, anche predisponendo un sistema di premialità ed esercitando, in alcuni casi, pressioni per il raggiungimento di tale risultato. Ciò è stato sostanzialmente confermato anche dai Professionisti, nella Memoria Finale⁸⁷.

Dall'altro, le evidenze istrutorie confermano che numerosi dipendenti/collaboratori dei Professionisti (almeno [5-20]), quantomeno a partire da marzo 2019, hanno pubblicato numerose false recensioni positive (*fake reviews*) sui siti reputazionali Opinioni.it e Trustpilot, anche al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali fissati dai Professionisti ed ottenere, di conseguenza, le relative premialità. In tal senso, infatti, (i) le informazioni fornite da Opinioni.it si riferiscono a “[100-400] [...] opinioni [pubblicate sulla piattaforma e] respinte perché l'IP era comune ad altri utenti”, evidenziano che diversi collaboratori dei Professionisti, anche attuali⁸⁸, hanno direttamente pubblicato recensioni positive non autentiche e/o che i loro nominativi/indirizzi *e-mail*/indirizzi IP presentano “*incroci di IP*” con soggetti che hanno pubblicato opinioni positive ritenute non autentiche da questa piattaforma e (ii) quelle fornite da Trustpilot si riferiscono a più di [100-400] recensioni positive considerate non autentiche da questa piattaforma. Peraltro, gli stessi Professionisti, nella Memoria Difensiva, hanno riconosciuto l'esistenza del fenomeno - sia pure limitatamente allo *Show Room* di Napoli - ammettendo espressamente, almeno in [1-5] casi, la pubblicazione di recensioni non autentiche da parte di loro collaboratori e, in altri [10-30] casi, che i clienti hanno rappresentato di non aver personalmente scritto le recensioni pubblicate. Sul punto, le risultanze in atti ne evidenziano una diffusione molto più ampia, quantomeno ed a mero titolo esemplificativo, con riferimento pure alle sedi di FR di Bari, Catania e Latina.

87. In proposito, i Professionisti, contrariamente alla diligenza professionale esigibile da importanti operatori del settore ed ulteriormente imposta, nel caso di specie, dalla circostanziata lettera di *Cease & Desist* inviata da Trustpilot il 2 settembre 2021⁸⁹, pur avendo consapevolezza dell'esistenza del fenomeno, non hanno predisposto misure e controlli idonei ed efficaci al fine di garantire l'autenticità delle recensioni pubblicate e a prevenire la diffusione di *fake reviews*, anche ad opera dei loro dipendenti/collaboratori; anche TrustPilot, il 5 ottobre 2021, chiedeva a FR di condurre un'indagine interna per determinare l'origine delle recensioni non autentiche⁹⁰. In particolare, risulta che i Professionisti: (i) hanno svolto un'indagine interna sulla pubblicazione di recensioni

⁸⁷ Cfr. i riferimenti fatti nella Memoria Finale alla “*valutazione delle recensioni positive tra i «Key Performance Indicator» («KPI») per l'ottenimento del premio ai dipendenti e collaboratori. [...] [FR] ha strutturato il sistema di premialità prevedendo che il KPI della «brand reputation» non desse ex se diritto ad alcun compenso, considerandolo piuttosto come uno dei requisiti per la liquidazione del bonus*” (pag. 4).

⁸⁸ Cfr. gli elenchi consultabili in data 19 e 20 luglio, nonché 18 e 25 settembre 2023, alle pagine <https://www.facileristrutturare.it/> e <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/rilevazioni>.

⁸⁹ Come visto, il 6 settembre 2021, FR dava riscontro a questa comunicazione indicando di aver “*reviewed and shared [Trustpilot's] rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake*”.

⁹⁰ Così l'invito di TrustPilot: “*We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication*”.

non autentiche solo “*a valle dei rilievi sollevati dai segnalanti, nonché delle misure attuate dalle Piattaforme*”⁹¹ e (ii) solo nel formulario degli impegni, inviato all’Autorità il 5 maggio 2023, hanno proposto di adottare misure per verificare l’autenticità delle recensioni pubblicate, di modificare il sistema di premialità dei loro dipendenti/collaboratori, computando sole quelle positive “verificate” da FR e di prevedere sanzioni disciplinari per la scorretta gestione delle recensioni.

88. Il rispetto del canone di diligenza professionale e il divieto di pratiche commerciali ingannevoli, ai sensi degli articoli. 20, 21 e 22, del Codice del consumo, non proibiscono solo le condotte (attive) di diffusione di false recensioni e/o di manipolazione di recensioni reali, ma obbligano altresì i professionisti, che utilizzano tale modalità di comunicazione commerciale, a predisporre misure e procedure idonee ed efficaci per impedire la realizzazione di tali illeciti, particolarmente insidiosi per i consumatori, anche da parte dei loro dipendenti/ collaboratori, pena la loro responsabilità (quantomeno) per omissione. Pertanto, FR e Renovars S.p.A. devono ritenersi solidalmente responsabili sia per condotte ad essi direttamente riconducibili, anche ove realizzate dai loro dipendenti/collaboratori, sia, in ogni caso, a titolo di *culpa in vigilando* sull’attività di questi soggetti.

89. In proposito, la pronuncia del Consiglio di Stato del 15 luglio 2019, n. 4976, ha ritenuto che l’Autorità abbia congruamente motivato la violazione del canone di diligenza professionale, poiché Tripadvisor ha tenuto la condotta contestata “*pur consapevole dei limiti intrinseci del proprio sistema di controllo delle fonti delle recensioni*”. *Mutatis mutandis*, riguardo alla condotta in esame, risulta che i Professionisti non hanno predisposto misure e procedure idonee per la verifica delle recensioni pubblicate o al più ne hanno predisposto di inefficaci. Ciò, nonostante fossero consapevoli dei “*limiti intrinseci*” della loro organizzazione aziendale riguardo all’impiego di tale forma di comunicazione commerciale, quantomeno sin dalla prima lettera di *Cease & Desist* pervenuta da Trustpilot nel settembre 2021 (e quindi oltre un anno prima dell’inizio dei servizi di inchiesta dei *media* su FR).

90. Inoltre, ai fini dell’imputazione di *culpa in vigilando*, essendo inclusa la pubblicazione di recensioni positive sulle piattaforme *on line* in un sistema di premialità/ incentivi aziendali (come confermato anche nella Memoria Finale dei Professionisti) non si può dubitare che i dipendenti/collaboratori dei Professionisti fossero “*anch’essi interessati alla pratica commerciale*”⁹².

91. Il quadro probatorio sopra delineato, tenuto conto dei principi giurisprudenziali dianzi citati e contrariamente alle argomentazioni difensive dei Professionisti, risulta complessivamente coerente e solido sulla base delle risultanze istruttorie.

Sul punto rilevano, infatti, ad esempio e nel loro complesso: (i) la circostanza che Professionisti abbiano incentivato fortemente i propri dipendenti/collaboratori ad ottenere la pubblicazione di recensioni positive anche su TrustPilot e Opinioni.it; (ii) le ammissioni dei Professionisti sulla

⁹¹ Cfr. pag. 8 della Memoria Difensiva.

⁹² Cfr., ad esempio, la pronuncia del Consiglio di Stato, 16 maggio 2022, n. 3826, PS/10998 - *Switch Power S.r.l. Attivazioni non richieste*, secondo cui “*il professionista è responsabile dell’attività svolta*” da soggetti terzi (ivi inclusi - evidentemente - i propri dipendenti e/o collaboratori) “*qualora gli possa essere imputata una culpa in vigilando, ovvero qualora non dimostri di avere posto in essere un sistema di monitoraggio effettivo sull’attività posta in essere da soggetti terzi, anch’essi interessati alla pratica commerciale, o non si sia dotato nell’ambito della propria organizzazione di un sistema di monitoraggio idoneo a consentire il puntuale adempimento del dettato legislativo da parte dei medesimi soggetti*”. Detta pronuncia richiama espressamente le precedenti decisioni del Consiglio di Stato nn. 3896/2014 e 3897/2014.

pubblicazione di recensioni non autentiche presso la sede di Napoli; (iii) l'invio da parte di Trustpilot a FR di due lettere di *Cease & Desist* a distanza di poco più di un anno (settembre 2021 e a gennaio 2023) e l'avvio di approfondite verifiche da parte di Opinioni.it a fine dicembre 2022; (iv) la pubblicazione su Opinioni.it di numerose recensioni non autentiche da parte di almeno [5-20] dipendenti/ collaboratori di FR (tra questi ci sono [1-5] utenti iscritti alla piattaforma di recensioni con indirizzo *email facileristrutturare.it*) con indicazione dei loro nominativi⁹³; (v) la concordanza e la precisione delle verifiche effettuate da TrustPilot e Opinioni.it, che, ad esempio, citano entrambe le sedi FR di Napoli, Bari, Catania e Latina, si riferiscono a periodi sovrapponibili (TrustPilot ad agosto 2022 - gennaio 2023 e Opinioni.it a partire da marzo 2019 con un picco tra novembre e dicembre 2022 e continuazione del fenomeno a gennaio 2023) e a un numero analogo di false recensioni (più di [100-400] per TrustPilot, almeno [100-400] per Opinioni.it); (vi) la circostanza che diversi nominativi/indirizzi e-mail di dipendenti/collaboratori dei Professionisti (almeno [5-20]) presentano incroci di IP con soggetti che hanno pubblicato opinioni positive ritenute non autentiche da Opinioni.it; riguardo a tali dipendenti/collaboratori, i Professionisti hanno ammesso che due di essi hanno pubblicato recensioni positive su Opinioni.it come "clienti"⁹⁴; (vii) l'impiego da parte di entrambe le piattaforme di diversi e sofisticati criteri per stabilire la non autenticità di una recensione, ulteriori e confermativi alla comunanza di indirizzi IP⁹⁵.

92. Non si vede, poi, come l'Autorità possa operare una verifica dei sofisticati e attendibili sistemi di controllo dell'autenticità delle recensioni predisposti da TrustPilot e Opinioni.it, i cui esiti risultano altresì assolutamente coerenti e confermativi del più ampio quadro probatorio sopra delineato. Inoltre, l'autorevolezza e serietà di tali piattaforme è altresì confermata dagli stessi Professionisti che nel [omissis] includono tra i KPI dei loro collaboratori le recensioni pubblicate anche su TrustPilot e Opinioni.it⁹⁶, che nella Memoria Finale sono definiti come "operatori leader di mercato"⁹⁷.

93. Inoltre, nella Memoria Finale, i Professionisti non contestano - e, dunque, ammettono - che alcuni loro dipendenti/collaboratori hanno pubblicato recensioni sui servizi di FR tramite Opinioni.it, giustificando genericamente tale circostanza con il fatto che questi soggetti avrebbero agito in qualità di "consumatori" e, comunque, senza fornire alcun supporto documentale al riguardo. Vale aggiungere che la contemporanea qualifica di un collaboratore di FR come

⁹³ Cfr. i nominativi citati nella parte sulle evidenze acquisite riguardanti le verifiche fatte da Opinioni.it e le ammissioni dei Professionisti nella Memoria Finale.

⁹⁴ Cfr. la Memoria Finale, pag. 18 nota 8.

⁹⁵ Per TrustPilot, tra gli altri criteri, "[omissis]" (cfr. la comunicazione inviata a FR il 6 gennaio 2023). Nella sua comunicazione del 2 settembre 2021 inviata a FR, TP si riferisce ad altri criteri per individuare recensioni sospette quanto segue: "[omissis]".

Nella risposta alla richiesta di informazioni del 5 giugno 2023, TP si riferisce altresì a "Though our software analyses all aspects of a review" e ad "output of our automated technology".

Nella risposta alla richiesta di informazioni del 30 maggio 2023, Opinioni.it espone i seguenti criteri per verificare l'attendibilità delle recensioni: "[omissis]".

Nella risposta alla richiesta di informazioni pervenuta il 26 luglio 2023, Opinioni.it ha fornito per i singoli nominativi/indirizzi e-mail segnalati le seguenti informazioni e impiegato, ad esempio, i seguenti criteri per l'individuazione delle recensioni non autentiche: [omissis] (si veda, ad esempio, quanto segue: [omissis]).

⁹⁶ Cfr. la parte sulle evidenze acquisite.

⁹⁷ Pag. 14, punto 13.

“consumatore” senza alcuna prova documentale a riscontro (es. fatture di lavori effettuati) appare quantomeno dubbia e quindi irrilevante come elemento di difesa dei Professionisti.

Ad ogni modo, anche ipotizzando che questi dipendenti/collaboratori abbiano pubblicato recensioni sui servizi di FR come consumatori, esse sono state rilasciate in palese conflitto di interessi e quindi tale condotta risulta scorretta ed ingannevole in base agli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere b) e f), e 22, del Codice del consumo. In proposito, i Professionisti ammettono quindi, almeno implicitamente, di non aver effettuato alcun doveroso controllo quantomeno riguardo all’operato di questi dipendenti/collaboratori.

94. Infine, e sotto un ulteriore profilo, deve ritenersi che i Professionisti non abbiano fornito plausibili spiegazioni alternative che smentiscano il complessivo quadro probatorio sopra delineato, limitandosi, nella Memoria Finale, a generiche affermazioni sulla non attendibilità dei criteri utilizzati da TrustPilot e Opinioni.it per l’individuazione delle false recensioni (peraltro contraddette dalle evidenze in atti) e senza fornire alcuna documentazione a supporto. L’unico documento (depositato con la Memoria Finale) è la dichiarazione di un singolo consumatore che avrebbe chiesto a un collaboratore di FR della sede di Napoli aiuto per pubblicare *on line* una recensione. Tale documento risulta palesemente insufficiente a suffragare ogni ricostruzione alternativa a quella dell’Autorità, provenendo altresì proprio dalla sede FR oggetto di indagine anche da parte dei Professionisti ed essendo sfornito di documento d’identità del consumatore e di copia del contratto di appalto.

95. Nemmeno risulta agli atti, come sostenuto dai Professionisti che essi siano divenuti consapevoli del fenomeno della pubblicazione di false recensioni solo il 19 dicembre 2022, che la lettera di “*Cease and Desist*” inviata da TrustPilot il 2 settembre 2021 riguardasse solo la pubblicazione di recensioni “raccolte presso gli Show Room” di FR e che “*la lettera di «Cease and Desist» del 6 gennaio 2023 [...] pur riferendosi nuovamente alle recensioni «fabricated» - concerne in realtà una condotta differente da quella contestata nel 2021 e, peraltro, neanche temporalmente collegata a quest’ultima*”⁹⁸.

Infatti, la comunicazione di TP del 2 settembre 2021 inviata a FR riguardava chiaramente la pubblicazione di false recensioni: infatti, essa si intitola “*Cease and Desist notice - Breach of Trustpilot Guidelines (Fake reviews)*”, cita testualmente più volte l’individuazione di false recensioni su FR da parte dei sistemi anti-frode della piattaforma nel periodo luglio-settembre 2021, nonché l’intento di manipolare il comportamento dei consumatori (“*our fraud detection software has identified and removed [5-15] fake reviews from facileristrutturare.it between [omissis] July 2021 and [omissis] September 2021. Fake reviews are those that do not represent a genuine service or buying experience or are used as a deliberate attempt to manipulate consumer perception or behaviour” e l’invito a cessare questa condotta (“*We do not tolerate review fabrication of any kind. You must immediately cease and desist with engaging in review fabrication*”)⁹⁹. Infine, in tale*

⁹⁸ In proposito la comunicazione di TP del 24 agosto 2021, citata dai Professionisti a loro favore, afferma altresì che “*your employees or anyone linked with your business must not write a review of your business*” e “*We take steps to stop businesses fabricating reviews whenever we detect it. If we continue to detect this behavior, you will receive additional automated messages, and this may result in a formal notice and ultimately the enforcement steps set out in our Action we Take policy*” (sottolineature aggiunte).

⁹⁹ Per completezza, si riporta un’ampia citazione della comunicazione di “*Cease and Desist*” inviata da TP il 2 settembre 2021 “*We are writing to you because our fraud detection software has identified and removed [5-15] fake reviews from facileristrutturare.it between [omissis] July 2021 and [omissis] September 2021. Fake reviews are those that do not*

comunicazione, TP si riservava di terminare l'abbonamento con FR e di inserire un *warning* per i consumatori sulla pagina di FR (“[to] *terminate any subscription you have with Trustpilot*” e di “[to] *place a prominent consumer warning on your business profile page*”). In proposito, come già indicato, FR rispondeva a TP il 6 settembre 2021 affermando di aver condiviso internamente le regole della piattaforma in modo da evitare in futuro “errori involontari” (“[omissis], *we reviewed and shared your rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake, [omissis]*”). Successivamente, il 5 ottobre 2021, TP chiedeva a FR di svolgere un'indagine interna per determinare l'origine delle recensioni non autentiche (“*We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication*”) e di chiarire ai propri dipendenti/collaboratori che non potevano pubblicare recensioni sui servizi di FR, anche ove ne avessero fruito come clienti (“*Please also make it clear to staff that, as per our guidelines, they're never allowed to review the company they work for, even if they've bought something or otherwise had an experience*”).

Inoltre, la comunicazione del 6 gennaio 2023 di TP si riferisce, tra l'altro, alla sua precedente “*Cease and Desist notice*” del 2 settembre 2021 riguardante l'individuazione e la rimozione di false recensioni (“*Previous warning about fake reviews. We had previously issued a Cease and Desist Notice for fake reviews on 2 September 2021 after our fraud engines identified and removed reviews with suspicious patterns*”; (sottolineature aggiunte).

96. Ad ogni modo e anche a voler interpretare le comunicazioni di TP del 24 agosto, del 2 settembre e del 5 ottobre 2021 nonché la risposta di FR, contrariamente alla loro lettera, come riguardanti la sola pubblicazione di recensioni non conformi alle linee-guida di TP, ciò avrebbe comunque dovuto indurre i Professionisti a verificare attentamente l'operato dei loro dipendenti/ collaboratori nella pubblicazione di recensioni sulle piattaforme *on line*, anche con riferimento alla loro autenticità (tenuto pure conto dei citati criteri stabiliti per la valutazione delle *performance* dei collaboratori di FR). Tanto più perché, sin dal settembre 2021, TrustPilot si riservava di terminare il contratto con FR e di inserire un avviso per i consumatori sulla pagina ad esso dedicata (come successivamente avvenuto).

97. Riguardo all'argomento difensivo secondo cui la condotta contestata non avrebbe inciso sulla scelta commerciale del consumatore medio, non avendo influenzato il *rating* di FR pubblicato su TrustPilot si osserva che le violazioni del Codice del consumo costituiscono pacificamente illeciti di pericolo volti a prevenire effetti dannosi anche solo ipotetici per il consumatore¹⁰⁰.

(ii) *L'impiego del dato “98% di clienti soddisfatti”.*

98. Anche la diffusione, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di una percentuale dei clienti soddisfatti (nella specie: il 98%) falsa e decisamente maggiore rispetto a quella reale costituisce una violazione degli articoli. 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera *b*), e *f*), nonché 22, del Codice del consumo

represent a genuine service or buying experience, or are used as a deliberate attempt to manipulate consumer perception or behaviour. This includes reviews that are created by, or on behalf of, the reviewed business. In this case, our systems have detected that the fake reviews removed from Trustpilot relating to your domain originate from your business [...] We do not tolerate review fabrication of any kind. You must immediately cease and desist with engaging in review fabrication”.

¹⁰⁰ Sulla qualificazione dell'illecito consumeristico come di mero pericolo v., ad esempio, le pronunce citate nelle Osservazioni preliminari.

99. Considerazioni analoghe a quelle sopra esposte per la diffusione di recensioni non autentiche valgono pure per l'impiego, nelle comunicazioni commerciali di FR diffuse via *internet*, del dato falso e fuorviante per i consumatori sulla percentuale del 98% dei clienti soddisfatti dai servizi di questo professionista. Infatti, anche questa condotta, seppur tramite una diversa modalità, è manifestamente finalizzata ad accreditare un livello di soddisfazione degli utenti maggiore di quella reale, potendo indurre in errore i consumatori sulla scelta del professionista cui affidare il servizio di ristrutturazione e sulle sue caratteristiche, nonché sulle capacità e i riconoscimenti attribuiti dai clienti ai Professionisti, in violazione degli articoli. 21, con particolare riferimento al comma 1, lett. b), e f), nonché 22, del Codice del consumo. Inoltre, anche tale comportamento risulta manifestamente scorretto e grave sulla base del canone di diligenza professionale *ex* articolo 20, comma 2, del Codice del consumo.

100. Gli elementi istruttori acquisiti confermano che il *claim* "98% [di] clienti soddisfatti" è stato diffuso tramite una pagina chiaramente riferibile ai Professionisti¹⁰¹, ove era agevolmente raggiungibile con un rapido *scroll*, ed era enfatizzato nell'ambito dell'importante *partnership* con la Nazionale di calcio e la FIGC¹⁰². Inoltre, i dati rinvenuti in ispezione sulla soddisfazione dei clienti smentiscono apertamente quello del 98% di clienti soddisfatti, attestandosi su percentuali di gran lunga più basse. Ulteriormente, come emerge dal verbale ispettivo, tale dato non risulta fornito dalle funzioni aziendali *marketing* e *customer experience* dei Professionisti e dette funzioni aziendali - nel corso dell'ispezione - non sono riuscite a spiegare l'origine e le modalità di determinazione del dato del 98% di clienti soddisfatti.

101. Riguardo alle argomentazioni difensive dei Professionisti, oltre a quanto sopra indicato, si aggiunge quanto segue.

I *report* sopra citati riguardano proprio la "*analisi [della] customer satisfaction*" (così *VOC REPORT - Consuntivo 2022*, pag. 2, *VOC REPORT - GENNAIO 2023*, pag. 2 e *VOC REPORT - febbraio 2023* pag. 2); inoltre, e ad esempio, il primo cita l'"*andamento [omissis] della soddisfazione del cliente [omissis]*" (pag. 23) e, dunque, proprio il dato ingannevolmente pubblicizzato. In ogni caso, appare non conforme a diligenza professionale e ingannevole dedurre il dato di soddisfazione dei clienti dal numero dei contenziosi instaurati nei confronti di FR, ben potendo un consumatore essere considerato come "non soddisfatto" pure in assenza di un contenzioso (come dimostrano proprio i *report* sopra citati riguardo ad esempio alla percentuale dei "*Detractor*" e dei clienti "*Completamente insoddisfatti*"). Inoltre, anche a voler considerare per stabilire la percentuale di soddisfazione dei clienti il più ampio periodo 2014-2022, i Professionisti avrebbero dovuto definire correttamente tale dato tenendo pure conto di quelli di soddisfazione conseguiti nel 2022 e nei primi mesi del 2023, che risultano ben lontani dal 98%.

102. Sull'applicabilità dell'articolo. 21, comma 1, lettere b) e f), del Codice del consumo alla condotta contestata, si rinvia a quanto affermato riguardo alla condotta sulle false recensioni. Si precisa che la contestazione dell'articolo 22 del Codice del consumo riguardava la mancata

¹⁰¹ Cfr. l'estensione dell'indirizzo *web* <https://promo.facileristrutturare.it>.

¹⁰² Cfr. le rilevazioni effettuate d'ufficio, ad esempio, il 7, il 16 e il 22 marzo 2023, alla citata pagina, dove comparivano le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella (noti *testimonials* di FR) L'importanza di tale *partnership* è provata, anche attualmente, dalla circostanza che la stessa, al 12 settembre 2023 e al 22 novembre 2023, è ancora pubblicizzata sulla *home page* del sito di FR.

indicazione, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, dei criteri utilizzati per definire il dato di soddisfazione pubblicizzato del 98%.

C) L'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata.

103. L'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%, costituisce una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera d), e 22, del Codice del consumo.

In primo luogo, tale condotta è idonea a indurre in errore, anche mediante omissioni informative, i consumatori riguardo al prezzo dei materiali impiegati nella ristrutturazione o al “*modo in cui questo è calcolato*”, ove acquistati tramite di esso, e dunque rispetto a una voce di costo rilevante per la decisione commerciale del consumatore, in violazione degli articoli 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera d), e 22 del Codice del consumo

Inoltre, pure tale comportamento risulta manifestamente contrario al dovere di diligenza professionale di cui all'articolo 20, comma 2, del Codice del consumo (analogamente a quanto affermato per la condotta sulle false recensioni), in quanto contrario a basilari principi di correttezza e buona fede.

104. Dalle evidenze istruttorie, risulta che i Professionisti hanno sistematicamente applicato ai consumatori un costo occulto tramite l'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali di finitura delle ristrutturazioni in misura pari alla differenza tra l'aliquota IVA ordinaria al 22% e quella agevolata al 10%, in base a una non precisata “*policy aziendale*”. In proposito, i Professionisti hanno omesso di informare i consumatori dell'applicazione di tale ricarico, sia nei contratti e nei capitolati cui essi hanno aderito sia secondo altre modalità¹⁰³, approfittando indebitamente della circostanza per cui il costo totale della fornitura (imponibile del materiale ed IVA) fosse il medesimo con IVA al 22% e al 10%. Come descritto nella parte sulle evidenze acquisite, tale condotta scorretta era sistematicamente realizzata tramite la predisposizione di due distinti preventivi: il primo del fornitore dei materiali ed intestato a FR (ma firmato dal consumatore) con IVA al 22% e il secondo di FR con imponibile aumentato ed IVA al 10% (cfr. sul punto, tra l'altro, numerose segnalazioni).

105. In tale contesto, i Professionisti, anche tramite i loro dipendenti/ collaboratori facenti parte della rete vendita, hanno provato a giustificare l'applicazione ai consumatori di tale costo occulto, facendo scorrettamente ed ingannevolmente riferimento, ad esempio, al “*10,7% di interessi bancari*” e/o a un “*imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%*”, omettendo altresì di rispondere alle richieste di chiarimento formulate dai clienti.

106. Sul punto, la responsabilità dei Professionisti è ampiamente provata dai reclami a FR rinvenuti in ispezione, dalle segnalazioni pervenute all'Autorità dopo l'avvio del procedimento, da quanto testualmente riportato nelle “*Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori*”¹⁰⁴, da quanto dichiarato nella Memoria Difensiva e nelle *slide*, esposte nell'audizione del 14 giugno 2023, nonché ribadito nella Memoria Finale.

¹⁰³ V., ad esempio, le segnalazioni prot. n. 61523 del 18 luglio 2023, prot. n. 71500 del 5 settembre 2023 ed *e-mail* del 28 febbraio 2023, rinvenuta in ispezione, tutte citate nelle evidenze acquisite.

¹⁰⁴ Cfr. le “*Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori*”, secondo cui “*Per i clienti che sceglievano di appoggiarsi alla gestione di Facile Ristrutturare, si applicava come da policy aziendale condivisa con il cliente un ricarico del 10%. Il costo finale per il cliente rimaneva dunque il medesimo*”.

107. Infine, l'indicazione precedentemente contenuta nella FAQ "*Come viene gestito l'acquisto dei materiali?*", pubblicata sul sito di FR tra la fine di febbraio e l'inizio di marzo 2023, secondo cui "*Facile Ristrutturare applica generalmente un mark-up alle vendite dei prodotti*" risulta comunque ambigua ed omissiva, poiché non indicava chiaramente la natura di questo costo occulto, il suo ammontare e le sue modalità di calcolo. In ogni caso, l'introduzione di tale precisazione in una pagina secondaria del sito di FR risulta: (i) tardiva rispetto all'avvenuta applicazione del ricarico in esame, che per stessa ammissione dei Professionisti è avvenuto dal 1° gennaio 2021 all'8 gennaio 2023 e (ii) inidonea a rimediare al pregiudizio cagionato ai consumatori dal pagamento di tale costo occulto.

108. Riguardo alle argomentazioni difensive dei Professionisti sulla seconda pratica, oltre a quanto sopra indicato, si precisa quanto segue. Il presente procedimento non riguarda il fatto che il consumatore, nell'ambito di un contratto di appalto concluso con FR, potesse affidare a questo professionista pure la gestione pratica dello sconto in fattura contro il pagamento di un corrispettivo, ma la circostanza che i Professionisti applicassero, in ogni caso, un costo aggiuntivo tramite l'aumento dell'imponibile, senza indicarlo affatto o comunque in modo del tutto inadeguato al consumatore. In tal senso, neppure rileva l'approvazione del preventivo del fornitore e di quello di FR da parte del consumatore; ciò non elide in alcun modo l'intrinseca opacità ed ingannevolezza della condotta.

109. Ulteriormente, riguardo all'argomento difensivo dei Professionisti secondo cui l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo non riguarderebbe le condotte contestate, proibendo tale norma solo l'applicazione, nel corso della transazione, di ulteriori voci di costo, si osserva quanto segue. In primo luogo, l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), è formulato in termini generali ed esemplificativi riguardo agli elementi che attengono al prezzo di un prodotto o di un servizio e/o al "*modo in cui questo è calcolato*". Inoltre, nel caso in esame, il consumatore si aspettava legittimamente, tramite l'applicazione del più favorevole regime IVA al 10%, una riduzione del prezzo complessivo dei materiali acquistati tramite FR, mentre i Professionisti hanno ingannevolmente aumentato l'ammontare dell'imponibile, "incamerando" in modo occulto il beneficio derivante ai consumatori dall'applicazione dell'aliquota IVA al 10% anziché al 20%.

110. Ancora, la contestazione di omissività di cui all'articolo 22 del Codice del consumo, che si aggiunge a quelle *ex* articoli 20 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo, è giustificata proprio dalla mancata o comunque non chiara indicazione da parte dei Professionisti dell'applicazione di tale ricarico, che ha determinato il maggiore esborso per i consumatori nella misura sopra indicata.

111. Infine, riguardo all'asserito numero esiguo delle segnalazioni pervenute ai Professionisti e/o all'Autorità, si ricorda che "*l'eventuale esiguità delle segnalazioni non rileva ai fini della configurabilità della scorrettezza di una pratica commerciale*" trattandosi di un illecito di pericolo¹⁰⁵.

¹⁰⁵ V., ad esempio, Consiglio di Stato, 15 luglio 2019, n. 4976, sul caso *Tripadvisor* e la giurisprudenza citata nelle *Osservazioni preliminari*.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

112. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo - così come recentemente modificato dall'art. 1, comma 7, del D.lgs. n. 26/2023 - con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del Professionista.

Ai fini del presente procedimento, la predetta modifica normativa rileva relativamente alla Pratica Commerciale *sub A*), posto che la condotta di diffusione di false recensioni *on line*, risulta continuata dopo dell'entrata in vigore del richiamato D.Lgs. n. 26/2023. Diversamente, tale modifica normativa non rileva per la Pratica Commerciale *sub B*), che è cessata prima del 2 aprile 2023.

113. In caso di procedimento che abbia a oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza 10 dicembre 2020, n.7852).

114. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

115. Riguardo alle infrazioni poste in essere dai Professionisti, nel valutare la gravità delle violazioni si tiene conto, in generale, dei seguenti elementi: (i) la specificità del settore delle ristrutturazioni, che pone il consumatore committente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto alle imprese appaltatrici; (ii) i mezzi impiegati per la diffusione delle condotte contestate, ossia le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, il sito internet di FR (<https://www.facileristrutturare.it/>) e la pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, tutti strumenti suscettibili di raggiungere rapidamente un elevato numero di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale, nonché la propria rete vendita, parimenti localizzata sull'intero territorio nazionale; (iii) lo sfruttamento della notorietà e della credibilità acquisita dai Professionisti presso il pubblico tramite la *partnership* con la Nazionale di Calcio, la FIGC e l'impiego, nelle proprie numerose e diversificate comunicazioni commerciali, di noti *testimonials* come Paolo Marella e Roberto Mancini; (iv) l'entità complessiva del pregiudizio economico derivato ai consumatori, in ragione della natura del servizio di ristrutturazione prestato, connotato da un rilevante prezzo e che richiede importanti investimenti.

116. Riguardo alla rilevante dimensione economica dei Professionisti, e specialmente di FR, si osserva quanto segue. FR ha presentato un *trend* in crescita di ricavi e utili a partire dal 2019 al 2021, ottenendo ricavi delle vendite e delle prestazioni di oltre 53,4 milioni di euro nell'esercizio 2019, di oltre 72 milioni di euro nel 2020 e di oltre 203 milioni di euro nel 2021, per poi scendere a 145 milioni di euro nel 2022 (con utili rispettivamente, in questi esercizi, di circa euro 821.000, 553.000, oltre 15 milioni e oltre 5 milioni di euro). Per FR il margine operativo lordo (MOL) nel 2022 risulta pari a [2-10 milioni di] euro. Renovars S.p.A. ha realizzato ricavi delle vendite e delle prestazioni per oltre 5,3 milioni di euro nell'esercizio 2022 e per oltre 3,2 milioni di euro nell'esercizio 2021,

conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 12,4 milioni di euro e oltre 516.000 euro. In particolare, tale società ha ottenuto proventi da partecipazioni per oltre 13,6 milioni di euro nel 2022 e oltre 533.000 nel 2021¹⁰⁶. Per Renovars S.p.A. il MOL, nel 2022, risulta pari a [200.000-1.000.000] euro.

117. Ai fini della valutazione in termini di gravità della Pratica Commerciale *sub A*, rileva la pluralità dei profili di illiceità riscontrati e la specifica tipologia delle infrazioni, caratterizzate da un significativo grado di offensività. In particolare, come sopra indicato, la diffusione di recensioni *on line* non autentiche è idonea ad avere un impatto rilevante sulle decisioni commerciali dei consumatori, poiché i giudizi di altri clienti che hanno già fatto esperienza, di un determinato servizio possono orientarne sensibilmente le scelte; nel caso di specie, rileva altresì la notevole diffusione delle false recensioni *online* tramite le importanti piattaforme TrustPilot e Opinioni.it, benché l'istruttoria non abbia evidenziato l'esistenza di un sistema "centralizzato" e direttamente gestito dai soggetti apicali/amministratori dei Professionisti per la diffusione di recensioni *on line* non autentiche.

Parimenti, pure la diffusione di un dato falso e molto elevato sul livello di soddisfazione dei clienti (il 98%), molto diverso ed assai maggiore di quello reale, poteva contribuire in modo rilevante a orientare le scelte economiche dei consumatori verso i servizi dei Professionisti.

118. Per quanto riguarda la durata della Pratica Commerciale *sub A*, dagli elementi disponibili in atti risulta quanto segue.

(i) La condotta di diffusione di false recensioni *on line* risulta posta in essere quantomeno a partire dal 21 marzo 2019, data dell'inserimento della prima recensione considerata non autentica sulla piattaforma Opinioni.it. I Professionisti ammettono che questa condotta è durata fino a tutto marzo 2023¹⁰⁷; inoltre, contrariamente a quanto da essi affermato, tale condotta risultava ancora in essere all'11 maggio 2023, poiché la pagina del sito di TrustPilot dedicata a FR permetteva alle recensioni sui suoi servizi, almeno fino a quella data, l'avviso che la piattaforma stava svolgendo indagini sulle recensioni pubblicate e secondo quanto dichiarato da Opinioni.it. "[a]lla data del 12 maggio 2023, sono [100-400] le opinioni respinte perché l'IP era comune ad altri utenti". Anche con riferimento ai profili di *culpa in vigilando* rispetto all'attività dei dipendenti/ collaboratori dei Professionisti, questa condotta risulta interrotta, in data 1° ottobre 2023, tramite l'entrata in vigore delle modifiche al processo di valutazione delle recensioni, confluite nel "Mansionario Store Manager" e nella procedura sanzionatoria, secondo quanto indicato nella Memoria Finale. Dunque, la condotta contestata risulta posta in essere quantomeno dal 21 marzo 2019 al 30 settembre 2023.

(ii) Il *claim* "98% di clienti soddisfatti", per stessa ammissione dei Professionisti, risulta essere stato diffuso almeno dal 24 dicembre 2022 al 26 marzo 2023 ed è stato rimosso dopo l'avvio del presente procedimento¹⁰⁸. Ai fini della quantificazione della sanzione, si deve, tuttavia, rilevare che questa condotta risulta cessata prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. n. 26/2023.

119. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. per la Pratica Commerciale *sub A* nella misura di 500.000 (cinquecentomila) euro.

¹⁰⁶ Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

¹⁰⁷ Cfr. pag. 36 della Memoria Finale.

¹⁰⁸ Cfr. pag. 11 della Memoria Difensiva.

120. Ai fini della valutazione in termini di gravità della Pratica Commerciale sub B, fermo restando quanto dianzi indicato circa la rilevante dimensione economica dei Professionisti, occorre considerare la specifica tipologia dell'infrazione, caratterizzata da un significativo grado di offensività, l'entità complessiva del pregiudizio economico causato ai consumatori e le rilevanti utilità conseguite dai Professionisti. Sul punto, rileva altresì che i consumatori si attendessero dai Professionisti, dai loro dipendenti/collaboratori e dalla loro rete di vendita una condotta pienamente conforme a diligenza professionale, tenuto conto pure della rilevanza degli investimenti effettuati e del rapporto fiduciario intercorrente tra appaltatori e consumatori committenti.

121. Per quanto riguarda la durata della Pratica Commerciale sub B, il costo occulto fatto pagare ai consumatori in caso di IVA agevolata, per stessa ammissione dei Professionisti, risulta essere stato applicato dal 1° gennaio 2021 all'8 gennaio 2023.

122. Con riferimento all'utilità conseguita dai Professionisti rileva quanto segue. L'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali di finitura - riguardante la differenza tra l'aliquota IVA ordinaria al 22% e quella agevolata al 10% - sulla base delle risultanze istruttorie, è pari al 10%, arrotondato per difetto. Secondo le informazioni rese dai Professionisti, sono stati conclusi con consumatori, rispettivamente, nel 2022 e nel 2021, [4.000-7.000] e [4.000-7.000]¹⁰⁹ contratti di ristrutturazione immobili.

Nella Memoria Difensiva, i Professionisti, nel rispondere a specifica domanda degli Uffici, hanno dichiarato di non essere in grado di indicare il numero dei consumatori cui è stato applicato il "ricarico del 10%" nelle annualità 2021 e 2022¹¹⁰; pertanto, per definire tale dato può farsi riferimento alle segnalazioni presenti agli atti. In base ad esse, si può stimare che circa il 65% dei contratti conclusi da FR con i consumatori riguardasse l'acquisto di materiali di finitura per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata; riducendo prudenzialmente e a favore dei Professionisti, tale percentuale, si può stimare che il 50% dei contratti siano stati interessati dal predetto ricarico. Si può quindi considerare, ancora tramite una stima per difetto, che, complessivamente, almeno [4.000-7.000] contratti nel biennio 2021 - 2022 siano stati interessati dall'aumento unilaterale dell'imponibile.

Inoltre, sulla base delle segnalazioni agli atti, il valore medio dei materiali acquistati dai consumatori segnalanti risulta, arrotondato per difetto, di 17.000 euro.

Alla luce delle predette considerazioni, tenuto della stima (prudenziale e per difetto): del numero dei contratti interessati dalla pratica nel biennio 2021 - 2022, del ricarico del 10% e del valore medio dei materiali di finitura acquistati dai consumatori, si può concludere che i Professionisti abbiano conseguito dalla Pratica Commerciale sub B un'utilità lorda di 8.500.000 euro. Tale valore è ulteriormente abbattuto del 50%, sempre a favore dei Professionisti, per tenere conto delle spese sostenute per la gestione dello sconto in fattura, come rappresentato nelle loro difese¹¹¹ e del carattere empirico della presente stima, ottenendo l'importo, 4.250.000 di euro. Tenendo conto della possibile riduzione di ricavi e utili dei Professionisti nel corso 2023, tale valore è, infine, ridotto prudenzialmente a 4.000.000 di euro.

¹⁰⁹ Cfr. pag. 16 della Memoria Difensiva per i contratti conclusi nel 2022 e pag. 7 della memoria difensiva inviata nel procedimento PS/12286, il 19 maggio 2022, per i contratti conclusi nel 2021.

¹¹⁰ Cfr. pag. 16 della Memoria Difensiva.

¹¹¹ Ad esempio, si tratterebbe delle spese per *[omissis]* (cfr. Memoria Finale, pagg. 26-27).

123. Sulla base di tali elementi e considerazioni, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la Pratica Commerciale sub B, nella misura di 4.000.000 (quattro milioni) euro.

124. Le sanzioni dianzi indicate, rispettivamente, per la Pratica Commerciale *sub A* e per la Pratica Commerciale *sub B*, risultano pienamente proporzionate in considerazione delle dimensioni economiche dei Professionisti, della gravità e durata delle condotte poste in essere, e dell'utilità da essi conseguita, nonché funzionali a garantire alla sanzione il suo necessario carattere di deterrenza, generale e specifica, tenuto anche conto dei massimi edittali applicabili alle due pratiche, rispettivamente, di 10.000.000 e 5.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la Pratica Commerciale *sub A*, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa le caratteristiche (in particolare la qualità, la serietà, la tempistica, la convenienza e i risultati attesi) del servizio di ristrutturazione di immobili residenziali offerto dai Professionisti, nonché sulle loro qualifiche, capacità e sui riconoscimenti attribuiti dai clienti ai loro servizi, attraverso la diffusione di recensioni *on line* non autentiche e alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato falso sulla percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di Facile Ristrutturare;

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la Pratica Commerciale *sub B*, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. risulta scorretta ai sensi degli articoli. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori, anche mediante omissioni informative, circa il prezzo dei materiali per la ristrutturazione acquistati tramite Facile Ristrutturare S.p.A.;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II.A del presente provvedimento, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II.B del presente provvedimento, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare, in solido, a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la violazione di cui al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 500.000 € (cinquecentomila euro);

d) di irrogare, in solido, a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la violazione di cui al punto *b*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 € (quattromilioni di euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

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

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 135, comma 1, lett. *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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

PS12615 - TAKE IT SLOWLY BY UN'ALTRA SICILIA-CREDIT CARD SURCHARGE

Provvedimento n. 31015

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, 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 del 26 luglio 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12615 nei confronti di Take it slowly by un'altra Sicilia di [omissis]* (PI 04821080878);

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Take it slowly by un'altra Sicilia di [omissis], in qualità di professionista (di seguito anche "Take it slowly", "Professionista" o "Impresa"), ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lett. b), del Codice del consumo. L'impresa opera nel settore delle agenzie di viaggio anche attraverso il sito *web* www.unaltrasicilia.com (di seguito "sito").

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento ha oggetto l'applicazione, da parte di Take it slowly, di un costo aggiuntivo a carico del consumatore legato al mezzo di pagamento utilizzato per effettuare gli acquisti.

3. In particolare, sulla base di una segnalazione pervenuta¹, è emerso che il Professionista ha richiesto che, in aggiunta al prezzo inizialmente indicato durante il processo di acquisto di un pacchetto turistico, le spese di commissione per il pagamento tramite PayPal o carta di credito fossero a carico dell'acquirente, senza specificarne l'importo.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE**III.1 L'iter del procedimento**

4. Sulla base delle informazioni acquisite in atti e, in particolare, delle informazioni contenute nella segnalazione², in data 26 luglio 2023 è stato comunicato a Take it slowly l'avvio del procedimento istruttorio PS12615, per verificare la sussistenza di condotte in possibile violazione dell'articolo 62

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

¹ V. doc. 1.

² *Ibidem*.

del Codice del consumo³ in relazione alla previsione da parte del Professionista di un sovrapprezzo a carico del consumatore in caso di pagamento tramite carta di credito o PayPal (c.d. *credit card surcharge*).

5. In data 5 settembre 2023⁴, il Professionista ha trasmesso una memoria difensiva e ha parzialmente risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento, allegando istanza di proroga per l'integrazione delle informazioni mancanti che è stata accordata con comunicazione inviata l'11 settembre 2023⁵.

6. Take it slowly, con comunicazione pervenuta il 20 settembre 2023⁶, ha trasmesso le informazioni mancanti.

7. In data 13 ottobre 2023⁷, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

8. In data 8 novembre 2023⁸, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6 del Codice del consumo e dell'articolo 16, comma 3 e 4, del Regolamento che è pervenuto il successivo 29 novembre 2023⁹.

III.2 Le evidenze acquisite

9. Nella segnalazione pervenuta all'Autorità, il segnalante ha rappresentato che, all'atto del pagamento di un pacchetto turistico concordato con il Professionista tramite corrispondenza elettronica intercorsa con lo stesso, quest'ultimo ha dichiarato che le spese di commissione per l'uso di carta di credito o PayPal sarebbero state a carico del segnalante, senza specificarne l'importo. Dalla citata corrispondenza, allegata alla segnalazione, si evince che tali spese non erano previste per il pagamento con bonifico e sono emerse solo nella fase conclusiva dell'accordo, ovvero all'atto del pagamento (si riporta di seguito il testo della comunicazione trasmessa dal professionista al segnalante: "*Buongiorno, noi accettiamo pagamento solitamente tramite bonifico. Se vuole utilizzare questo sistema di pagamento, possiamo creare un link ma le spese di commissione saranno a Suo carico*")¹⁰.

10. Dalla documentazione allegata dal professionista nella memoria difensiva¹¹ risulta che Take it slowly utilizzi "*solitamente*"¹² il bonifico per l'ottenimento del corrispettivo e che, a fronte della richiesta del segnalante di pagare i servizi con carta di credito o PayPal, il professionista abbia dichiarato che sarebbe stato tecnicamente possibile utilizzare le diverse modalità di pagamento con commissioni a carico del cliente. A fronte delle rimostranze del segnalante, il Professionista ha

³ V. doc. 2.

⁴ V. doc. 3.

⁵ V. doc. 4.

⁶ V. doc. 5.

⁷ V. doc. 7.

⁸ V. doc. 8.

⁹ V. doc. 9.

¹⁰ V. doc. 1.

¹¹ V. doc. 3.

¹² V. docc. 1 e 3 (cfr. e-mail del Professionista del 3 aprile 2023, ore 09:18, allegata sia nella menzionata segnalazione che nella menzionata memoria di parte).

successivamente dichiarato di non poter generare il “*link di pagamento*” a seguito di un “*problema di gestionale*” non meglio precisato, concludendo che, se per il segnalante non fosse stato possibile inviare un bonifico, non si sarebbe proceduto oltre.

III.3 Le argomentazioni difensive di Take it slowly

11. Nella risposta alla richiesta di informazioni¹³, formulata nella comunicazione di avvio del procedimento, il Professionista ha dichiarato di non aver mai applicato il *surcharge*, rappresentando di aver sempre utilizzato “*lo strumento del bonifico bancario senza applicazioni di sovrattasse o surcharge di qualunque natura ed importo*”.

12. Inoltre, sebbene le commissioni per il pagamento tramite mezzi alternativi al bonifico bancario sarebbero state a carico del cliente, il Take it slowly avrebbe fatto riferimento a quanto riportato in un articolo reperibile *online* - prodotto agli atti¹⁴ - e, nello specifico, al “*caso in cui il cliente stesso avesse deciso di provvedere al pagamento inviando denaro con la modalità detta «amici e familiari» senza l'uso del saldo PayPal (che è gratis) ma con l'uso della propria carta di credito (che determina l'addebito di commissione percentuale)*”. Pertanto, il Professionista avrebbe “*solo voluto precisare proprio al cliente finale che egli avrebbe dovuto sopportare le commissioni che il sistema di pagamento avrebbe addebitato al titolare dell'account PayPal (il titolare dell'account)*”.

13. Il Professionista, infine, ha precisato che, al verificarsi dei fatti “*si era ancora nella fase della predisposizione del preventivo senza che fosse avvenuta la conferma dei servizi*”.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite *internet*, l'8 novembre 2023 è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo e dell'articolo 16, comma 3 e 4, del Regolamento.

15. L'AGCOM, con parere pervenuto il 29 novembre 2023, ha ritenuto che *internet* costituisca un mezzo di comunicazione idoneo a influenzare la diffusione della pratica commerciale oggetto di istruttoria¹⁵.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

16. Il procedimento in esame concerne l'illiceità della condotta posta in essere da Take it slowly consistente nella previsione a carico del consumatore di un supplemento di prezzo direttamente correlato allo strumento di pagamento da quest'ultimo prescelto (*c.d. credit card surcharge*), in contrasto con l'articolo 62 del Codice del consumo.

17. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento risulta che il professionista abbia imposto al consumatore di sostenere le spese di commissione per l'utilizzo di strumenti di pagamento alternativi al bonifico, e, in particolare, per l'uso di carta di credito o PayPal.

18. Tale condotta integra una violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo, in quanto la norma espressamente prevede che i professionisti “*non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti*”. Il divieto di cui

¹³ V. doc. 3.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ V. doc. 9.

all'articolo 62 prescinde dalla natura e/o qualifica del sovrapprezzo richiesta dal venditore, essendo vietata qualunque differenziazione del prezzo del bene/servizio in funzione della scelta del consumatore tra i diversi strumenti di pagamento¹⁶. Peraltro, si evince che, dalla corrispondenza allegata, tali spese oltre a non essere previste per il pagamento con bonifico, sono emerse solo nella fase conclusiva dell'accordo all'atto del pagamento.

19. La circostanza sopra richiamata dal Professionista secondo cui, allorché ha affermato che le commissioni sarebbero state a carico del cliente, intendeva fare riferimento a quanto riportato in un articolo reperibile *online* e, nello specifico, al “*caso in cui il cliente stesso avesse deciso di provvedere al pagamento inviando denaro con la modalità detta «amici e familiari» senza l'uso del saldo PayPal (che è gratis) ma con l'uso della propria carta di credito (che determina l'addebito di commissione percentuale)*”, appare del tutto inconferente ai fini della valutazione della fattispecie in esame - per la quale ciò che unicamente rileva è la pretesa del professionista di ricevere un supplemento di pagamento dai clienti che effettuano pagamenti con carta di credito o PayPal - e, tra l'altro, descrive una situazione diversa da quella occorsa al segnalante.

20. Peraltro, la circostanza dedotta dal Professionista, secondo cui al verificarsi dei fatti “*si era ancora nella fase della predisposizione del preventivo senza che fosse avvenuta la conferma dei servizi*”, non appare idonea a superare la contestazione dell'illecito. Infatti, la violazione in esame si considera integrata in ragione della circostanza che il beneficiario preveda a carico del pagatore spese supplementari relative all'utilizzo di strumenti di pagamento.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

21. Ai sensi dell'articolo 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 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista.

22. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

23. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame: (i) della dimensione economica del Professionista, preso atto che dai dati disponibili e in particolare dalla documentazione fiscale allegata dal professionista¹⁷ risulta che i ricavi con emissione di fattura per l'anno 2022 corrispondono a [100.000-200.000] euro, nonché del fatto che trattasi di ditta individuale e non di società; (ii) della natura della violazione che si presta ad avere impatto sull'obiettivo eurounitario di realizzare un sistema unico di pagamenti privo di discriminazioni tra strumenti; (iii) della diffusione della condotta e, in particolare, del fatto che, sebbene l'impresa operi nel settore delle agenzie di viaggio anche attraverso il sito *web* e, dunque, promuova i propri servizi

¹⁶ Cfr., altresì, l'articolo 2, comma 3, lettera d), del D lgs. n. 218/2017, che modifica il comma 4 dell'articolo 3 del D.Lgs. n. 11/2010 disponendo che “*Il beneficiario non può applicare a carico del pagatore spese relative all'utilizzo di strumenti di pagamento*”.

¹⁷ V. doc. 5 (cfr. l'integrazione delle informazioni rese dalla parte del 20 settembre 2023, protocollo n. 75492).

tramite un mezzo suscettibile di raggiungere potenzialmente un numero considerevole di consumatori, il *surcharge* è stato richiesto per il tramite di una corrispondenza bilaterale via *email*.

24. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dalla Parte almeno in occasione della negoziazione del pacchetto turistico con il segnalante nell'aprile 2023.

25. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Take it slowly nella misura pari al minimo edittale di 5.000 € (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta in esame consistente nella previsione e applicazione di costi per l'uso di determinati strumenti di pagamento, risulta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla signora [omissis], in qualità di titolare dell'impresa individuale Take it slowly by un'altra Sicilia di [omissis], costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una condotta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla signora [omissis], in qualità di titolare dell'impresa individuale Take it slowly by un'altra Sicilia di [omissis] una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila 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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12616 - TICKETSMS-CREDIT CARD SURCHARGE*Provvedimento n. 31016*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 26 luglio 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12616 nei confronti della società TICKETSMS S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. TICKETSMS S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo (di seguito anche "TICKETSMS" o "Professionista" o "Società").

2. La Società, attiva dal 23 ottobre 2017 e iscritta nella sezione speciale del Registro delle imprese, in qualità di *start-up* innovativa, dal 19 luglio 2019¹, opera nel settore del commercio di prodotti e servizi innovativi ad alto valore tecnologico e, attraverso il sito proprio *web* www.ticketsms.it (di seguito Sito), vende *online* biglietti per eventi.

3. La Società ha realizzato, nel 2022 un fatturato pari a [1.000.000–6.000.000]* euro, con un utile netto pari a [100.000–400.000] euro e un utile lordo (MOL) pari a [250.000–750.000] euro.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento ha a oggetto la previsione e l'applicazione di maggiorazioni di prezzo differenziate in funzione dello strumento di pagamento prescelto dal consumatore, per l'acquisto di biglietti per eventi sul Sito del Professionista, unico canale di vendita.

5. In particolare, sulla base di una segnalazione pervenuta all'Autorità², è emerso che il Professionista applicherebbe ai consumatori - al termine del processo di acquisto *online* sul Sito - un costo aggiuntivo legato al mezzo di pagamento utilizzato per effettuare gli acquisti.

¹ Cfr. allegato8 del doc.10.

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

² Cfr. doc. 1.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

6. Sulla base delle informazioni acquisite agli atti e, in particolare, della segnalazione pervenuta l'11 aprile 2023, è stato comunicato al Professionista³ l'avvio del procedimento istruttorio PS12616, per verificare la sussistenza di condotte in possibile violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo⁴.
7. In data 10 agosto 2023⁵, TICKETSMS ha presentato istanze di accesso agli atti, di proroga del termine per il deposito delle memorie e di audizione che sono state accolte con comunicazione trasmessa il 28 agosto 2023⁶.
8. In data 11 settembre 2023⁷, il Professionista ha presentato, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo, una proposta di impegni, volta a rimuovere i profili di scorrettezza della condotta oggetto di contestazione, che è stata rigetta dall'Autorità con decisione comunicata a TICKETSMS il 18 ottobre 2023⁸.
9. In data 18 settembre 2023⁹, si è svolta l'audizione e il Professionista ha fornito riscontro alle richieste di informazioni formulate nel corso della stessa, oltre che a quelle formulate nella comunicazione di avvio del procedimento.
10. In data 25 settembre 2023 e 6 ottobre 2023¹⁰, TICKETSMS ha depositato le proprie memorie difensive e trasmesso le informazioni e i documenti richiesti in sede di avvio.
11. In data 26 ottobre 2023¹¹, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttorie, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.
12. In data 15 novembre 2023¹², è pervenuta la memoria conclusionale di TICKETSMS e, il successivo 17 novembre 2023¹³, è stato chiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche "AGCOM"), ai sensi dell'articolo 27, comma 6 del Codice del consumo e dell'articolo 16, comma 3 e 4, del Regolamento, pervenuto il 14 dicembre 2023¹⁴.

³ Cfr. doc. 2.

⁴ Cfr. articolo 62, comma 1, del Codice del consumo: "[...] i professionisti non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti [...]"; nonché articolo 3, comma 4, del d.lgs. n. 11/2010 "Il beneficiario non può applicare a carico del pagatore spese relative all'utilizzo di strumenti di pagamento".

⁵ Cfr. doc. 3.

⁶ Cfr. doc. 5.

⁷ Cfr. doc. 6.

⁸ Cfr. doc. 14.

⁹ Cfr. doc. 11.

¹⁰ Cfr. doc. 11 e doc. 12.

¹¹ Cfr. doc. 15.

¹² Cfr. doc. 16.

¹³ Cfr. doc. 17.

¹⁴ Cfr. doc. 18.

Le evidenze acquisite

13. Dalle informazioni agli atti è emerso che, almeno a partire dal mese di aprile 2023¹⁵, il Professionista ha applicato, in fase di acquisto di biglietti per eventi sul proprio Sito, un sovrapprezzo differenziato a seconda del metodo di pagamento utilizzato.

14. In particolare, l'evidenza dell'esistenza e dell'applicazione da parte della Società di tale *surcharge*, è risultata dagli *screenshot* allegati alla segnalazione pervenuta¹⁶, relativi a una simulazione effettuata dal consumatore per l'acquisto di un biglietto per un evento (del costo di € 15 più ulteriori € 2 per diritti di prenotazione), nella quale il Professionista, in aggiunta al prezzo inizialmente indicato al consumatore, ha richiesto il pagamento di un supplemento pari a:

- € 1,11 per pagamento con carta di credito (cfr. immagine 1);
- € 1,59 per pagamento con PayPal (cfr. immagine 2);
- € 0,61 per pagamento con Voucher (cfr. immagine 3);
- € 0,99 per pagamento con Satispay (cfr. immagine 4);
- € 1,66 per pagamento con Scalapay (cfr. immagine 5).

Immagine 1 – Pagina web con il prezzo del prodotto pagando tramite carta di credito

The screenshot shows a checkout interface with the following elements:

- 1. Scegli i tuoi biglietti**: A green banner for 'INTERO' (full price) tickets. Price is €15 (+€2 ddp). Quantity is 1.
- 2. Seleziona il metodo di pagamento**: A dark grey form titled 'Inserisci carta' with fields for card number (1234 1234 1234 1234), MM/AA, and CVC. A red 'Conferma' button is at the bottom.
- Riepilogo**: A summary box showing 'INTERO x1' for €17 and a 24:58 Min. timer.
- Prezzo totale**: A red banner at the bottom right showing 'Prezzo totale € 18.11' and a red 'Acquista' button.
- Subtotale**: €17 and **Commissioni**: €1.11.
- Cliccando su acquista accetti termini e condizioni di Ticket2ma

¹⁵ Cfr. doc 1, cit.

¹⁶ Cfr. allegato doc.1, cit.

Immagine 2 - Pagina web con il prezzo del prodotto pagando tramite PayPal

Seleziona la data e l'orario

Domenica 9 Aprile
 Sabato 22 Aprile
 Lunedì 24 Aprile
 Sabato 29 Aprile
 Domenica 30 Aprile **Ore 18:00**

1. Scegli i tuoi biglietti

INTERO
 ingresso agevolato salita fila
 Acquisto valido fino al 30 aprile 2023

Prezzo **€ 15**
 + € 2 ddp

- 1 +

2. Seleziona il metodo di pagamento

Carta di credito
PayPal
 Voucher
 satispay
 scalapay

Riepilogo 🕒 24:41 Min.

INTERO x1
 € 17

Subtotale € 17
 Commissioni € 1.59
 Prezzo totale **€ 18.59**
Acquista

Cliccando su acquista accetti termini e condizioni di TicketDms

Immagine 3 - Pagina web con il prezzo del prodotto pagando tramite Voucher

9 Aprile
 22 Aprile
 24 Aprile
 29 Aprile
 30 Aprile **Ore 18:00**

1. Scegli i tuoi biglietti

INTERO
 ingresso agevolato salita fila
 Acquisto valido fino al 30 aprile 2023

Prezzo **€ 15**
 + € 2 ddp

- 1 +

2. Seleziona il metodo di pagamento

Voucher

Inserisci il codice

Conferma

Riepilogo 🕒 24:30 Min.

INTERO x1
 € 17

Subtotale € 17
 Commissioni € 0.61
 Prezzo totale **€ 17.61**
Acquista

Cliccando su acquista accetti termini e condizioni di TicketDms

Immagine 4 - Pagina web con il prezzo del prodotto pagando tramite SatisPay

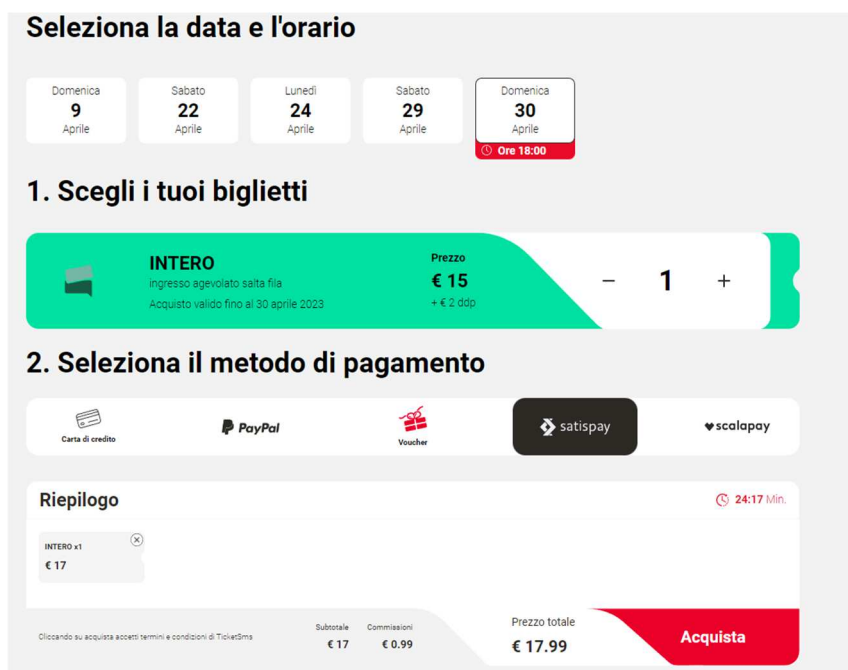
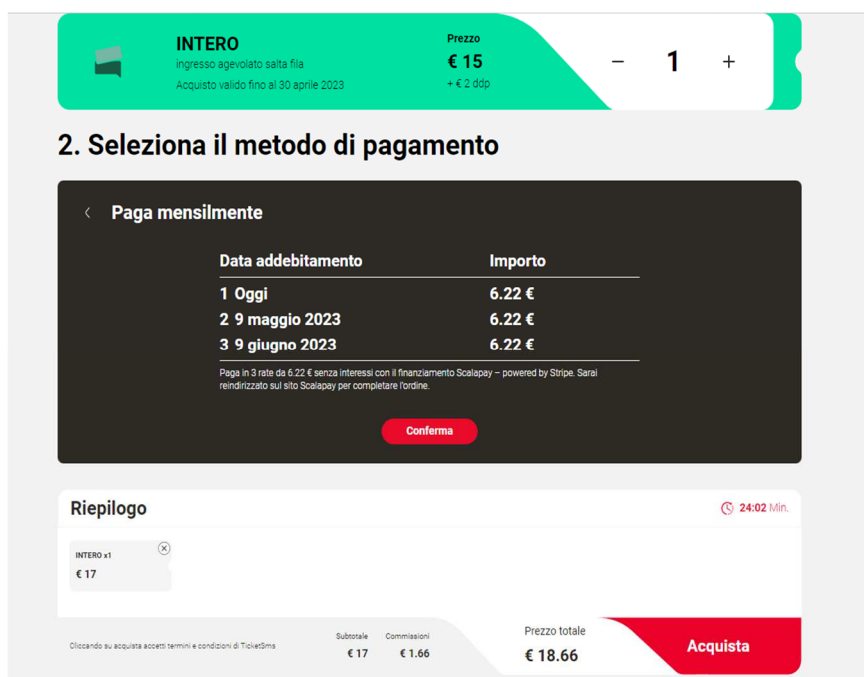


Immagine 5 - Pagina web con il prezzo del prodotto pagando tramite ScalaPay



2) Le iniziative assunte da TICKETSMS: le modifiche al sito web

15. TICKETSMS, con comunicazione pervenuta l'11 agosto 2023¹⁷, ha informato l'Autorità di aver modificato il proprio Sito, in via temporanea e cautelativa, al fine di interrompere *“la prosecuzione delle conseguenze oggetto di doglianza”*, prevedendo l'applicazione di una commissione di identico importo per tutti i servizi offerti, a prescindere dalla modalità di pagamento utilizzata.

16. Successivamente, con memoria pervenuta il 16 novembre 2023¹⁸, il Professionista ha comunicato di aver ulteriormente modificato l'impostazione del proprio Sito *“per mero scrupolo e a ulteriore riprova della propria buona fede, [...] in modo da evitare che la propria condotta commerciale possa essere nuovamente oggetto di contestazione”*.

17. Nello specifico, l'impostazione attuale del Sito *“consente di visualizzare in prima battuta e sin dal principio della procedura di acquisto, la composizione del prezzo al pubblico (i.e. prezzo del biglietto, eventuale DDPP e commissioni), indipendentemente e prima della selezione del servizio (e, quindi, anche del metodo di pagamento); mantiene commissioni di uguale importo per tutti i servizi offerti; in questa maniera eliminando definitivamente il rischio che possa ravvedersi qualsivoglia profilo di illiceità o anche solo di ambiguità.”*¹⁹.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

18. Sia nel corso dell'audizione²⁰ che nelle memorie successivamente depositate²¹, il Professionista ha dichiarato di non aver mai applicato un sovrapprezzo in relazione allo strumento di pagamento prescelto dal consumatore rappresentando, invece, di aver sempre operato politiche di *customer care*, finalizzate a costruire prodotti e servizi su misura per il cliente. Al riguardo, TICKETSMS ha rappresentato che, tra i servizi offerti ai propri clienti, riconosce il cambio biglietto nominale gratuito, eseguito mediante rivendita *“prioritaria”* del titolo da cambiare (ovvero rivendendo per primo proprio il biglietto oggetto della procedura di reso, diversamente dai propri *competitor* che, invece, effettuerebbero la rivendita c.d. *“residuale”*) e l'invio di SMS gratuito per il consumatore a conferma dell'emissione del biglietto²².

La differenziazione del valore delle commissioni tra le varie modalità di pagamento, applicate ai clienti per l'acquisto dei biglietti, avrebbe, quindi, risposto alla finalità di fornire servizi quanto più possibile personalizzati.

19. La Società ha, altresì, precisato che le suddette commissioni non costituiscono un ribaltamento sul cliente dei costi addebitati a TICKETSMS dai soggetti fornitori dei servizi di pagamento, bensì corrispettivi per l'attività di intermediazione che variano in funzione del diverso valore dei servizi forniti e, solo incidentalmente e in parte, anche in relazione al mezzo di pagamento prescelto e che

¹⁷ Cfr. doc. 3, cit.

¹⁸ Cfr. doc. 16, cit.

¹⁹ Nel medesimo documento, TICKETSMS ha evidenziato che tale condotta sia assolutamente conforme a quella di alcuni suoi *competitor*, rappresentando tuttavia come tale nuova impostazione risulti meno competitiva sul mercato rispetto a quella precedente.

²⁰ Cfr. doc. 11, cit.

²¹ Cfr. doc. 10 e 12, cit.

²² Cfr. pag. 16 del doc. 10, cit.

la diversificazione delle commissioni risponderebbe, quindi, alla logica di customizzare il servizio reso²³.

20. In particolare, TICKETSMS ha riferito che il costo al pubblico di un evento è composto da due separate voci: (i) la somma del prezzo dell'evento e dell'eventuale diritto di prevendita ("ddp", che l'organizzatore dell'evento decide in autonomia e che può discrezionalmente scegliere se riconoscere all'intermediario); (ii) le commissioni in favore di TICKETSMS che non sono altro che i suoi costi di intermediazione (e, quindi, il guadagno), il cui ammontare è fissato dalla Società e la cui applicazione è espressamente prevista dagli artt. 9.1 e 9.3 dei "*Termini e Condizioni*", consultabili nel *footer* del Sito²⁴.

21. Ad avviso di TICKETSMS, la differenziazione del valore delle commissioni per l'acquisto dei biglietti tra le varie modalità di pagamento, contestata con la comunicazione di avvio del procedimento, avrebbe, infatti, consentito la formulazione di servizi tailorizzati ("su misura"), garantendo che a ciascun consumatore fosse richiesto "*il solo controvalore della prestazione effettivamente ricevuta, senza rincari di sorta*"²⁵.

22. A riprova di quanto affermato, il Professionista ha riportato come esempi di servizi più onerosi per la Società sotto il profilo gestionale (e, quindi, con una commissione più alta) PayPal, Satispay e Scalapay (in ragione dello sforzo richiesto per istruire l'eventuale fase di contestazione della prestazione da parte del cliente ovvero tenuto conto della possibilità di rateizzare il pagamento) mentre - come servizio più economico - i Voucher (in cui l'attività di gestione del servizio e, di conseguenza la relativa commissione, è minima, essendo quest'ultima già pagata dal consumatore in fase di acquisto dell'originario biglietto di cui ora si chiede il cambio).

23. In particolare, la Società ha sostenuto di "*non applicare aggravii derivanti dalla selezione del mezzo di pagamento ma di offrire al Consumatore (i) servizi diversi (ii) remunerati secondo commissioni di proporzionato ammontare*" il cui importo varia "*a seconda della complessità del servizio e, di fatto, del costo gestionale allo stesso legato*". Ne deriva, quindi, che:

- nel caso di Scalapay, l'applicazione di commissioni in misura superiore è dovuta al fatto che TICKETSMS "*ha modo di garantire l'acquisto del biglietto a fronte di un dispendio di attività aziendale non indifferente*", in ragione della caratteristica dello strumento che consente di rateizzare il pagamento;
- nelle ipotesi di pagamento attraverso i circuiti PayPal e Satispay, invece, la commissione è maggiore in ragione del costo aziendale molto elevato e dell'"*impegno di uno o più addetti di TicketSms, secondo un iter lungo e dispendioso*", richiesto per l'espletamento dell'attività istruttoria in caso di contestazioni sull'esattezza della prestazione ricevuta e per l'eventuale richiesta di rimborso del prezzo pagato²⁶.

24. In relazione a tale ultimo aspetto, TICKETSMS ha dichiarato di aver gestito seicentotrentuno "istruttorie" ("*di cui la maggior parte relative ad istanze clamorosamente infondate*") connesse

²³ Cfr. pag.1 del doc. 11, cit.

²⁴ Cfr. pagg. 4 e 5 del doc. 10, cit.

²⁵ Cfr. pag. 7 del doc. 10, cit.

²⁶ Cfr. pagg. 6,7 e 8 del doc. 10, cit.

all'utilizzo di Paypal, producendo documentazione esemplificativa dell'avvenuta trattazione dei reclami (o richieste di rateizzazioni) da parte di propri dipendenti.²⁷

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

25. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso *internet*, in data 16 novembre 2023, è stato richiesto il parere all'AGCOM, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo e dell'articolo 16, comma 3 e 4, del Regolamento.

26. L'AGCOM, con parere pervenuto il 14 dicembre 2023, ha ritenuto che *internet* sia un mezzo di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la diffusione della condotta oggetto di istruttoria²⁸.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

27. Il procedimento in esame concerne l'illiceità della condotta posta in essere da TICKETSMS, consistente nella previsione e applicazione di una maggiorazione di prezzo a seconda dello strumento di pagamento prescelto per l'acquisto di biglietti per eventi sul Sito *web* del Professionista.

28. Tale condotta integra una violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo (che, in forza dell'articolo 60, comma 2 del Codice del consumo, si applica anche ai contratti di vendita) che ha introdotto il divieto, per i professionisti beneficiari di un pagamento, di imporre ai consumatori spese aggiuntive, rispetto al costo del bene/servizio, in relazione all'utilizzo di determinati strumenti di pagamento, prevedendo che: *“Ai sensi dell'articolo 3, comma 4, del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11, i professionisti non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti, ovvero nei casi espressamente stabiliti, tariffe che superino quelle sostenute dal professionista”*.

29. Il predetto divieto è stato, inoltre, ribadito nella direttiva (UE) 2015/2366 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno (c.d. “PSD2”), a sua volta recepita dal D.lgs. n. 218/2017²⁹, che ha previsto in particolare: (i) il divieto assoluto di *payment card surcharge*, insuscettibile di deroghe, a prescindere dunque dalla presenza o meno di discriminazione tra strumenti di pagamento; (ii) l'impossibilità per il venditore di applicare sconti in ragione del sistema di pagamento usato dall'acquirente³⁰.

30. Ciò premesso, la tesi difensiva del Professionista, secondo cui la maggiorazione di prezzo applicata si sostanzierebbe nella commissione che andrebbe a coprire i differenti costi di gestione

²⁷ Cfr. pag. 8 ed All. 15 e 16 del doc. 10, cit.

²⁸ Cfr. doc. 18, cit.

²⁹ Cfr. articolo 2, comma 3, lettera d), del D.lgs.n. 218/2017, che modifica il comma 4 dell'articolo 3 del D.lgs. n. 11/2010 disponendo che *“Il beneficiario non può applicare a carico del pagatore spese relative all'utilizzo di strumenti di pagamento”*.

³⁰ Sul punto, anche la giurisprudenza ha affermato che *“la norma in questione, non consente ai professionisti di imporre alla clientela spese supplementari in relazione all'uso di un determinato strumento di pagamento e, sia pure implicitamente, alla modalità di utilizzo dello stesso strumento di pagamento”* (cfr. Tar Lazio, I, 5 marzo 2021, n. 2762 - PS10724 -Sorgenia – Commisisoni e modalità di pagamento e, in senso analogo, Consiglio di Stato, VI, 18 novembre 2021, n. 7703 - PS10767 - Opodo - Servizi turistici on line) e che *“Il divieto ha portata generale e applicabile a qualsiasi strumento di pagamento, dal denaro contante alle carte di pagamento di debito o di credito.”* (cfr. Tar Lazio, sez. I, 9 settembre 2022, n. 11772).

sopportati dalla società, non supera la valutazione di contrarietà al sopra descritto articolo 62 del Codice del consumo.

31. Infatti, il servizio reso dal Professionista ha a oggetto sempre ed esclusivamente la vendita di un determinato bene (*i.e.* biglietto per evento) e nessun altro servizio aggiuntivo offerto da TICKETSMS ai propri clienti. L'asserita differenziazione di servizi che sarebbero collegati alla scelta di utilizzo di strumenti di pagamento come PayPal o ScalaPay (utilizzando i quali il consumatore può pagare a rate il biglietto ovvero formulare contestazioni in merito all'acquisto effettuato) non è riconducibile a una scelta commerciale del Professionista, ma riguarda condizioni che i circuiti di pagamento (PayPal, Satispay e Scalapay) garantiscono e che sono indicati sui rispettivi siti *web*, secondo i termini e le condizioni che questi applicano all'intermediario (come peraltro risulta chiaro anche dalle allegazioni fornite dalla Società).

32. Nel caso di specie, TICKETSMS ha previsto l'addebito di un supplemento in relazione alle modalità di pagamento utilizzate, in contrasto con la richiamata norma.

33. La circostanza richiamata dalla Società di non includere nell'importo della commissione applicata (e, quindi, non ribaltare sul consumatore) i costi bancari *e/o* di circuito applicati dagli istituti di credito, non rileva nel caso di specie, in quanto l'applicazione *di per sé* di sovrapprezzi connessi all'utilizzo di un determinato strumento di pagamento, configura una violazione del predetto articolo 62 del Codice del consumo (*c.d. credit card surcharge*).

34. Con riferimento alle modifiche apportate spontaneamente dal Professionista dallo scorso agosto - che prevedono l'applicazione di una commissione di importo identico in relazione alle differenti modalità di pagamento - non può considerarsi cessata la condotta illecita oggetto di contestazione, continuandosi a determinare un costo ulteriore per il consumatore, in relazione all'utilizzo degli strumenti di pagamento. Come detto, infatti, per effetto delle modifiche introdotte nel 2017, il legislatore italiano ha inteso censurare qualsivoglia sovrapprezzo connesso all'utilizzo di strumenti di pagamento a prescindere che sussista o meno una differenziazione tra i surcharge previsti per i diversi strumenti.

35. Peraltro, da quanto dichiarato e dalla documentazione depositata risulta che la previsione di un importo identico per le differenti modalità di pagamento è stata effettuata mediante una ridistribuzione proporzionale della commissione, secondo il metodo della media ponderata e che, a seguito di detta modifica, *“il consumatore si trova a sostenere costi superiori al valore effettivamente congruo poiché va a sostenere una quota della commissione per i servizi più costosi”*³¹.

36. Nello specifico, dalle dichiarazioni di TICKETSMS è emerso che il calcolo della commissione è stato effettuato *“[...] sulla base del servizio più costoso tra quelli offerti di fatto spalmando tale importo sulle commissioni previste per i servizi meno costosi, così inevitabilmente accrescendo queste ultime”*³².

37. La Parte ha dichiarato, altresì, di non essere in grado di stabilire la data a partire dalla quale i costi aggiuntivi sono stati applicati ai consumatori³³. Al riguardo e in base agli elementi istruttori acquisiti e alle dichiarazioni del Professionista, risulta che la pratica è, perlomeno, in essere a far data dall'11 aprile 2023 (*e-mail* del segnalante) e che possa considerarsi cessata il 16 novembre

³¹ Cfr. pag. 14 del doc. 10, cit.

³² Cfr. pag. 13 del doc. 10, cit.

³³ Cfr. pag. 2 del doc. 12, cit.

2023, atteso che, con l'attuale impostazione del Sito, il consumatore è in grado di conoscere fin da subito l'importo complessivo da corrispondere per l'acquisto del biglietto ed i relativi costi ad esso collegati (*i.e.* commissioni ed eventuali diritti di prevendita) che risultano calcolati a prescindere dallo strumento di pagamento utilizzato.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

38. Ai sensi dell'articolo 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 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista.

39. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

40. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame: (i) della dimensione economica del professionista, preso atto che dai dati trasmessi dal Professionista nell'ultimo bilancio disponibile (2022)³⁴ risulta un fatturato pari a [1.000.000–6.000.000] euro e che il MOL relativo al medesimo periodo di esercizio corrisponde a circa [250.000–750.000] euro; (ii) della natura della violazione che si presta ad avere impatto sull'obiettivo euro unitario di realizzare un sistema unico di pagamenti privo di discriminazioni tra strumenti (iii) dell'ampiezza di diffusione della condotta e, in particolare, del fatto che l'impresa opera esclusivamente tramite il proprio sito *online* e che, pertanto, la condotta è suscettibile di coinvolgere un'ampia platea di consumatori, con conseguente maggiore rilevanza del potenziale pregiudizio arrecato.

41. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, è risultato che la pratica commerciale è stata posta in essere dalla Parte almeno nella data della simulazione di acquisto di biglietti sul sito *web* da parte del segnalante e, quindi, dall'11 aprile 2023 e che è cessata alla data del 16 novembre 2023, data in cui la Parte ha trasmesso la memoria conclusiva nella quale ha rappresentato di aver ulteriormente modificato l'impostazione del proprio Sito, in modo da consentire al consumatore di visualizzare sin dal principio della procedura di acquisto la composizione del prezzo al pubblico (costituito dal prezzo del biglietto dell'evento, eventuali diritti di prevendita e la commissione del Professionista per il servizio offerto, che resta dello stesso importo indipendentemente dalla selezione del metodo di pagamento prescelto).

42. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a TICKETSMS S.r.l. nella misura di 7.500 € (settemilacinquecento euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che, sulla base delle considerazioni su esposte, la condotta di cui al punto II consistente nella previsione e applicazione di costi per l'uso di determinati strumenti di pagamento, risulta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo;

³⁴ Cfr. All. 12 del doc. 12, cit.

DELIBERA

a) che la condotta di cui al paragrafo II del presente provvedimento, posta in essere dalla società TICKETSMS S.r.l. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una condotta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo e ne vieta la diffusione e continuazione;

b) di irrogare alla società TICKETSMS S.r.l., una sanzione amministrativa pecuniaria di 7.500 € (settemilacinquecento euro);

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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 milioni di 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo

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

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PS12617 - SICILYING-CREDIT CARD SURCHARGE

Provvedimento n. 31017

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte III, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 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 discriminazione e clausole vessatorie" (di seguito, "Regolamento") adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 26 luglio 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12617 nei confronti di Sicilying S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Sicilying S.r.l. in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo (di seguito anche "Sicilying" o il "Professionista" o la "Società"). Il Professionista è attivo nella vendita *online* di pacchetti turistici, attraverso il sito *web* www.sicilying.com.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento ha a oggetto l'applicazione, da parte di Sicilying, di maggiorazioni di prezzo a carico del consumatore a seconda dello strumento di pagamento utilizzato per l'acquisto di pacchetti di viaggio offerti sul proprio sito *internet* www.sicilying.com.

3. Nello specifico, il Professionista ha previsto l'applicazione di una commissione in caso di pagamenti effettuati tramite PayPal.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE**1. L'iter del procedimento**

4. Sulla base delle informazioni acquisite in atti e, in particolare, delle informazioni trasmesse con la segnalazione pervenuta il 5 aprile 2023¹, è stato comunicato a Sicilying l'avvio del procedimento istruttorio PS12617, per verificare la sussistenza di condotte in possibile violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo, in relazione alla previsione di un sovrapprezzo a carico del consumatore in caso di pagamento tramite PayPal dei pacchetti turistici offerti in vendita sul sito www.sicilying.com (c.d. *credit card surcharge*).

¹ V. doc. 1.

5. Il 28 agosto 2023, è pervenuta, da parte di Sicilying, una memoria difensiva e la risposta alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento².

6. Il 13 ottobre 2023 è stata inviata al Professionista la comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento³ e, i successivi 30 ottobre e 2 novembre 2023, sono pervenute sue ulteriori memorie difensive della Società⁴.

7. Il Professionista ha avuto accesso al fascicolo il 31 ottobre 2023⁵ e, il 3 novembre 2023, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6 del Codice del consumo e dell'articolo 16, commi 3 e 4, del Regolamento, che è pervenuto il 28 novembre 2023⁶.

2. *Le evidenze acquisite*

8. Dalle informazioni agli atti e, in particolare, dai documenti trasmessi da un segnalante in data 5 aprile 2023, è emerso che Sicilying ha previsto l'applicazione di una commissione, pari al 3% dell'importo totale, nel caso di pagamenti richiesti via *e-mail* tramite PayPal, addebitando, quindi, ai consumatori spese aggiuntive per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento.

9. L'evidenza della previsione di tale *surcharge* è emersa dal testo di un'*e-mail* con la quale il Professionista ha comunicato al consumatore segnalante la possibilità di prenotare un pacchetto turistico mediante il pagamento anticipato del relativo importo o tramite PayPal, con l'applicazione del "3% di commissione PayPal", oppure con carta di credito, PostePay o bonifico bancario, senza previsione di alcun costo aggiuntivo⁷.

3. *Le argomentazioni difensive del Professionista*

10. Il Professionista, nei propri scritti difensivi, pervenuti il 28 agosto 2023, 30 ottobre 2023 e 2 novembre 2023, ha rappresentato che il costo aggiuntivo richiesto non rappresenterebbe una compensazione dei costi relativi all'utilizzo di PayPal, bensì consisterebbe nella remunerazione del lavoro svolto dal *customer care* in relazione alla modulazione della richiesta di acquisto sulla base delle preferenze espresse dal cliente rispetto all'offerta proposta sul sito.

11. A tale riguardo, la Società ha precisato che qualora il cliente abbia "*ulteriori esigenze non analiticamente indicate sul sito e, comunque, aggiuntive rispetto a quanto previsto dalla offerta*", egli "*può contattarci tramite email e la gestione della pratica viene fatta attraverso un dedicato customer care*"⁸. Il Professionista ha, altresì, evidenziato che "[l]a gestione e completamento della richiesta del cliente che richiede delle prestazioni aggiuntive rispetto alla singola offerta presente sul sito, così come dei pacchetti, prevede un costo aggiuntivo rappresentato dal supporto e intervento del personale del *customer care*, che incide proprio per soddisfare le supplementari richieste del cliente, rispetto all'ordinaria offerta prevista dalla piattaforma". Il "costo addizionale

² V. doc. 3.

³ V. doc. 5.

⁴ V. doc. 7 e doc. 9.

⁵ V. doc. 6 e doc. 8.

⁶ V. doc. 10 e doc. 11.

⁷ V. doc. 1.

⁸ V. doc. 3(.

richiesto” sarebbe, dunque, ricondotto dal Professionista al “*pagamento del lavoro richiesto dal cliente al customer care di modulazione della richiesta rispetto all’offerta proposta sul sito*”.

12. La Società ha, inoltre, sottolineato che il cliente sarebbe “*debitamente e preventivamente informato*”⁹ di tale *policy*, in quanto la stessa sarebbe “*dettagliatamente indicata nella sezione del sito dedicata ai termini e condizioni di Sicilying*”¹⁰, nonché rappresentata al cliente “*sia tramite mail, sia di persona*”¹¹.

13. Sicilying ha, infine, evidenziato che “*sul sito «www.sicilying.com» e in caso di consultazione e acquisto diretto con la nostra piattaforma delle offerte proposte non viene richiesta alcuna commissione aggiuntiva*”¹² e che “*il pagamento dell’intervento del customer care è del tutto marginale rispetto alle vendite effettuate direttamente dalla Sicilying, il cui volume di affari è ampiamente determinato dalle vendite online e fisiche in sede e in via del tutto marginale con l’intervento del customer care*”¹³. Peraltro, il Professionista ha sostenuto che “[a] *seguito della segnalazione e in attesa della definizione del procedimento, la Sicilying ha provveduto a sospendere l’applicazione del costo di intervento del customer care*”¹⁴.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite *internet*, il 3 novembre 2023 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo e dell’articolo 16, commi 3 e 4 del Regolamento.

15. Con parere pervenuto in data 28 novembre 2023, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che *internet* costituisce un mezzo di comunicazione idoneo a influenzare la diffusione della pratica commerciale oggetto di istruttoria¹⁵.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

16. Il procedimento in esame concerne l’illiceità della condotta posta in essere da Sicilying, consistente nella previsione a carico del consumatore di un supplemento di prezzo direttamente correlato allo strumento di pagamento da quest’ultimo prescelto, in contrasto con l’articolo 62 del Codice del consumo.

17. Dalle evidenze acquisite nel corso del procedimento, è emerso che il Professionista abbia imposto al consumatore segnalante di sostenere le spese di commissione per l’utilizzo dello strumento di pagamento PayPal, spese che, in base alla corrispondenza allegata, non erano previste nell’ipotesi di pagamento effettuato mediante gli altri strumenti di pagamento messi a disposizione

⁹ V. doc. 9.

¹⁰ V. doc. 3. Invero, nelle condizioni generali di contratto, attualmente reperibili nel sito *internet*, non si rinviene tale informazione.

¹¹ V. doc. 7.

¹² V. doc. 3.

¹³ V. doc. 7.

¹⁴ V. *ibidem*.

¹⁵ V. doc. 11.

dal Professionista. Inoltre, in base a quanto dichiarato da Sicilying, il *surcharge* era richiesto solo per i pagamenti di pacchetti turistici acquistati a seguito di contatti via *e-mail* con il cliente, che, in base a quanto asserito dal Professionista, sarebbero gli unici per i quali si attiva il servizio di *customer care*.

18. Tale condotta integra una violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo, in quanto la norma espressamente prevede che i professionisti “*non possono imporre ai consumatori, in relazione all'uso di determinati strumenti di pagamento, spese per l'uso di detti strumenti*”. Il divieto di cui all'art. 62 prescinde dalla natura e/o qualifica del sovrapprezzo richiesto dal venditore, essendo vietata qualunque differenziazione del prezzo del bene/servizio in funzione della scelta del consumatore tra i diversi strumenti di pagamento¹⁶.

19. A tale riguardo non rileva dunque l'asserita natura compensativa del sovrapprezzo imposto (a titolo di remunerazione per il servizio di *customer care*), per l'impegno profuso dal Professionista nel rimodulare la formulazione del pacchetto richiesto dal cliente, così come affermato nelle memorie difensive della Società, poiché, diversamente da quanto asserito dalla Società, l'imposizione di tale sovrapprezzo è risultata specificamente ed espressamente connessa allo strumento di pagamento utilizzato. Ad ogni buon fine, l'asserita natura compensativa non ha trovato riscontro nelle evidenze acquisite, dal momento che la documentazione in atti ha dimostrato che la rimodulazione dell'offerta del pacchetto turistico non comporta alcuna imposizione di costi aggiuntivi qualora il pagamento sia effettuato mediante strumenti di pagamento diversi da PayPal.

20. Non rileva, inoltre, il fatto che il consumatore sarebbe preventivamente informato dell'applicazione di un sovrapprezzo in caso di rimodulazione del pacchetto turistico offerto in base alle esigenze dallo stesso espresse, dal momento che, come sopra evidenziato, l'illiceità della condotta in oggetto prescinde da tale aspetto.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

21. Ai sensi dell'articolo 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 euro a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione e anche delle condizioni economiche e patrimoniali del professionista.

22. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 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.

23. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nel caso in esame: *i)* della dimensione economica del Professionista, che presenta un fatturato al 31 dicembre 2022 pari a 1.084.697 euro¹⁷; *ii)* della natura della violazione che si presta ad avere impatto sull'obiettivo unionale di realizzare un sistema unico di pagamenti privo di discriminazioni tra strumenti; *iii)* della diffusione della

¹⁶ Cfr., altresì, l'articolo 2, comma 3, lettera *d*), del D. lgs. n. 218/2017, che modifica il comma 4 dell'articolo 3 del D.Lgs. n. 11/2010 disponendo che: “*Il beneficiario non può applicare a carico del pagatore spese relative all'utilizzo di strumenti di pagamento*”.

¹⁷ V. doc. 12.

condotta e, in particolare, del fatto che, sebbene l'impresa operi nel settore delle agenzie di viaggio anche attraverso il sito *web* e, dunque, promuove i propri servizi tramite un mezzo di comunicazione idoneo a raggiungere un numero potenzialmente considerevole di consumatori, il *surcharge* è stato richiesto per il tramite di una corrispondenza bilaterale via *e-mail*.

24. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dalla Società almeno a partire dal 3 aprile 2023¹⁸ e che, secondo quanto dichiarato dal Professionista, è stata sospesa a seguito della comunicazione di avvio dell'istruttoria in attesa della definizione del presente procedimento¹⁹.

25. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Sicilying S.r.l. nella misura pari al minimo edittale di 5.000 € (cinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta in esame, consistente nella previsione e applicazione di costi per l'uso di determinati strumenti di pagamento, risulta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sicilying S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una condotta in violazione dell'articolo 62 del Codice del consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Sicilying S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 5.000 € (cinquemila euro);

c) che la Società 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

¹⁸ V. doc. 1.

¹⁹ V. doc. 7.

nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 milioni di 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 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

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIV- N. 1 - 2024

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Angela D'Auria, Valerio Ruocco, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Direzione gestione documentale, protocollo e servizi
statistici
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <https://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
