



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXIV - n. 7

**Publicato sul sito www.agcm.it
19 febbraio 2024**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A569 - CONSORZIO NAZIONALE OLI USATI CONOU-CONDOTTE RESTRITTIVE NEL SETTORE DELLA RIGENERAZIONE	
<i>Provvedimento n. 31056</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	7
C12598 - ANIMA HOLDING/KAIROS PARTNERS	
<i>Provvedimento n. 31050</i>	7
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	11
AS1938 - VENETO AGRICOLTURA - ACQUISTO QUOTA CAPITALE SOCIALE CHECK FRUIT S.R.L.	11
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	16
PS12524 - GLO HYPER X2	
<i>Provvedimento n. 31053</i>	16
PS12557 - SEI SERVIZIO ENERGETICO ITALIANO/ATTIVAZIONI NON RICHIESTE	
<i>Provvedimento n. 31054</i>	58
PS12619 - LA CASA DELLA DIVISA-SURCHARGE PAGAMENTI	
<i>Provvedimento n. 31055</i>	79

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A569 - CONSORZIO NAZIONALE OLI USATI CONOU-CONDOTTE RESTRITTIVE NEL SETTORE DELLA RIGENERAZIONE

Provvedimento n. 31056

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 febbraio 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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 (oggi articoli 101 e 102 TFUE);

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

VISTO il Decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217;

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

VISTO il proprio provvedimento del 2 ottobre 2023, n. 30797, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/1990, nei confronti del Consorzio Nazionale per la gestione, raccolta e trattamento degli Oli minerali Usati (di seguito "CONOU"), per accertare l'esistenza di violazioni della concorrenza, ai sensi dell'articolo 102, lettere b) e c), del TFUE, nel mercato della rigenerazione degli oli lubrificanti usati, in particolare nella forma di un possibile abuso escludente a danno di operatori nuovi entranti;

VISTA la comunicazione dell'8 gennaio 2024 con cui il CONOU ha 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", consistenti in sintesi:

1. nel proporre ai concessionari una modifica dei relativi contratti, volta a rimuovere la facoltà di risoluzione *ex* articolo 1456 c.c. nell'ipotesi in cui gli stessi concessionari non conferiscano al CONOU gli oli usati da essi raccolti;
2. nel pubblicare sul proprio sito *web* il Regolamento Operativo ufficiale, in versione non confidenziale;
3. nel modificare il Regolamento Operativo specificando criteri e modalità di monitoraggio dei nuovi impianti di rigenerazione, propedeutici al riconoscimento del corrispettivo di rigenerazione.

CONSIDERATO che gli impegni presentati, nel loro complesso, appaiono non manifestamente infondati e tali da essere suscettibili di pubblicazione, impregiudicata ogni valutazione dell'Autorità sulla loro idoneità a risolvere le problematiche concorrenziali sollevate in sede di avvio;

RITENUTO, pertanto, di poter disporre la pubblicazione dei sopra citati impegni presentati dal CONOU affinché i terzi interessati esprimano le loro osservazioni, nonché di dover fissare il termine per l'adozione della propria decisione sugli impegni stessi;

DELIBERA

a) di pubblicare in data 16 febbraio 2024 sul sito *internet* dell'Autorità i sopra citati impegni allegati al presente provvedimento, di cui costituiscono parte integrante, presentati da CONOU ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/1990;

b) che eventuali osservazioni sugli impegni presentati da CONOU dovranno pervenire per iscritto, entro e non oltre il 18 marzo 2024 al Dipartimento per la Concorrenza II - Direzione Trasporti, Energia e Ambiente dell'Autorità (Piazza G. Verdi n. 6/A, 00198 Roma, tel. +39(0)6/85821.832, *fax* +39(0)6/85821.375, PEC: *protocollo.agcm@pec.agcm.it*);

c) che eventuali rappresentazioni da parte del CONOU della propria posizione in relazione alle osservazioni presentate da terzi sugli impegni, nonché l'eventuale introduzione di modifiche accessorie agli stessi, dovranno pervenire per iscritto all'Autorità entro e non oltre il 17 aprile 2024.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12598 - ANIMA HOLDING/KAIROS PARTNERS

Provvedimento n. 31050

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

SENTITO il Relatore Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Anima Holding S.p.A., pervenuta in data 4 gennaio 2024;

CONSIDERATO quanto segue

I. LE PARTI

1. Anima Holding S.p.A. (di seguito, "Anima"), società di diritto italiano, è la *holding* a capo del gruppo Anima, attivo nell'ambito del risparmio gestito, con particolare riferimento alla gestione di patrimoni individuali, di fondi comuni di investimento (aperti e chiusi) e di fondi pensione (aperti). Anima è una società ad azionariato diffuso, i cui principali soci sono l'istituto bancario Banco BPM (detentore del 22% circa del capitale), il Ministero dell'Economia e delle Finanze tramite Poste Italiane (12% circa) e la società FSI SGR S.p.A. (10% circa). Nel corso del 2022, il gruppo Anima ha realizzato, quasi interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a [1-2 miliardi]* di euro.

2. Kairos Partners SGR S.p.A. (di seguito, "Kairos") è una società italiana di gestione del risparmio, principalmente attiva nelle gestioni patrimoniali, nei fondi comuni, nelle società di investimento a capitale variabile (Sicav) e nei fondi alternativi.

L'intero capitale sociale di Kairos risulta detenuto da Kairos Investment Management S.p.A., una *holding* di partecipazioni operante nel settore del risparmio gestito e a sua volta controllata dalla società Julius Baer Group Ltd.

Nel corso del 2022, Kairos ha realizzato, interamente in Italia, un fatturato complessivo pari a [32-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte di Anima del controllo esclusivo di Kairos, mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale di quest'ultima.

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera *b*), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 532 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 32 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati del prodotto e geografici

5. Da un punto vista merceologico, il settore interessato dall'operazione in esame è quello in cui opera la società Kairos oggetto di acquisizione, ossia la fornitura di servizi di risparmio gestito. Più nello specifico, l'operazione riguarda la gestione di fondi comuni di investimento (mobiliare di tipo chiuso), nelle sue due fasi di produzione (dove sono attive sia Anima sia Kairos) e di distribuzione (dove è attiva la sola Kairos)¹, nonché quello della gestione su base individuale di patrimoni mobiliari e in fondi, nella sua fase produttiva (dove sono attive sia Anima che Kairos).

6. Con specifico riferimento all'attività di gestione di fondi comuni d'investimento² - caratterizzati da un patrimonio autonomo, suddiviso in quote di pertinenza di una pluralità di partecipanti, gestito unitariamente a monte -, è possibile operare una distinzione merceologica tra fondi di tipo aperto (che consentono di sottoscrivere quote o richiederne il rimborso in qualsiasi momento) e fondi di tipo chiuso (nei quali il patrimonio è fissato e conferito all'atto della loro costituzione e non può essere rimborsato anticipatamente). Per i fondi comuni d'investimento, sia aperti sia chiusi, si può operare un'ulteriore distinzione sulla base delle principali tipologie di attività in cui il fondo investe; al riguardo, una prima distinzione può, ad esempio, essere operata tra fondi mobiliari e fondi immobiliari.

Nel caso di specie, come detto, risultano interessati i fondi comuni di investimento mobiliare di tipo chiuso.

7. Quanto alla gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM) e in fondi (GPF)³, si tratta di un'attività svolta da banche, da imprese di investimento e da società di gestione del risparmio sulla base di uno specifico incarico conferito dal cliente. Le gestioni di portafoglio per gli investitori individuali sono, di norma, offerte a una clientela privata dotata di elevate disponibilità finanziarie

¹ Anima infatti non distribuisce direttamente i propri prodotti, all'uopo avvalendosi di reti bancarie e di promozione finanziaria.

² Cfr. provvedimento n. 30611 del 18 aprile 2023, C12530 - *Anima Holding/Castello Sgr*, in Bollettino n. 17/2023 nonché i precedenti ivi citati.

³ Cfr. da ultimo provvedimento n. 29973 del 18 gennaio 2022, C12420 - *Goldman Sachs Asset Management-Icbc Wealth Management/Goldman Sachs Icbc Wealth Management*, in Bollettino n. 5/2022 e provvedimento n. 28575 del 16 febbraio 2021, C12347 - *Credito Emiliano/Cassa di Risparmio Di Cento*, in Bollettino n. 10/2021.

e alla quale, proprio per questo, le società di gestione sono in grado di offrire soluzioni ad alto livello di personalizzazione.

A differenza delle gestioni collettive di cui sopra, in questi casi il patrimonio di ogni cliente rimane distinto da quello degli altri. Le gestioni patrimoniali in fondi (GPF) hanno, inoltre, la peculiarità che le disponibilità finanziarie del cliente sono investite in quote di fondi comuni d'investimento, e il cliente può richiedere al gestore di modificare la composizione del portafoglio sempre, tuttavia, scegliendo tra quote di fondi comuni.

8. Inoltre, per i servizi di risparmio gestito in generale, secondo costante prassi dell'Autorità⁴, si distingue merceologicamente una fase di produzione a monte e una fase di distribuzione a valle, ciascuna delle quali porta a individuare mercati distinti anche in termini geografici.

9. In dettaglio, la fase della produzione ha una dimensione geografica nazionale, essendo di norma centralizzata e omogenea su tutto il territorio italiano. Per quanto riguarda la fase della distribuzione, invece, considerando in particolare la ridotta mobilità della domanda, la dimensione geografica viene definita, in prima approssimazione, a livello locale (provinciale).

Tuttavia, tenuto conto che la tipologia di clientela servita da Kairos risulta composta da investitori cosiddetti qualificati, ossia rappresentati dalla grande clientela *corporate* e da soggetti istituzionali, attivi sull'intero territorio nazionale, il mercato distributivo può avere, anche in linea con precedenti dell'Autorità⁵, una dimensione geografica coincidente con quella della produzione, e quindi nazionale.

Ad ogni modo, nel caso di specie non risulta necessario addivenire a una esatta definizione geografica del mercato in quanto la valutazione concorrenziale dell'operazione non muterebbe anche considerando una più ristretta dimensione distributiva locale (circostrita alla città di Milano e a quelle di Torino e Roma dove sono localizzate, rispettivamente, la sede principale e le sedi secondarie di Kairos), in ragione della consistenza particolarmente esigua della rete distributiva facente capo alla stessa Kairos.

Effetti dell'operazione

10. Le quote di mercato delle Parti e, in particolare, quelle della società Kairos oggetto di acquisizione, risultano contenute.

Nello specifico, con riferimento all'attività di produzione per la gestione di fondi comuni di investimento mobiliare di tipo chiuso, l'incidenza di Anima (stimata pari al [1-5%]) subirà un incremento a livello nazionale del tutto trascurabile, ampiamente inferiore all'1%, a fronte della presenza di numerosi e qualificati concorrenti con quote significativamente superiori (i principali sono il gruppo Generali e Dea Capital). Con riferimento alla fase distributiva del medesimo ambito merceologico, dove opera solo Kairos con una quota ampiamente inferiore all'1%, non si realizzano sovrapposizioni di natura orizzontale.

11. Effetti del tutto marginali si registrano pure con riguardo all'attività di produzione per la gestione su base individuale di patrimoni mobiliari, anche attraverso fondi, dove la quota nazionale stimata per Anima ([5-10%]) vedrà un incremento ampiamente inferiore all'1%, nuovamente a fronte della

⁴ Cfr. casi citati.

⁵ Cfr. provvedimento n. 30611 del 18 aprile 2023, C12530 - *Anima Holding/Castello Sgr*, cit.

presenza di numerosi e qualificati concorrenti (i principali sono il gruppo Intesa San Paolo e il gruppo Generali).

12. Proprio in ragione dell'esiguità delle quote di mercato, parimenti non si ravvisano criticità concorrenziali dal punto di vista di possibili effetti verticali derivanti dall'operazione in esame.

13. Alla luce delle considerazioni che precedono, dunque, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del *Made in Italy*.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1938 - VENETO AGRICOLTURA - ACQUISTO QUOTA CAPITALE SOCIALE CHECK FRUIT S.R.L.

Roma, 18 dicembre 2024

Agenzia Veneta per l'Innovazione nel
Settore Primario – Veneto Agricoltura

Presidente della Regione Veneto

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 14 dicembre 2023, ha deliberato di esprimere un parere ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, in relazione alla disposizione del Direttore n. 275 dell'11 ottobre 2023, recante "*Acquisto quota capitale sociale Check Fruit srl da parte della società controllata CSQA Certificazioni srl. Richiesta di autorizzazione*", trasmessa ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del Decreto Legislativo 19 agosto 2016, n. 175 (Testo Unico in materia di società a partecipazione pubblica, anche "TUSPP"), in data 20 ottobre 2023.

Tale deliberazione ha a oggetto l'acquisizione indiretta da parte dell'Agenzia Veneta per l'Innovazione nel Settore Primario - Veneto Agricoltura (di seguito, "Veneto Agricoltura"), mediante la controllata CSQA Certificazioni s.r.l. (di seguito, "CSQA"), del 100% del capitale sociale di Check Fruit S.r.l. (di seguito, "Check Fruit").

L'Autorità intende svolgere alcune considerazioni in merito a diversi profili di criticità concorrenziale dell'operazione relativi, in particolare, alla carenza di motivazione analitica in relazione alla dimostrazione della stretta necessità dell'operazione di acquisizione per il perseguimento delle finalità istituzionali di Veneto Agricoltura.

Prima di procedere all'enumerazione dei motivi di illegittimità della disposizione trasmessa, appare necessario precisare che, a seguito di una specifica richiesta di informazioni, Veneto Agricoltura ha inviato copia del decreto del direttore della Direzione Agroalimentare n. 194 del 16 ottobre 2023, di approvazione della disposizione direttoriale n. 275/2023, ai sensi dell'articolo 7 della legge della

Regione Veneto n. 53/1993¹. Nel decreto in questione viene dato atto che la disposizione oggetto di verifica acquisisce efficacia dalla data di adozione del decreto².

Ciò premesso, l'Autorità ritiene che l'operazione in esame sia carente sotto il profilo motivazionale e in contrasto con il principio della stretta necessità, in quanto i servizi offerti dalla società oggetto di acquisizione non risultano strettamente necessari per il perseguimento delle finalità istituzionali di Veneto Agricoltura.

Come è noto, le Amministrazioni Pubbliche che scelgono di perseguire l'interesse pubblico mediante il modello societario devono comprovare la sussistenza della stretta necessità della partecipazione societaria mediante una analitica motivazione. In particolare, l'articolo 5 del TUSPP impone che le Amministrazioni fondino il proprio atto deliberativo su una puntuale motivazione che dia conto della necessità, intesa in termini di stretta indispensabilità³, dello svolgimento da parte di una determinata società di una specifica attività inerente alle finalità della pubblica amministrazione interessata, evidenziando la convenienza economica e la sostenibilità della scelta di utilizzare il modello societario anziché procedere a una gestione diretta, nonché la compatibilità di tale scelta con i principi di efficienza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa e con le norme unionali.

Nelle motivazioni dell'atto deliberativo in esame, Veneto Agricoltura fa riferimento al fatto che l'operazione di acquisizione di Check Fruit da parte della controllata CSQA rappresenti "un'opportunità di crescita complementare e strumentale alla propria attività", ritenuta "legittima, strategica e coerente con l'oggetto societario" di CSQA. Parimenti, nella relazione allegata alla disposizione n. 275/2023 viene evidenziata la strategicità dell'operazione "nella potenziale creazione di un polo di certificazione a guida veneta".

Tuttavia, il richiamo alla "strategicità" dell'acquisizione della partecipazione rispetto alle finalità dell'Amministrazione pubblica non è idoneo di per sé stesso a configurare la stretta necessità richiesta dall'articolo 4, comma 1, del TUSPP.

L'Autorità ritiene opportuno ricordare che il principio di "stretta necessità" delle partecipazioni pubbliche in relazione alle finalità istituzionali dell'amministrazione (c.d. vincolo di scopo), volto a realizzare l'efficiente gestione delle partecipazioni pubbliche e la razionalizzazione e riduzione della spesa pubblica, opera in un'ottica di tutela e promozione della concorrenza⁴. Tale principio, nella

¹ In base a tale norma, la Giunta regionale "esercita la vigilanza e il controllo sull'attività, sul funzionamento, sul rispetto degli indirizzi e delle direttive regionali, anche in materia di contenimento della spesa e di vincoli di finanza pubblica, nonché sulla coerenza con gli obiettivi della programmazione regionale degli enti di cui all'articolo 2" tra cui rientra l'Agenzia veneta per l'innovazione nel settore primario (comma 1). A tal fine, gli enti di cui al medesimo articolo 2, "entro venti giorni dalla data di adozione, trasmettono al direttore della struttura regionale competente nella materia in cui opera l'ente, per il controllo preventivo, i seguenti atti: [...] e) gli atti relativi alla partecipazione a enti o società." (comma 2).

² In riscontro alla predetta richiesta di informazioni, Veneto agricoltura ha altresì trasmesso: copia della nota protocollo n. 24031 del 5 ottobre.2023 contenente il *Business Plan 2022 - 2027*, la relazione accompagnatoria e la relazione esplicativa dell'operazione di acquisizione di Check Fruit S.r.l., rappresentativa delle ragioni e delle finalità che giustificano tale scelta, che costituisce l'allegato 1 della disposizione n. 275/2023, nonché parte integrante e sostanziale della stessa; una perizia di stima della società Check Fruit S.r.l. e lo statuto della società CSQA Certificazioni S.r.l..

³ Cfr. Corte dei conti Emilia Romagna, Sez. contr., deliberazione n. 135/2021/PAR: "La valutazione in concreto della stretta indispensabilità del servizio ai fini del perseguimento delle finalità istituzionali ai sensi dell'art. 4, comma 1, del Tusp rientra nella sfera decisionale dell'Ente, che deve analiticamente motivare in merito alle ragioni ed alle finalità che giustificano la scelta adottata."

⁴ Cfr. Corte dei conti Piemonte, Sez. contr., deliberazione n. 7/2021/SRCPIE/VSG; Corte dei conti Emilia Romagna, Sez. contr., deliberazione n. 84/2020/VSGO; Corte dei conti Toscana, Sez. contr., deliberazione n. 65/2020/PARI.

misura in cui pone dei limiti alla capacità generale delle amministrazioni pubbliche di costituire o acquisire partecipazioni in società di capitali, va assunto come principio cardine dell'intero impianto del TUSPP, tanto che le deroghe in esso previste, seppure ampie, sono comunque tassative ed espressamente disciplinate nel testo normativo.

Al riguardo, la Corte dei conti ha fornito una interpretazione particolarmente rigorosa del principio in questione, affermando, ai fini della sussunzione della partecipazione tra quelle consentite dal comma 1 dell'articolo 4 TUSPP, non solamente, la necessità che la società persegua uno scopo coerente e strettamente correlato all'interesse pubblico perseguito⁵, ma anche che la partecipazione sia "indispensabile" per garantire il perseguimento di finalità istituzionali della pubblica amministrazione partecipante⁶. Parimenti rigorosa è la prassi applicativa dell'Autorità⁷.

Si aggiunga, inoltre, che la norma di cui all'articolo 2, comma *d-bis*), della legge Regione Veneto n. 37/2014 che giustificerebbe l'operazione in esame, prevede che Veneto Agricoltura svolga, tra le altre, la funzione di "*promozione e organizzazione dell'attività di certificazione di qualità*". Tuttavia deve ritenersi che tale funzione non possa comprendere qualunque tipo di acquisizione societaria, ma debba rimanere circoscritta all'attività di promozione e organizzazione dell'attività di certificazione a beneficio delle imprese venete.

Del resto, a sostegno di una diversa interpretazione, quale quella fornita da Veneto Agricoltura, non è possibile richiamare i lavori preparatori che hanno portato all'adozione della predetta disposizione normativa, atteso che anche nelle relazioni citate si fa riferimento alla strategicità dell'attività di certificazione per le imprese e dunque per la regione Veneto.

Al riguardo rileva una recente sentenza della Corte costituzionale che ha ritenuto costituzionalmente illegittima una legge della provincia di Trento che autorizzava la partecipazione della provincia direttamente o indirettamente a una società di mutua assicurazione a responsabilità limitata in violazione dei commi 1 e 2 dell'articolo 4 TUSPP e in contrasto con gli articoli 97, comma 2, 117, commi 2, lettera l), e 3 della Costituzione. In particolare, nel decidere in tal senso, la Corte costituzionale ha ritenuto che l'oggetto della partecipazione prevista dalla norma impugnata - l'erogazione di servizi assicurativi, a pagamento, in tutto il territorio nazionale - eccedesse il limite generale stabilito dalla norma statale, non essendo configurabile un legame di stretta necessità fra le attività esercitate dalla società di mutua assicurazione e i fini istituzionali della Provincia autonoma di Trento. Secondo la Corte la norma produceva effetti potenzialmente lesivi della tutela della concorrenza, atteso che le norme che disciplinano restrittivamente le società pubbliche strumentali sono, tra l'altro, dirette a evitare che soggetti dotati di privilegi svolgano attività economica al di fuori dei casi nei quali ciò è imprescindibile per il perseguimento delle proprie finalità istituzionali. La scelta della Provincia autonoma, pertanto, si poneva in contrasto con una norma dettata nell'esercizio, al contempo, della competenza esclusiva statale in materia di

⁵ Corte dei conti Emilia Romagna, Sez. contr., deliberazione n. 1/2021/PAR; Corte dei conti Piemonte, Sez. contr., n. 7/2021/SRCPIE/VSG.

⁶ Corte dei conti Lombardia, Sez. contr., deliberazione n. 163/2020/VSG; Corte dei conti Puglia, Sez. contr., deliberazione n. 75/2018/PAR.

⁷ Cfr. AS1614 - *Regolamenti di governance delle società controllate da ACI e dagli AC provinciali*, in Bollettino n. 36/2019; AS1645 - *Automobile Club Italia - Riassetto societario di Ventura S.p.A.*, in Bollettino n. 7/2020.

ordinamento civile e di quella concorrente del coordinamento della finanza pubblica, oltre che per dare attuazione al principio del buon andamento della pubblica amministrazione⁸.

Diversamente, appare utile richiamare la deliberazione della Giunta regionale n. 141/2022, contenente gli indirizzi e direttive forniti a Veneto Agricoltura⁹. In particolare, in tale documento la Regione esprime l'indirizzo di "*favorire l'adesione delle imprese agricole e agroalimentari venete ai sistemi di qualità*" e la direttiva di "*utilizzare la partecipazione in CSQA [...] per sviluppare sistemi di certificazione. [...] Promuovere ed organizzare le attività del laboratorio di analisi sensoriale nonché promuovere la cultura della qualità presso le imprese agroalimentari venete*". Coerentemente a quanto sancito dalla norma regionale, dunque, la deliberazione della Giunta fa riferimento alla mera attività di promozione e organizzazione dell'attività di certificazioni, da svolgersi anche mediante il ricorso alla società partecipata CSQA. Nessuna direttiva invece viene fornita in merito alla necessità di acquisire società al fine della possibile creazione di "*un polo di certificazioni importante nel panorama italiano, radicato nel territorio del Veneto e al servizio delle imprese locali e nazionali*" (così nella disposizione direttoriale n. 275/2023).

Da tale affermazione, così come da altre statuizioni analoghe contenute nella stessa disposizione direttoriale, anzi sembra emergere la chiara intenzione di Veneto Agricoltura di espandere lo svolgimento dell'attività di certificazione all'intero territorio nazionale.

Infine, la disposizione direttoriale n. 275/2023 appare carente di motivazione analitica, in violazione dell'articolo 5, comma 1, del TUSPP, con riferimento all'evidenziazione delle ragioni e delle finalità che giustificano l'operazione sul piano della convenienza economica e della sostenibilità finanziaria, nonché dei principi di efficienza, efficacia ed economicità.

Al riguardo, appare opportuno precisare che sia nella disposizione direttoriale n. 275/2023 sia nella relazione di accompagnamento allegata non viene svolta alcuna valutazione in merito alle ragioni per cui l'attività di certificazione svolta da Check Fruit non possa essere svolta dalla stessa CSQA o dalle società da questa controllate, impiegando in maniera diversa e più conveniente per la collettività di riferimento le risorse pubbliche destinate all'acquisto della società. Sul punto, vale la pena richiamare lo statuto di CSQA che, diversamente da quanto sembra affermare Veneto Agricoltura, indica nell'oggetto sociale (articolo 5) sia "*l'attività di certificazione dei prodotti e dei prodotti e dei servizi per aziende ed enti operanti nei settori di cui al punto a)*" tra cui, i settori dell'agricoltura e della pesca (lettera b), sia "*l'attività di ispezione in conformità alle normative vigenti*".

Alla luce delle considerazioni sopra svolte, l'Autorità ritiene che la descritta operazione di acquisizione indiretta di Check Fruit da parte di Veneto Agricoltura per il tramite di CSQA sia in contrasto con l'articolo 4, comma 1 e l'articolo 5, comma 1, del TUSPP.

Tutto quanto sopra premesso, ai sensi dell'articolo 21-bis, comma 2, della legge n. 287/1990, l'Agenzia Veneta per l'Innovazione nel Settore Primario – Veneto Agricoltura dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

⁸ Corte Costuzionale 4 aprile 2022, n. 86.

⁹ Deliberazione della Giunta Regionale n. 141 del 15 febbraio 2022, in BUR n. 27 del 1° marzo 2022.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino dell’Autorità ai sensi dell’articolo 26 della legge n. 287/1990.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito alla decisione dell’Autorità di non presentare ricorso ex articolo 21-bis della legge n. 287/1990 avverso la Disposizione del Direttore di Veneto Agricoltura n. 275 dell’11 ottobre 2023, recante “Acquisto quota capitale sociale Check Fruit Srl da parte della società controllata CSQA Certificazioni Srl. Richiesta di autorizzazione”

In data 14 dicembre 2023, l’Autorità ha deliberato di inviare all’Agenzia Veneta per l’Innovazione nel Settore Primario - Veneto Agricoltura (di seguito, “Veneto Agricoltura”) e alla Regione Veneto un parere motivato ai sensi dell’articolo 21-bis della legge n. 287/1990, riguardante la Disposizione del Direttore di Veneto Agricoltura n. 275 dell’11 ottobre 2023, recante “*Acquisto quota capitale sociale Check Fruit srl da parte della società controllata CSQA Certificazioni Srl. Richiesta di autorizzazione*”, approvata con decreto del direttore della Direzione Agroalimentare n. 194 del 16 ottobre 2023, ai sensi dell’articolo 7 della legge della Regione Veneto n. 53/1993.

Nel proprio parere motivato, l’Autorità ha svolto alcune considerazioni in merito ai profili di criticità concorrenziale dell’operazione comunicata ai sensi dell’articolo 5, comma 3, del decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175. In particolare, l’Autorità ha contestato alle amministrazioni destinatarie che l’operazione di acquisizione fosse in contrasto con il principio della stretta necessità, in quanto i servizi offerti dalla società oggetto di acquisizione non risultavano strettamente necessari per il perseguimento delle finalità istituzionali di Veneto Agricoltura. Sotto altro profilo, l’Autorità ha ritenuto carente la motivazione analitica con riferimento all’indicazione delle ragioni e delle finalità che giustificano l’operazione sul piano della convenienza economica e della sostenibilità finanziaria, nonché dei principi di efficienza, efficacia ed economicità.

Il 30 gennaio 2024, a seguito del ricevimento del parere motivato, Veneto Agricoltura ha fornito riscontro al parere motivato, illustrando ulteriori argomenti a sostegno del proseguimento dell’operazione di acquisizione e allegando documenti utili ai fini della valutazione del caso.

Preso atto di quanto sopra, nella propria adunanza del 13 febbraio 2024, l’Autorità ha ritenuto che le ulteriori informazioni fornite da Veneto Agricoltura siano idonee a superare le criticità concorrenziali rilevate nel parere inviato ai sensi dell’articolo 21-bis della legge n. 287/1990 e ha, pertanto, deliberato di non proporre ricorso al TAR territorialmente competente contro la Disposizione in oggetto.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12524 - GLO HYPER X2

Provvedimento n. 31053

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

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 17 aprile 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12524 nei confronti delle Società BAT Italia S.p.A., Amazon Services Europe S.à.r.l. e Amazon Italia Customer Services S.r.l.;

VISTA la comunicazione del 27 aprile 2023, con cui è stata integrata la comunicazione di avvio del procedimento nei confronti della Società Amazon EU S.à r.l.;

VISTA la propria decisione del 25 ottobre 2023 con la quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per esigenze connesse alla valutazione degli impegni presentati dalle Parti;

VISTA la propria decisione del 19 dicembre 2023 con la quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di esaminare le risultanze in atti ai fini della valutazione della fattispecie oggetto del procedimento in questione;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

British American Tobacco Italia S.p.A. (di seguito anche “BATI”, “Professionista” o “Società”), in qualità di Professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale a Roma e attiva nella produzione, anche a mezzo terzi, importazione, esportazione, trasporto, stoccaggio, distribuzione e commercializzazione dei prodotti del tabacco o di dispositivi elettronici da fumo. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo pari ad oltre [100-1.000]* milioni di euro¹.

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

¹ Cfr. doc. n. 26, all. 4. Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

Amazon EU S.à r.l. (di seguito anche “AEU IT”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale in Lussemburgo, ha come scopo principale la vendita di beni e servizi attraverso alcuni siti *web*. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo superiore a [1-100] miliardi di euro².

Amazon Services Europe S.à r.l. (di seguito anche “ASE”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale in Lussemburgo e operante nella fornitura dei servizi di *hosting* di Amazon in Europa, attraverso i quali i venditori terzi indipendenti offrono in vendita i loro prodotti sulla piattaforma Amazon. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta ricavi per un importo pari a circa [1-100] miliardi di euro³.

Amazon Italia Customer Services S.r.l. (di seguito anche “AICS”, “Amazon”, “Professionista” o “Società”) in qualità di Professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo, avente sede legale a Milano, svolge “attività di Customer Service destinata a supportare le esigenze di relazione in favore della clientela Amazon di lingua italiana” ed è posseduta al 100% da Amazon EU S.à r.l. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2022 presenta un valore della produzione pari a circa [1-100] milioni di euro⁴.

Le associazioni di consumatori, Unione Nazionale Consumatori (di seguito anche “UNC”) in qualità di segnalante⁵ e Unione per la Difesa dei Consumatori (di seguito, “U.Di.Con.”), ammessa a partecipare al procedimento in base all’istanza avanzata ai sensi dell’articolo 10 del Regolamento⁶.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

1. Il procedimento è stato avviato per valutare la condotta posta in essere da BATI, ASE, AICS e AEU IT in danno ai consumatori nell’ambito della promozione dei prodotti da fumo a tabacco riscaldato Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air (di seguito, “Dispositivo” o “Dispositivi”). Tale condotta è stata effettuata tramite cartelloni pubblicitari e spot cinematografici, nonché sul sito Glo e sul sito Amazon.it.

2. La condotta riguarda l’omissione, la presentazione in maniera ingannevole e/o la non evidenziazione delle due principali avvertenze per l’uso di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, rappresentate dall’inevitabile consumo di nicotina nell’utilizzarli e dalla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori⁷.

² Cfr. doc. n. 29 all. 4.

³ Cfr. doc. n. 29 all. 5.

⁴ Cfr. doc. n. 29 all. 6.

⁵ Cfr. doc. n. 8.

⁶ Cfr. doc. n. 28.

⁷ la legge n. 189/2012, che ha convertito il decreto-legge, n. 158/2012, ha introdotto il divieto di vendita delle sigarette ai minori di diciotto anni, innalzando il limite di sedici anni previsto dall’articolo 25 del regio decreto n. 2316/1934.

3. Glo Hyper X2, così come Glo Hyper Air, sono “*prodotti del tabacco da fumo*”, a tabacco riscaldato, non bruciato, nel senso che nel dispositivo elettronico va inserito uno *stick* di tabacco che viene riscaldato ad alta temperatura. L'emissione generata da tale processo contiene nicotina a concentrazioni elevate, come indicato in una segnalazione del Ministero della Salute⁸.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. A seguito delle segnalazioni dell'Associazione UNC - Unione Nazionale Consumatori del 13 febbraio 2023 e del Ministero della Salute del 17 febbraio 2023⁹ relative alla condotta sopra descritta, in data 17 aprile 2023 è stato comunicato a BATI, ASE e AICS l'avvio del procedimento istruttorio PS12524 per possibile violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, comma 2, e 4 lettera. a), del Codice del consumo¹⁰.

5. In data 18 aprile 2023, è stata inviata la comunicazione di avvio all'Associazione di consumatori UNC¹¹.

6. In data 27 aprile 2023, è stato esteso il procedimento nei confronti di AEU IT, a seguito dell'istanza di partecipazione al procedimento pervenuta in data 24 aprile 2023¹² da parte di AEU IT stessa, che dichiarava di essere l'unico soggetto responsabile dell'offerta del dispositivo Glo Hyper X2 sulla piattaforma Amazon.it. In data 28 aprile 2023 è stata comunicata l'estensione soggettiva del procedimento a BATI, ASE, AICS e UNC¹³.

7. In data 17 maggio 2023, BATI ha inviato la propria memoria difensiva e presentato una proposta di impegni e, il successivo 19 maggio 2023 ha fornito risposta alla richiesta di informazioni¹⁴, formulata nella comunicazione di avvio del procedimento.

8. In data 17 maggio 2023, anche ASE, AICS e AEU IT hanno inviato la risposta alla richiesta di informazioni formulata con la comunicazione di avvio del procedimento, nonché la memoria difensiva e una proposta di impegni¹⁵.

9. In data 17 maggio 2023, è stata ammessa a partecipare al procedimento l'Associazione di consumatori U.Di.Con., ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento. L'accoglimento dell'istanza di partecipazione è stato comunicato a BATI, ASE, AICS e AEU IT nella medesima data¹⁶.

10. In data 19 luglio 2023, sono state rigettate dall'Autorità sia la proposta di impegni di ASE, AICS e AEU IT che la proposta di impegni di BATI¹⁷.

⁸ Cfr. doc. n. 2.

⁹ Cfr. docc. nn. 1 e 2.

¹⁰ Cfr. docc. nn.6 e 7.

¹¹ cfr. doc. n. 8.

¹² Cfr. docc. n. 18 e 13.

¹³ Cfr. doc. n. 22.

¹⁴ Cfr. docc. nn. 26 e 31.

¹⁵ Cfr. docc. nn. 27 e 29.

¹⁶ Cfr. doc. nn. 28 e 30.

¹⁷ Cfr. docc. nn. 35 e 36.

11. In data 20 luglio 2023, sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sui siti *internet* dei Professionisti e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*¹⁸.
12. In data 20 luglio 2023 è stata inviata a BATI, ASE, AICS, AEU IT, UNC e U.Di.Con. un'integrazione della comunicazione di avvio del procedimento¹⁹, estendendo l'oggetto, inizialmente inerente all'attività promozionale del prodotto a tabacco riscaldato Glo Hyper X2, anche all'attività promozionale del nuovo prodotto commercializzato, Glo Hyper Air.
13. In data 24 luglio 2023, è pervenuta un'istanza di audizione da parte di ASE, AICS e AEU IT, che si è svolta in data 2 agosto 2023²⁰.
14. In data 27 luglio 2023, BATI ha inviato le proprie osservazioni in merito alla decisione dell'Autorità di rigettare gli impegni ed estendere il procedimento anche a un altro prodotto da fumo a tabacco riscaldato di BATI, Glo Hyper Air, formulando istanza di audizione, che si è svolta il 7 settembre 2023²¹.
15. Sono pervenute le risposte alle richieste di informazioni, formulate con l'integrazione alla comunicazione di avvio del procedimento, in data 9 agosto 2023 da parte di BATI, in data 11 agosto 2023 da parte di ASE, AICS e AEU IT, le quali hanno inviato nella medesima data anche le proprie osservazioni in merito alla comunicazione di integrazione del procedimento²².
16. In data 17 agosto 2023, BATI ha inviato la propria memoria difensiva e in data 31 agosto 2023 ha formulato una nuova proposta di impegni, integrandola in data 12 settembre 2023²³.
17. In data 4 settembre 2023, anche ASE, AICS e AEU IT hanno inviato una nuova proposta di impegni, integrandola in data 26 settembre 2023 e 18 ottobre 2023²⁴.
18. In data 25 ottobre 2023, sono state rigettate dall'Autorità sia la nuova proposta di impegni di ASE, AICS e AEU IT che la nuova proposta di impegni di BATI²⁵.
19. In data 8 e 15 novembre 2023, sono stati eseguiti rilievi d'ufficio sui siti *internet* dei Professionisti e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*²⁶.
20. In data 15 novembre 2023, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento²⁷.
21. In data 4 dicembre 2023, sono pervenute le memorie conclusive di U.Di.Con. e di BATI, in data 5 dicembre 2023 è pervenuta la memoria conclusiva di ASE, AICS e AEU IT²⁸.

¹⁸ Cfr. doc. n. 38.

¹⁹ Cfr. doc. n. 37.

²⁰ Cfr. docc. nn. 41 e 55.

²¹ Cfr. docc. nn. 47 e 67.

²² Cfr. docc. nn. 56; 58 e 59.

²³ Cfr. docc. nn. 60; 61 e 68.

²⁴ Cfr. docc. nn. 69; 72; 73 e 77.

²⁵ Cfr. docc. nn. 78 e 79.

²⁶ Cfr. docc. nn. 86 e 88.

²⁷ Cfr. doc. n. 89.

²⁸ Cfr. docc. nn. 96; 97 e 98.

22. In data 6 dicembre 2023 è stata inoltrata richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi di cui all’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo. Il parere dell’Autorità di settore è pervenuto in data 27 dicembre 2023²⁹.

2) Le evidenze acquisite nel corso del procedimento

a. Le segnalazioni

23. L’Associazione UNC ha inviato due segnalazioni, in data 13 e 14 febbraio 2023, una all’Autorità³⁰ e l’altra al Ministero della Salute³¹, descrivendo alcune condotte scorrette relative all’attività promozionale di Glo modello Hyper X2, prodotto dalla Società British American Tobacco (di seguito, “BAT”) e la cui distribuzione in Italia è curata dalla BATI.

24. Nella segnalazione, l’Associazione UNC evidenziava che sul sito di Amazon Glo Hyper X2 veniva presentato come “*un prodotto innovativo e avanzato, senza fumo e nicotina, dunque senza sostanze nocive, diremmo, quindi, salutare*” e BATI pubblicizzava il prodotto in molte città italiane attraverso cartelloni pubblicitari di grandi dimensioni “*nei quali, oltre al nome del prodotto e allo slogan «Riscopri lo stile a modo tuo», l’unica scritta che compare, con caratteri minuscoli, è: «Prodotto destinato esclusivamente a consumatori adulti»*”.

25. Secondo l’associazione segnalante, l’informazione fornita al consumatore risultava omissiva e contraddittoria, in quanto non appariva chiaro se il prodotto era senza o con nicotina, circostanza che “*da sola poteva essere considerata sufficiente ad indurre in errore il consumatore medio*”.

26. In data 17 febbraio 2023, il Ministero della Salute inoltrava all’Autorità la segnalazione dell’UNC, sottolineando la criticità di quanto segnalato dall’Associazione stessa, “*ovvero la promozione on-line di un dispositivo elettronico, di per sé privo di ingredienti, ma unicamente utilizzabile per il consumo degli stick di tabacco, come prodotto «senza nicotina»*”.

27. Il Ministero della Salute invitava, pertanto, l’Autorità ad approfondire la questione per i propri profili di competenza, in quanto la condotta in questione “*a parere dello scrivente, si profilerebbe come chiara violazione dei doveri inerenti alla corretta comunicazione pubblicitaria tra imprese e consumatori*”³².

b. Attività promozionale di BAT Italia: cartelloni pubblicitari, spot cinematografici e sito Glo

28. A partire dal 7 settembre 2022, è stato commercializzato in Italia il dispositivo Glo Hyper X2. Fino al 30 aprile 2023 sono stati venduti da BATI in Italia n. [100.000-800.000] device Glo Hyper X2 di cui n. [10.000-200.000] online. Sono stati anche venduti da BATI n. [10.000.000-50.000.000] pacchetti di stick “Neo”, utilizzabili esclusivamente nel device Glo Hyper X2, per un fatturato complessivo di [10.000.000-100.000.000] euro³³.

29. Nel medesimo periodo considerato (7 settembre 2022-30 aprile 2023) gli utenti italiani registrati al sito Glo che hanno acquistato un device online o offline³⁴ sono stati [10.000-100.000].

²⁹ Cfr. docc. nn. 99; 100 e 108.

³⁰ Cfr. doc. n. 1.

³¹ Cfr. doc. n. 2.

³² Cfr. *ibidem*.

³³ Cfr. doc. n. 31.

³⁴ Per attivare la garanzia è necessaria la registrazione sul sito Glo.

30. Per la campagna promozionale di Glo Hyper X2, condotta in Italia da BATI nel medesimo periodo, sono stati investiti circa [1-10] milioni di euro di cui [1-10] milioni di euro per affissioni in trentaquattro capoluoghi ([1.000-10.000] cartelloni pubblicitari di diversi formati, anche di grandissime dimensioni, ad esempio oltre 100 mq), [1-10] milioni di euro per *digital advertising*, [100.000-200.000] euro per le sale cinematografiche (n. [100.000-500.000] spot sono stati trasmessi prima dell'inizio dei film). Dal mese di settembre 2022, l'aumento delle vendite del Dispositivo su base mensile è passato dai n. [10.000-50.000] pezzi di settembre 2022 ai n. [15.000-100.000] di aprile 2023, con una percentuale di incremento pari al [100-200%].

31. Nei cartelloni pubblicitari presenti nelle città italiane (Figg. 1.1 e 1.2), oltre al nome del prodotto Glo Hyper X2, agli slogan "Riscopri lo stile a modo tuo" o "Riscopri il design a modo tuo" e al riferimento alla disponibilità del prodotto "Nelle migliori tabaccherie o su discoverglo.it", l'unica avvertenza presente in basso, a caratteri assai ridotti era il "Prodotto è destinato esclusivamente a consumatori adulti". Inoltre, non era presente alcuna indicazione in merito al fatto che l'uso del prodotto comporta il consumo di nicotina³⁵.

Figura 1.1 Cartellone pubblicitario



³⁵ Cfr. doc. n. 31.

Figura 1.2 Cartellone pubblicitario



32. Anche sul sito Glo, nella pagina del prodotto selezionato per l'acquisto³⁶ (figura n. 2.1), non erano immediatamente visibili le due avvertenze: quella relativa alla presenza di nicotina e quella relativa all'uso del prodotto destinato esclusivamente agli adulti. Invero, l'informazione relativa alla nocività del prodotto per effetto della nicotina poteva essere individuata dal consumatore solo cliccando sul *link*, a consultazione eventuale, "Scopri di più", in una nota, a caratteri ridotti, posta in fondo alla pagina (figura n. 2.2).

³⁶ <https://www.discoverglo.com/it/it/shop/hyper-x2>.

Figura 2.1 Sito Glo - pagina destinata all'acquisto

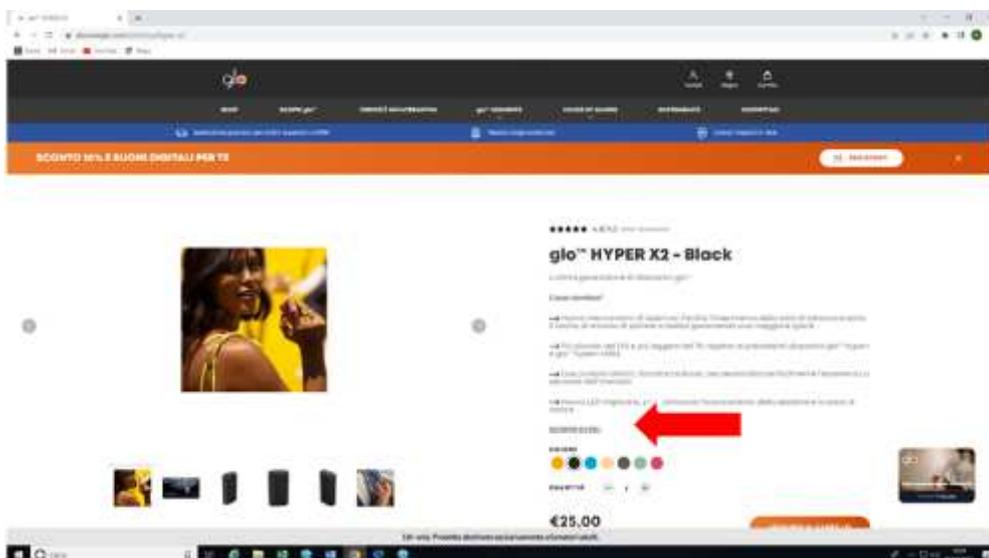
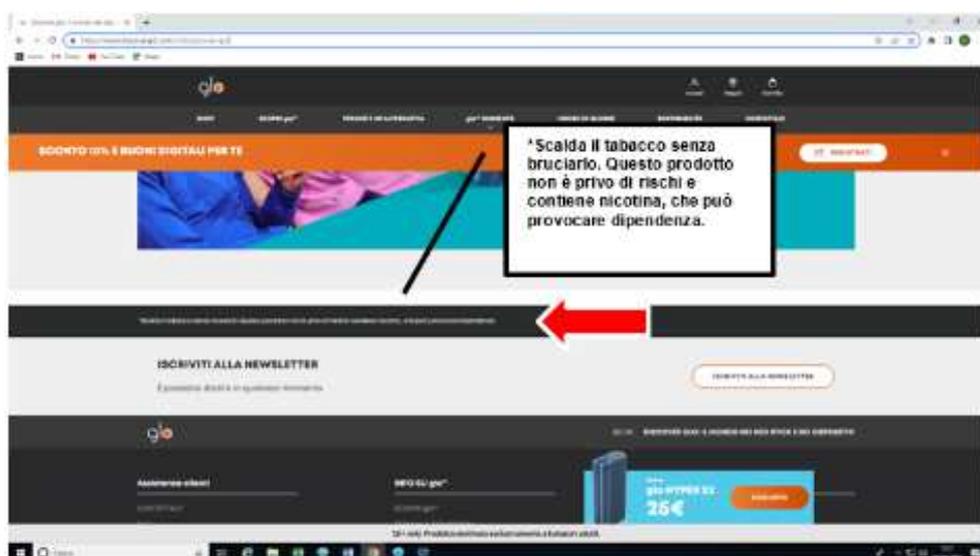


Figura 2.2 Sito Glo - landing page (in fondo) dopo aver cliccato sul link “Scopri di più”



33. Durante l'iter istruttorio e, precisamente, a partire dal 15 maggio 2023, BATI ha avviato in Italia la commercializzazione di un altro prodotto a tabacco riscaldato, analogo a Glo Hyper X2, già oggetto del procedimento. Il nuovo prodotto commercializzato da BATI era Glo Hyper Air, più funzionale, in quanto più leggero e compatto, con un'apertura a scorrimento, invece di quella a scatto e con tempi di ricarica più rapidi³⁷.

³⁷ Cfr. doc. n. 56.

34. Anche per Glo Hyper Air sono stati riscontrati i medesimi profili di criticità rilevati per l'attività promozionale relativa a Glo Hyper X2, effettuata sui vari canali pubblicitari utilizzati. A tale proposito, era pervenuta, in data 4 luglio 2023, una segnalazione da parte dell'Associazione di consumatori U.Di.Con, che ha partecipato al procedimento³⁸.

35. Anche per la sigaretta Glo Hyper Air sono state, infatti, omesse, presentate in maniera ingannevole e/o non evidenziate le due principali avvertenze per l'uso del prodotto (la presenza di nicotina nello *stick* da usare con Glo Hyper Air e la circostanza che il prodotto non è destinato ai minori).

36. In particolare, sui cartelloni pubblicitari che pubblicizzavano il nuovo prodotto risultava assente il riferimento al rischio di nocività per la presenza di nicotina, mentre non era adeguatamente evidenziata la destinazione d'uso ai soli consumatori di età superiore ai diciotto anni (figure nn. 3.1 e 3.2. Si veda la posizione e la dimensione dell'avvertenza "*prodotto destinato esclusivamente a consumatori adulti*").

Figura 3.1 Glo Hyper Air - Cartellone pubblicitario nel centro commerciale "Porta di Roma" a Roma³⁹



³⁸ Cfr. doc. n. 34.

³⁹ *Ibidem*.

Figura 3.2 Glo Hyper Air - Cartellone pubblicitario nel centro commerciale "Porta di Roma" a Roma⁴⁰



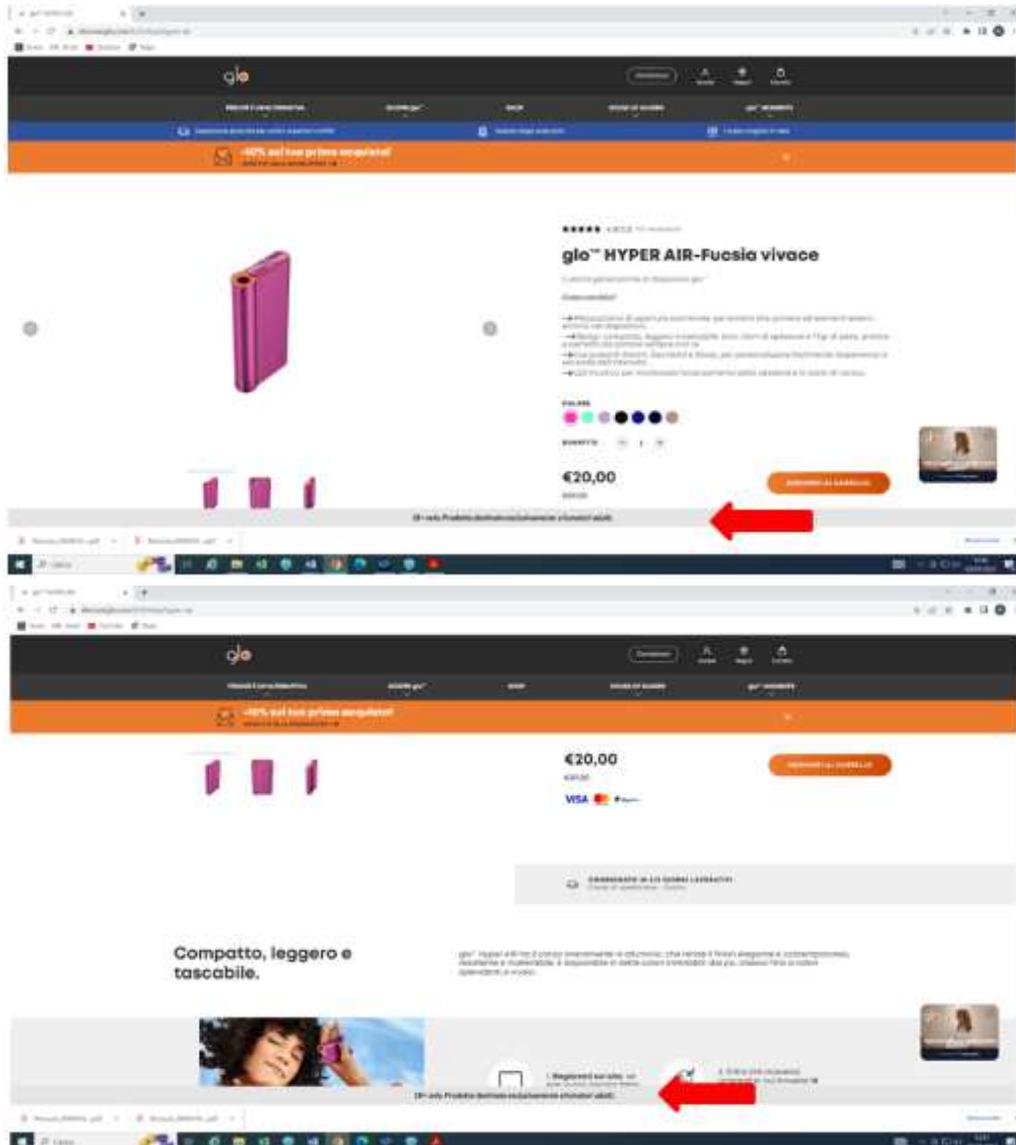
37. Nella risposta alla richiesta di informazioni del 9 agosto 2023, BATI ha dichiarato di aver sospeso tutte le campagne promozionali già programmate per l'autunno a mezzo cartellonistica⁴¹.

38. Nella pagina d'acquisto sul sito Glo (figura n. 4), invece, risultava non evidenziata l'informazione relativa alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori e difficilmente ravvisabile l'informazione relativa alla nocività del prodotto.

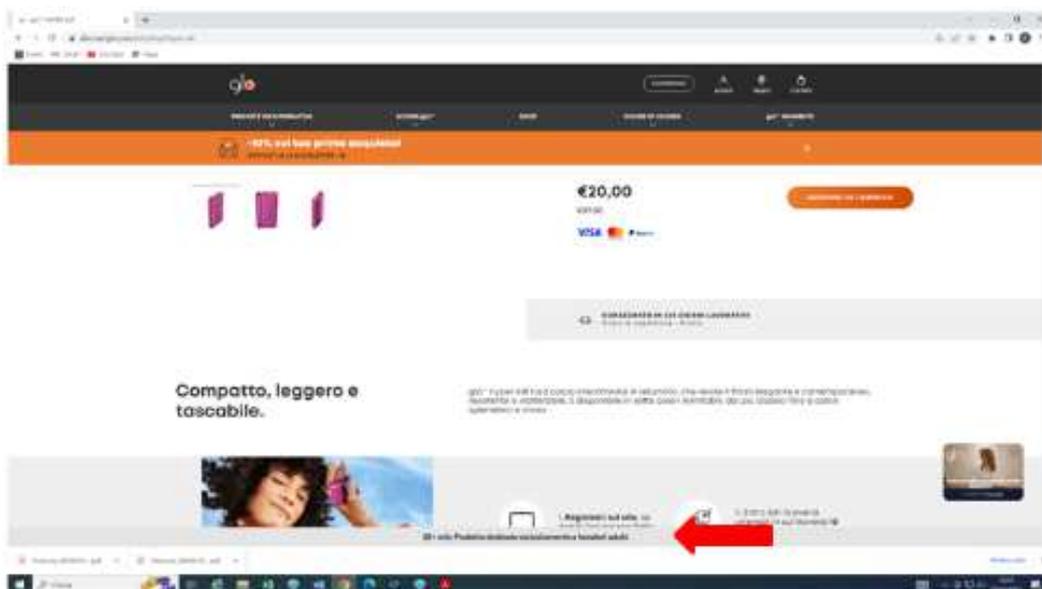
⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ Cfr. doc. n. 56.

Figura 4. Sito Glo - pagina destinata all'acquisto di Glo Hyper Air⁴²



⁴² Cfr. doc. n. 38.



39. Dalla data di commercializzazione di Glo Hyper Air, il 15 maggio 2023, sino al 31 luglio 2023 sono stati venduti [100.000-200.000] device di cui [10.000-100.000] online (siti discoverglo + Amazon); mentre sono stati venduti [1.000.000-10.000.000] pacchetti di stick “Neo”, per un fatturato complessivo di € [1.000.000-20.000.000]. I consumatori registrati (utenti che hanno creato un profilo su *e-commerce* e hanno comprato o hanno registrato un *device* comprato offline) sono stati [1.000-10.000].

40. Per la campagna promozionale di Glo Hyper Air, condotta in Italia da BATI nel medesimo periodo, sono stati investiti complessivamente [1-10] milioni di euro, di cui [1-10] milioni di euro per affissioni e [100.000-1.000.000] euro per *digital advertising*. Dal mese di maggio 2023, il *trend* d’incremento delle vendite del Prodotto su base mensile è passato da [10.000-100.000] pezzi (per i quindici giorni di maggio) a [10.000-100.000] a giugno del 2023 e [10.000-100.000] a luglio del 2023. I cartelloni pubblicitari utilizzati nel periodo considerato sono stati collocati in ventuno capoluoghi di provincia⁴³ per un totale di [1.000-10.000] impianti di dimensioni diverse (anche di mega dimensioni, ossia oltre 100 mq)⁴⁴.

41. Con comunicazione del 27 luglio 2023⁴⁵, BATI ha dichiarato di aver attuato, a partire dal 24 luglio 2023, modifiche per migliorare l’informazione relativa alla presentazione e vendita *online* dei dispositivi, in particolare del nuovo dispositivo Glo Hyper Air messo in commercio. Si tratta di cambiamenti relativi alla presentazione del dispositivo Air su Amazon, per i quali si veda oltre (figure nn. 13 e 14), e sul *website* “*discoverglo.it*” (figure n. 5, 6 e 7).

42. Sul sito *web* “*discoverglo.it*”, BATI ha inserito, nella pagina di accesso al sito accanto all’avvertenza relativa alla destinazione d’uso ai soli consumatori di età superiore ai 18 anni (figura

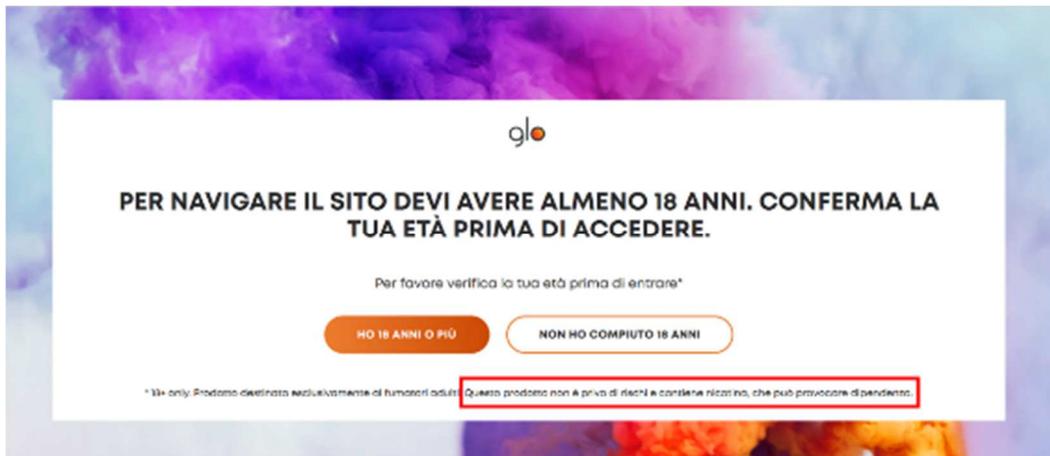
⁴³ Torino, Genova, Milano, Brescia, Padova, Verona, Trieste, Bologna, Parma, Perugia, Firenze, Roma, Napoli, Salerno, Bari, Cosenza, Catania, Palermo, Brindisi, Cagliari e Venezia.

⁴⁴ Cfr. doc. n. 56.

⁴⁵ Cfr. doc. n. 47.

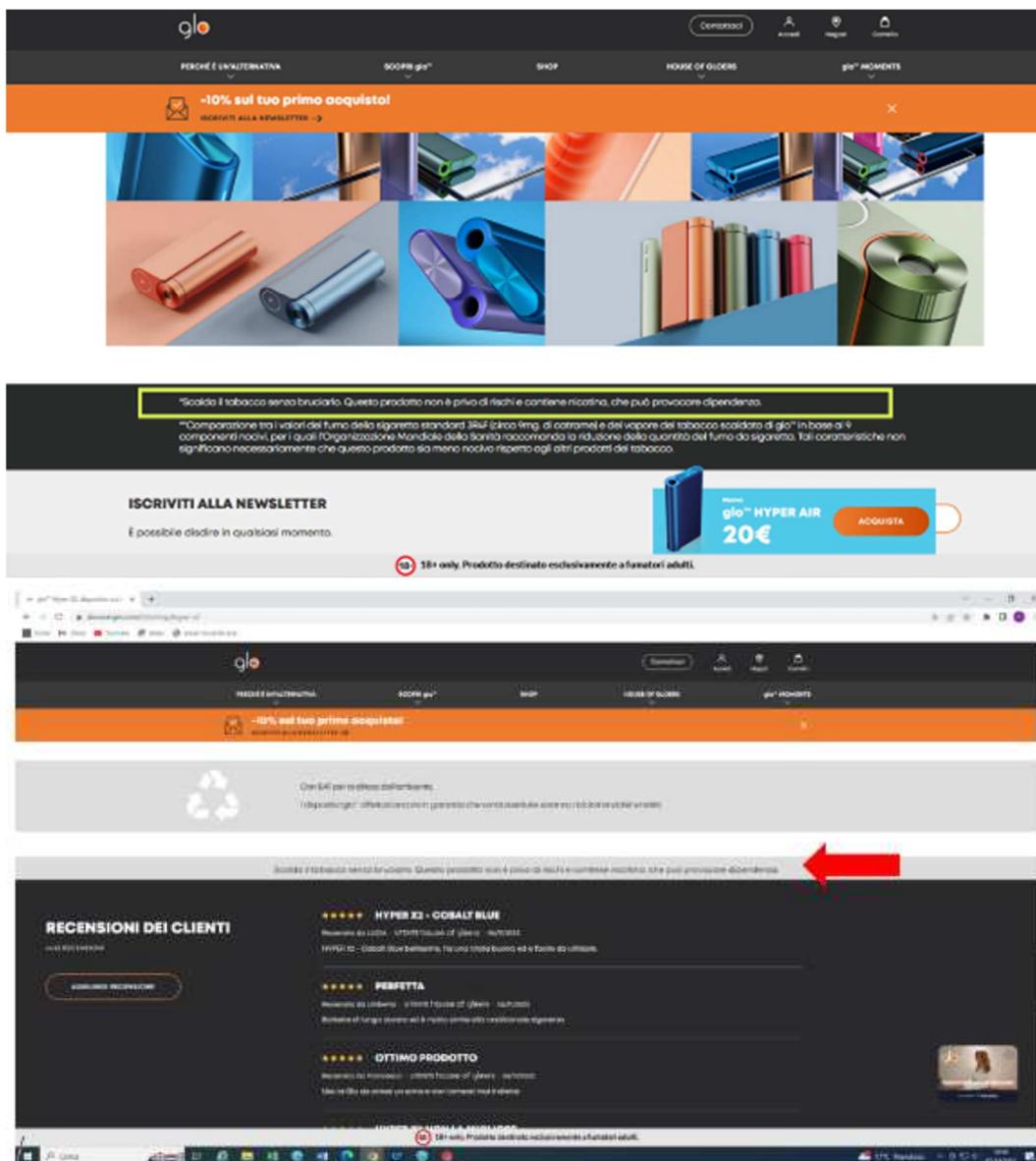
n. 5) e in fondo alle pagine del sito in formato più grande (figura n. 6), un *disclaimer* sulla nocività del prodotto “*Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza*”, che risulta accessibile al consumatore, però, soltanto oltre la sesta schermata, scrollando l’intera pagina. BATI, invece, ha disposto che in ogni pagina del sito, in basso nella parte sempre visibile della schermata, fosse maggiormente evidenziato in grassetto che il prodotto non è destinato ai minori, facendo precedere il *disclaimer* da un disco cerchiato in rosso con l’indicazione di 18+ (Fig. 7).

Figura 5- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer iniziale per accesso ai soli maggiorenni e relativo alla presenza di nicotina (24 luglio 2023)⁴⁶



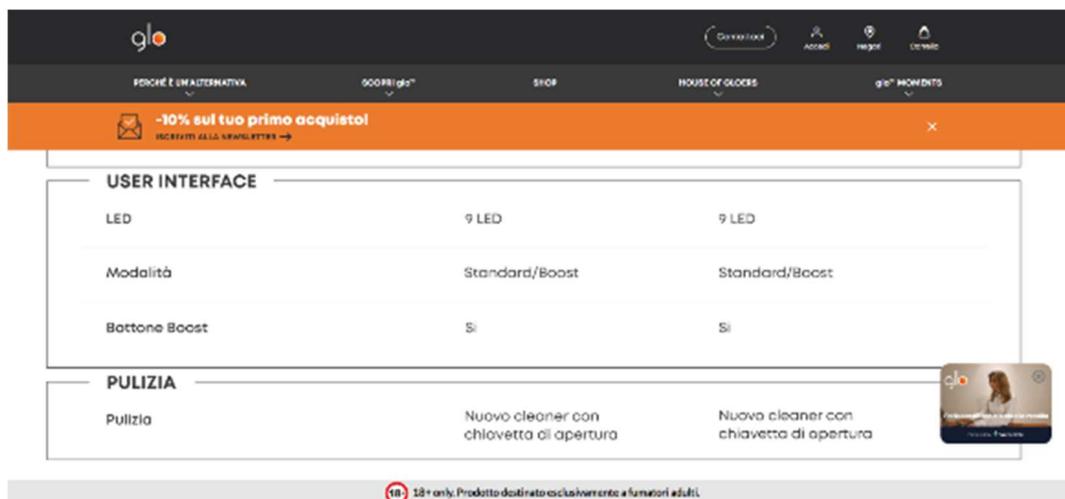
⁴⁶ *Ibidem*.

Figura 6- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer in fondo alla pagina web relativo alla presenza di nicotina (24 luglio 2023 e 8 novembre 2023)⁴⁷



⁴⁷ Ibidem e anche doc. n. 86.

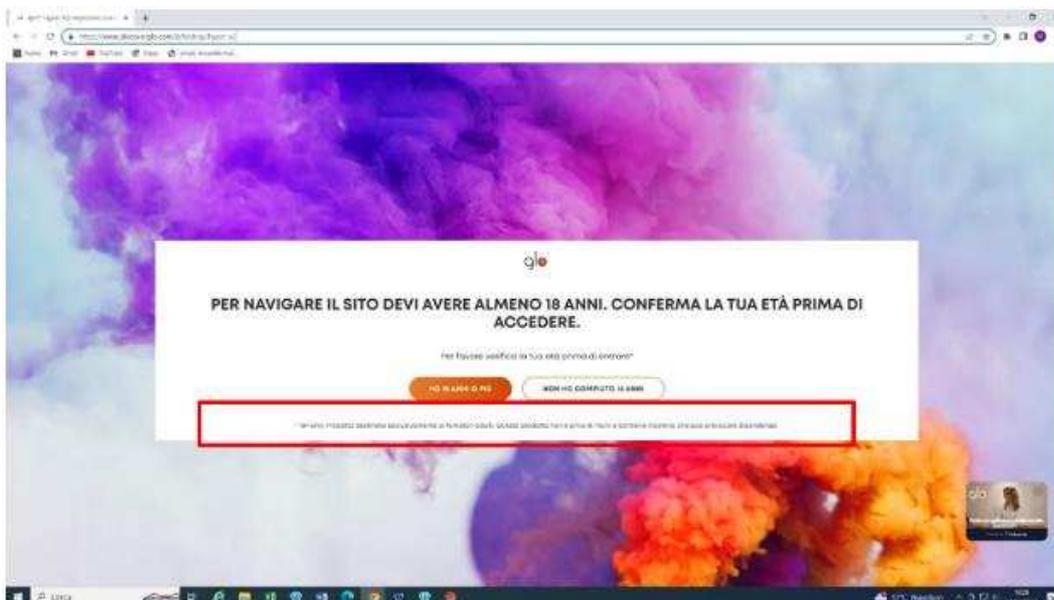
Figura7- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer presente in ogni pagina del sito relativo alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori⁴⁸



43. Attualmente, le modifiche apportate al sito Glo da BATI ed entrate in vigore dal 24 luglio 2023 risultano invariate, a eccezione della riduzione della dimensione dei caratteri utilizzati per la nota relativa alle due avvertenze, inserita prima dell'accesso al sito che presenta dei caratteri più ridotti (figure nn. 5 e 8).

⁴⁸ *Ibidem.*

Figura 8- Sul sito “discoverglo.it” disclaimer iniziale per accesso ai soli maggiorenni e alla presenza di nicotina (8 novembre 2023)⁴⁹



c. Attività promozionale sul sito Amazon.

44. L’attività promozionale di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air è stata condotta dalle Società del gruppo Amazon unicamente sulla piattaforma di vendita Amazon. Ogni prodotto offerto in vendita ha sulla piattaforma una pagina dedicata, specifica che include le informazioni sull’articolo in vendita sotto forma di testo e/o immagine. Su Amazon sono in vendita esclusivamente i dispositivi e non è, invece, consentita la vendita degli *stick* di tabacco da utilizzare nei dispositivi a tabacco riscaldato.

45. Nella scheda di Glo Hyper X2 (figura n.9.1) presente sulla piattaforma Amazon.it e di cui Amazon risultava il venditore (figura n. 9.1), era indicato che esso è un “*dispositivo che riscalda il tabacco, l’alternativa alla sigaretta, un’esperienza senza fumo e inodore, senza nicotina*”⁵⁰, (sottolineatura aggiunta).

⁴⁹ Cfr. doc. n. 86.

⁵⁰ <https://www.amazon.it/glo-Elettronica-Dispositivo-Lalternativa-Unesperienza/dp/B0B96J1Q5G>.

Figura 9.1- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (inizio scheda)⁵¹

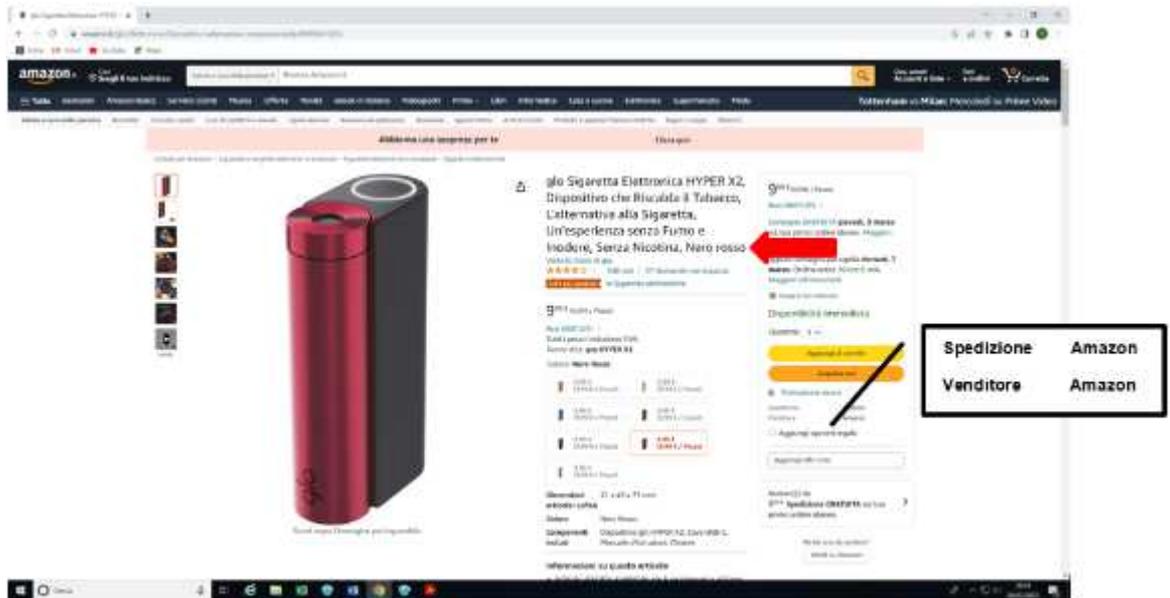
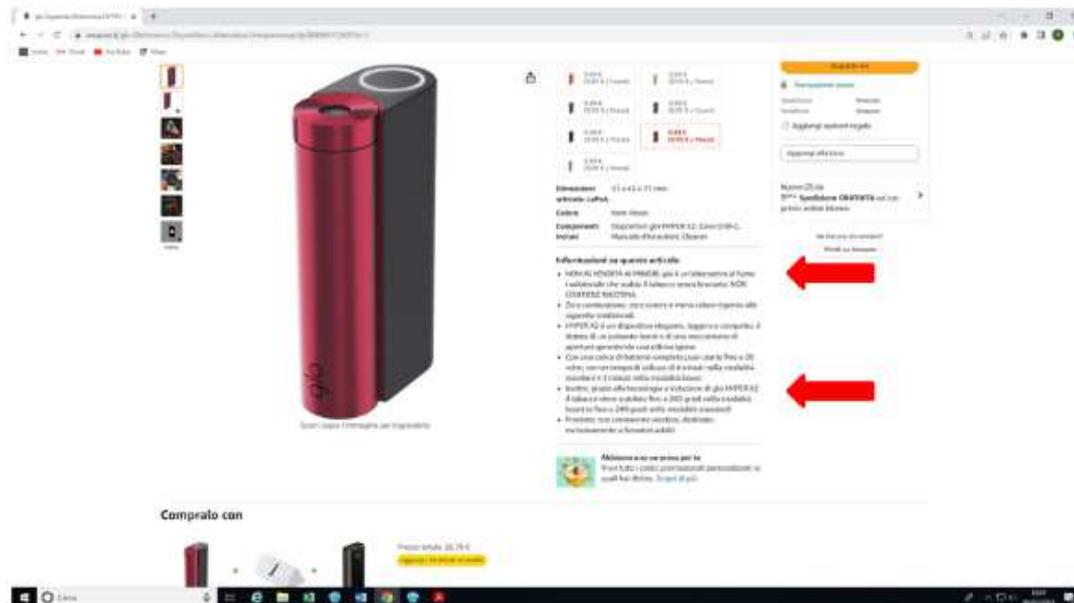


Figura 9.2- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (Informazioni su questo articolo)



46. Nella sezione “Informazioni su questo articolo” (figura n. 9.2), presente nella medesima scheda, viene ribadita testualmente, e persino evidenziata, l’assenza di nicotina:

⁵¹ Cfr. doc. n. 3.

- “NON IN VENDITA AI MINORI; glo è un’alternativa al fumo tradizionale che scalda il tabacco senza bruciarlo; NON CONTIENE NICOTINA”
- Zero combustione, zero cenere e meno odore rispetto alle sigarette tradizionali
- *HYPER X2* è un dispositivo elegante, leggero e compatto, è dotato di un pulsante boost e di un meccanismo di apertura garantendo una ottima igiene
- Con una carica di batteria completa puoi usarlo fino a 20 volte; con un tempo di utilizzo di 4 minuti nella modalità standard e 3 minuti nella modalità boost
- Inoltre, grazie alla tecnologia a induzione di glo *HYPER X2* il tabacco viene scaldato fino a 260 gradi nella modalità boost (e fino a 240 gradi nella modalità standard)
- Prodotto non contenente nicotina, destinato esclusivamente a fumatori adulti” (sottolineature aggiunte).

Figura 9.3- Scheda relativa a Glo Hyper X2 sul sito Amazon.it (Descrizione del prodotto)

Descrizione Prodotto

NEW HYPER X2

RISCOPRIAMO IL GUSTO, A MODO NOSTRO

FINO A 20 UTILIZZI CON UNA RICARICA COMPLETA

1. Disponibilità
2. Design
3. Batteria
4. Servizio

L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA*

Un dispositivo innovativo e facile da usare che invece di bruciare il tabacco, lo riscalda, offrendo un'esperienza simile fumo e inodore. glo HYPER X2 grazie alla tecnologia Induction Heating "Induzione", scalda rapidamente il tabacco fino ad una temperatura di 260°, senza mai bruciarlo.

*Scalda il tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza. Prodotto destinato esclusivamente a fumatori adulti.

47. Scorrendo la pagina *web* della scheda, nella descrizione del prodotto (Fig. 9.3), è riportata un'immagine pubblicitaria il cui messaggio enfatizzava la novità e la facilità d'uso del prodotto (messaggio analogo era presentato anche nella sezione *store* di Amazon.it⁵²): *“L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA* un dispositivo innovativo e facile da usare che invece di bruciare il tabacco, lo riscalda, offrendo un'esperienza senza fumo e inodore, glo Hyper X2 grazie all'esclusiva Induction Heating Technology, glo scalda rapidamente il tabacco fino ad una temperatura di 260°, senza mai bruciarlo”*. L'asterisco accanto allo slogan *“L'ALTERNATIVA ALLA SIGARETTA*”* rinviava a una nota in fondo all'immagine in cui erano riportate informazioni estremamente rilevanti per il consumatore, ma con caratteri di dimensioni decisamente ridotte e poco leggibili *“*Scalda il tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina che può provocare dipendenza. Prodotto destinato esclusivamente a fumatori adulti”*.

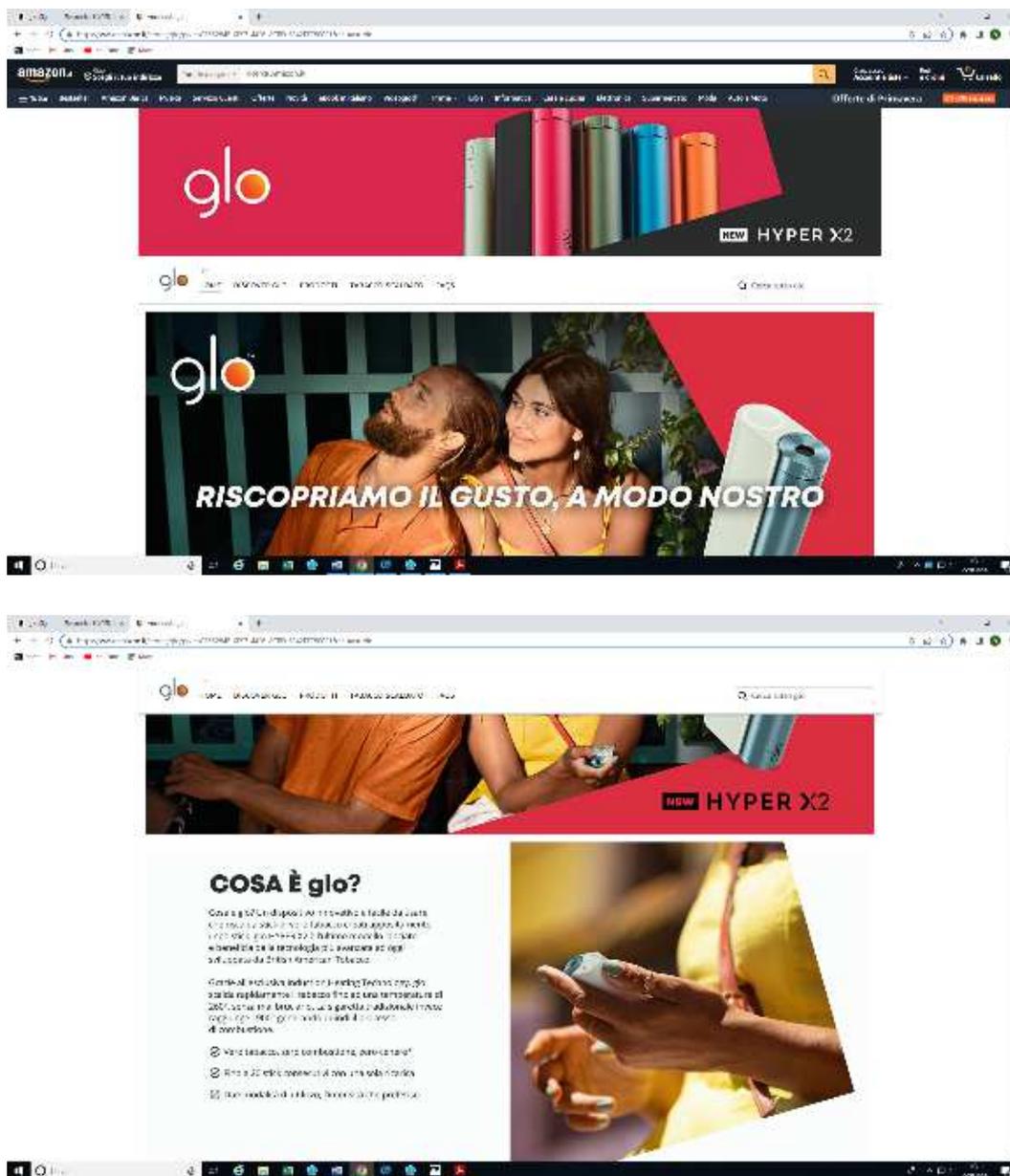
48. L'indicazione dell'assenza di nicotina (figure nn. 9.1 e 9.2) - peraltro più volte riportata nella parte immediatamente visibile della scheda - non era veritiera, in quanto i prodotti a tabacco riscaldato contengono nicotina.

49. Solo nel richiamo con asterisco presente nell'immagine pubblicitaria nel corpo della scheda (figura n. 9.3) era indicato con caratteri molto ridotti che il prodotto non è privo di rischi, in quanto contiene nicotina. La compresenza nella medesima scheda del prodotto di un'informazione (senza nicotina) e altra di segno contrario (contiene nicotina) - peraltro espressa con caratteri grafici molto diversi - creava una situazione confusoria ed ingannevole per cui il consumatore non veniva posto nella condizione di poter comprendere una caratteristica del prodotto assai rilevante, che ha un impatto sulla salute. L'informazione falsa sull'assenza di nicotina era, tra l'altro, di gran lunga più visibile di quella contraria.

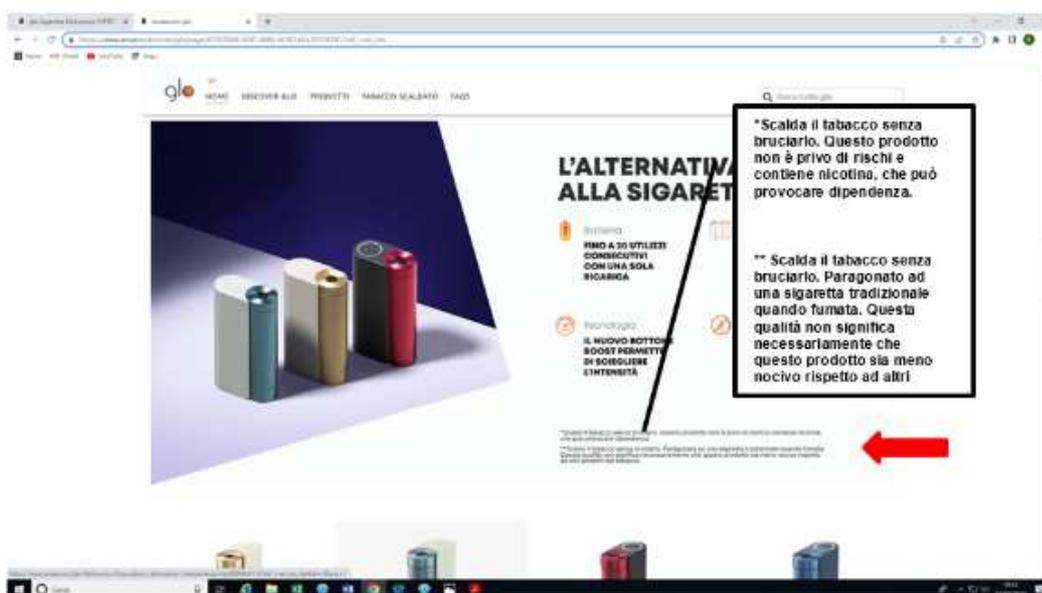
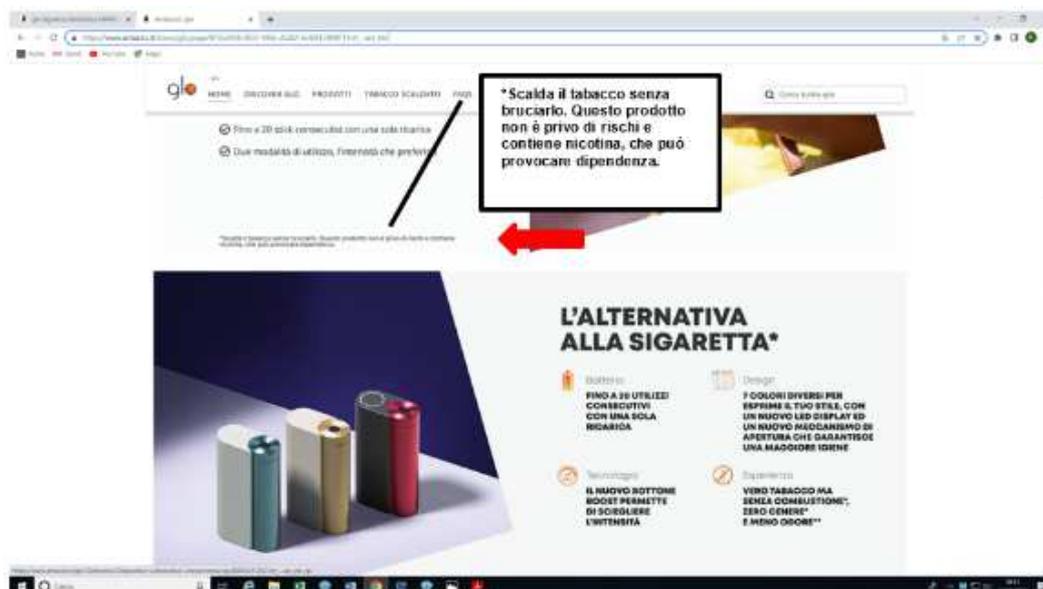
50. Nella pagina “Store Glo” del sito Amazon (figura n. 10) era possibile riscontrare la stessa immagine della “Descrizione del prodotto” di Glo Hyper X2 della scheda di vendita di Amazon.it (figura n. 9.3). Soltanto scorrendo la pagina alla terza schermata compariva una avvertenza in nota con caratteri molto ridotti secondo cui il prodotto *“Scalda il tabacco senza bruciarlo. Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina, che può provocare dipendenza”*. Nella quarta schermata veniva ribadita tale avvertenza, a cui veniva aggiunto in un'altra nota che Glo Hyper X2 *“Scalda il tabacco senza bruciarlo. Paragonato a una sigaretta tradizionale quando fumata. Questa qualità non significa necessariamente che questo prodotto sia meno nocivo rispetto ad altri prodotti del tabacco”*. L'informazione relativa alla nocività del prodotto non risultava immediatamente visibile.

⁵² https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref=ast_bln.

Figura 10- Pagina del sito Amazon.it – Store Glo⁵³



⁵³ https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_=ast_bln.



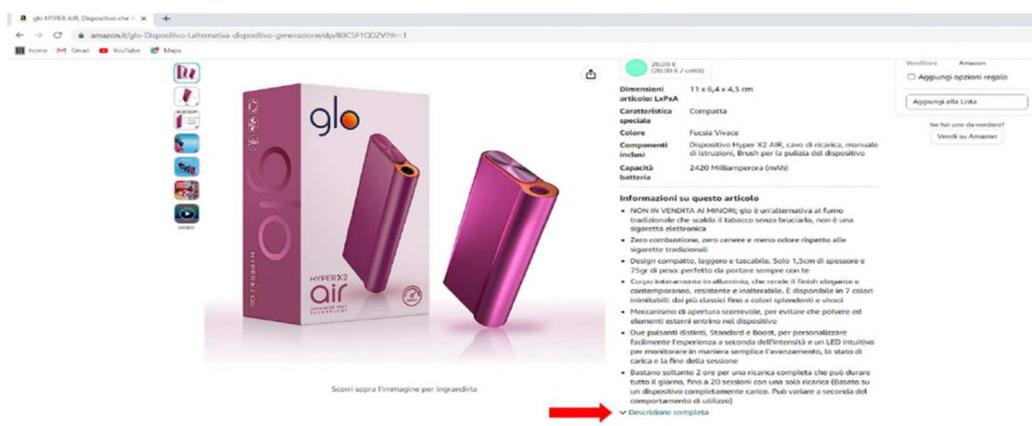
51. L'avvertenza che il prodotto non doveva essere utilizzato dai minori, pur essendo presente nella scheda sul sito Amazon.it, non risultava indicata in maniera adeguata e immediatamente visibile, mentre era del tutto assente nella pagina Store Glo di Amazon.it.

52. A partire dal 18 aprile 2023 (giorno successivo all'invio della Comunicazione di avvio), BATI ha provveduto a far rimuovere dalle Schede dei suddetti Prodotti in vendita sulla piattaforma Amazon il riferimento all'assenza di nicotina o tabacco, inserendo il *wording* che il Dispositivo, "se usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e contiene nicotina". Tale informazione,

però, non era immediatamente visibile nell'elenco delle "Informazioni su questo articolo", perché era necessario cliccare sul link "Descrizione completa" per poterlo visualizzare (figura n. 11)⁵⁴.

53. A seguito dell'estensione oggettiva del procedimento, con la comunicazione dell'11 agosto 2023,⁵⁵ AEU IT affermava che le informazioni sulla asserita nocività del dispositivo Glo Hyper Air erano già presenti nella pagina-prodotto della piattaforma Amazon. Nella sezione "Informazioni su questo articolo" figurava il wording "Dispositivo che riscalda il tabacco. Questo prodotto, quando usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina". L'informazione, come già indicato in precedenza, era, però, accessibile ai consumatori solo cliccando su "Descrizione completa", a consultazione eventuale (figura n. 11). Secondo il Professionista, il posizionamento di tale informazione nella seconda schermata era dovuto ad una questione tecnica relativa alla numerosità delle informazioni riportate dal Fornitore, ossia da BATI.

Figura-11- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon prima dell'integrazione oggettiva del 20 luglio 2023



⁵⁴ Cfr. Doc. N. 27.

⁵⁵ Cfr. Doc. N. 59.

The screenshot shows the Amazon product page for the 'glo HYPER X2 Air' device. The product is a compact, purple electronic cigarette. The page includes a price of 29,00 €, dimensions of 11 x 6,4 x 4,3 cm, and a battery capacity of 2420 mAh. The 'Informazioni su questo articolo' section contains several bullet points, with a red arrow pointing to the following text:

- **NON IN VENDITA AI MINORI;** glo è un'alternativa al fumo tradizionale che scaldò il tabacco senza bruciarlo, non è una sigaretta elettronica.
- Zero combustione, zero cenere e meno odore rispetto alle sigarette tradizionali.
- Design compatto, leggero e tascabile. Solo 1,5cm di spessore e 75gr di peso; perfetto da portare sempre con te.
- Corpo interamente in alluminio, che rende il finiti elegante e contemporaneo, resistente e inalterabile. È disponibile in 7 colori inimitabili: dai più classici fino a colori splendidi e vivaci.
- Meccanismo di apertura scorrevole, per evitare che polvere ed elementi esterni entrino nel dispositivo.
- Due pulsanti distinti, Standard e Boost, per personalizzare facilmente l'esperienza a seconda dell'intensità e un LED intuitivo per monitorare in maniera semplice l'avanzamento, lo stato di carica e la fine della sessione.
- Bastano soltanto 2 ore per una ricarica completa che può durare tutto il giorno, fino a 20 sessioni con una sola ricarica (Basato su un dispositivo completamente carico. Può variare a seconda del comportamento di utilizzo).
- Registra il tuo glo ed entra nella nostra community House of glover! Ottieni la garanzia completa e tanti altri vantaggi esclusivi.
- Dispositivo che riscalda il tabacco. Questo prodotto, quando usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina.
- Prodotto destinato esclusivamente a fumatori adulti.

A red arrow points to the bullet point: "Dispositivo che riscalda il tabacco. Questo prodotto, quando usato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina."

54. A seguito della comunicazione di estensione oggettiva del procedimento, BATI era intervenuta tempestivamente presso Amazon per far spostare la suddetta dicitura in cima all'elenco della sezione "Informazioni su questo articolo", per cui dal 24 luglio 2023 il wording suindicato risulta immediatamente visibile nell'elenco delle "Informazioni su questo articolo" (figure nn. 12, 13 e 14)⁵⁶.

⁵⁶ Cfr. doc. n. 47.

Figura 12- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon dal 24 luglio 2023⁵⁷

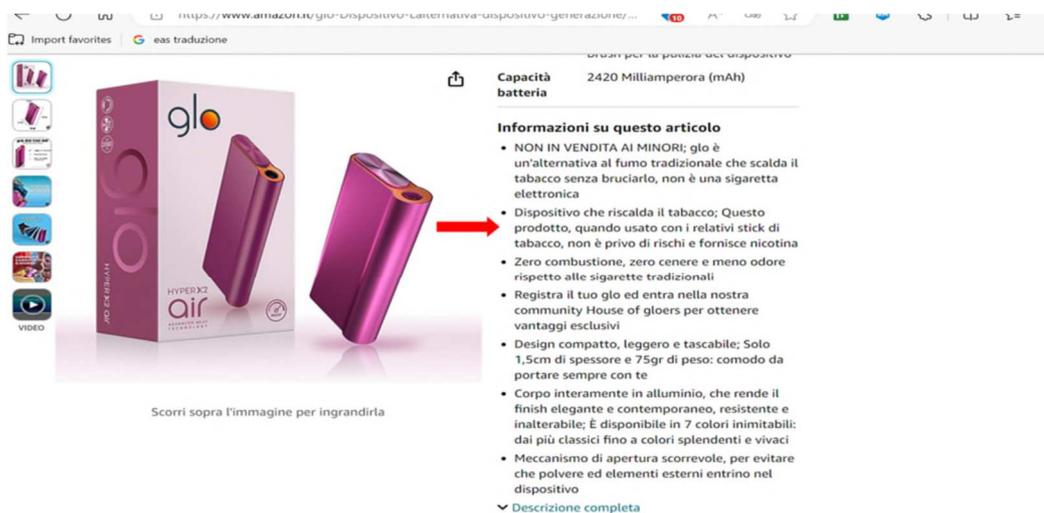


Figura 13- Collocamento più visibile, sulla scheda-prodotto Glo Hyper Air di Amazon, del riferimento della presenza di nicotina (accesso tramite PC)⁵⁸



55. Per quanto riguarda l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori, le Società del gruppo Amazon hanno ritenuto che tale informazione fosse già presente nel sito di Amazon nella sezione relativa alla Scheda-prodotto, non considerando necessario dunque provvedere ad ulteriori modifiche, in quanto indicata a caratteri maiuscoli come prima informazione della Scheda-prodotto, riportando anche in fondo alle informazioni la frase *“Prodotto destinato esclusivamente a*

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ Idem.

consumatori adulti” e mostrando accanto all’immagine del Dispositivo un simbolo barrato, una sorta di divieto di accesso con la scritta 18 e una barra trasversale (figura n. 15)⁵⁹.

Figura 15- Pagina del sito Amazon.it fornita dal Professionista in data 17 maggio 2023⁶⁰

The screenshot shows the Amazon product page for the Glo Hyper X2. The product is priced at 9,99 € (9,99 € / Pezzo). The page includes a '18+' age restriction symbol, a 'NON IN VENDITA AI MINORI' warning, and a '18+' symbol. The product is described as a 'Dispositivo glo HYPER X2, Cavo USB-C, Manuale d'istruzioni, Cleaner' with a 3100 mAh battery. The page also features a '18+' symbol and a 'NON IN VENDITA AI MINORI' warning.

56. In realtà, l’avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori non è indicata nello *store* di Glo di Amazon (figura n. 10), e in quella stessa pagina, dopo l’illustrazione del prodotto si può già aggiungere al carrello il Dispositivo prescelto, procedendo direttamente all’acquisto senza passare alla pagina di vendita principale, ossia alla Scheda-prodotto (figura n. 9.1).

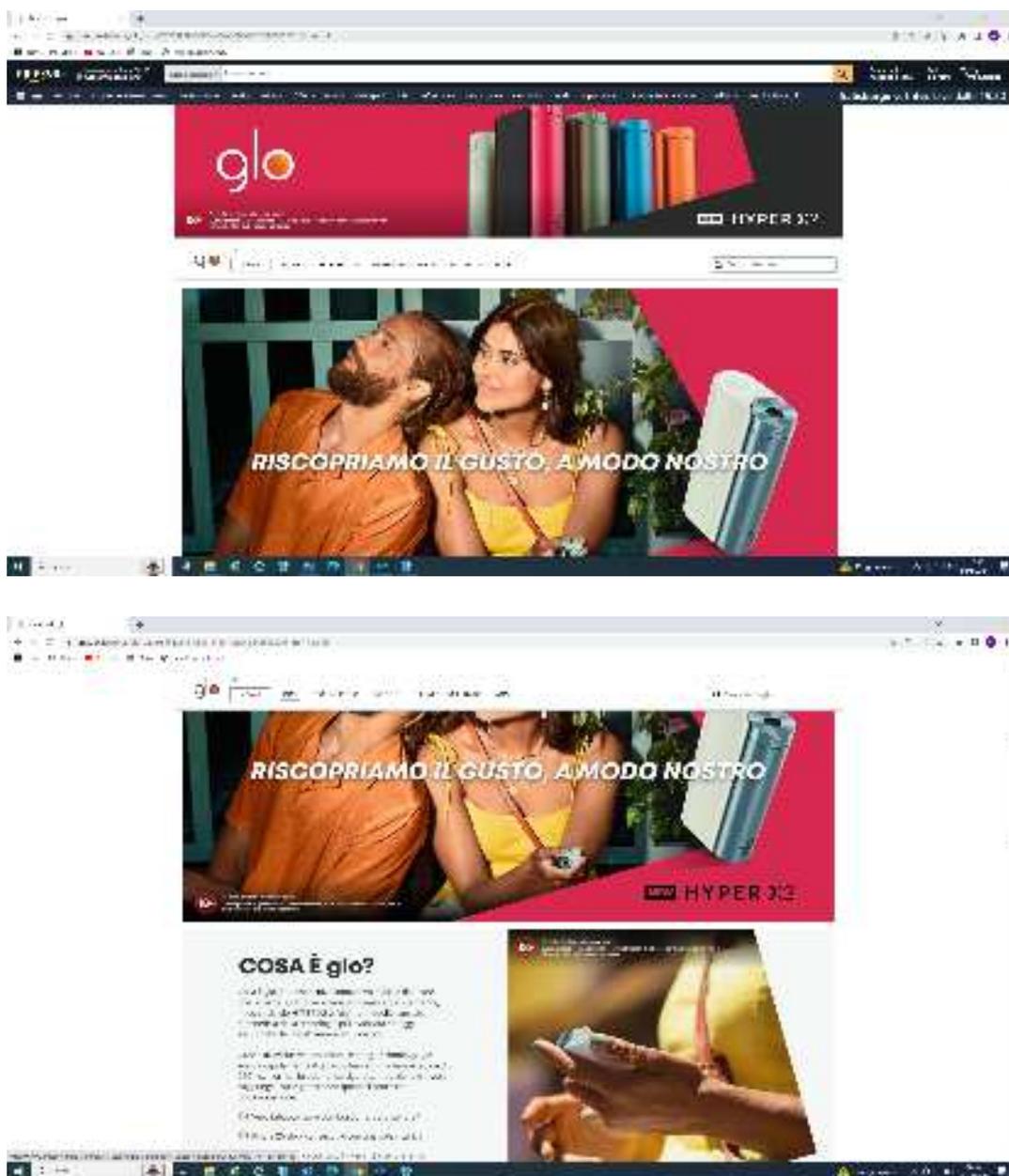
57. Nella Scheda-prodotto, invece, l’avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori risulta collocata in modo poco visibile diversamente da quanto indicato dal Professionista. Non compare alcun avviso nella parte della pagina che si può normalmente visualizzare in uno schermo del *computer* di normali dimensioni, né vi è alcuna indicazione nella foto che compare nella scheda (figure nn. 9.1 e 9.2). La scritta “*non in vendita ai minori*” è posizionata più in basso, nelle ulteriori informazioni sul prodotto, non leggibili se non si scorre la pagina. Anche secondo l’ultimo verbale di acquisizione agli atti dell’8 novembre 2023 nelle schermate delle pagine *web* acquisite relative a Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air non risultano apportate modifiche rilevanti, immediatamente e chiaramente visibili, allo *store* Glo di Amazon (figura n. 16) e alla Scheda-prodotto (figura n. 17). L’indicazione sulla vendita ai minori è inserita nello *store* Glo di Amazon in alto nella pagina, ma con un carattere estremamente ridotto accanto ad un cerchio con l’indicazione 18+ all’interno e nella seconda schermata della Scheda-prodotto è riportata un’avvertenza in fondo alle informazioni in merito al fatto che il Dispositivo non è in vendita ai minori⁶¹ (figure nn. 16 e 17).

⁵⁹ Cfr. doc. n. 27.

⁶⁰ Cfr. doc. n. 86. https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref_=ast_bln.

⁶¹ Cfr. doc. n. 86.

Figura 16- Pagina del sito Amazon.it – Store Glo⁶²



⁶² Cfr. doc. n. 86.

https://www.amazon.it/stores/glo/page/8755284B-0E97-44E6-ACBD-6E42FE7800F1?ref=ast_bln.

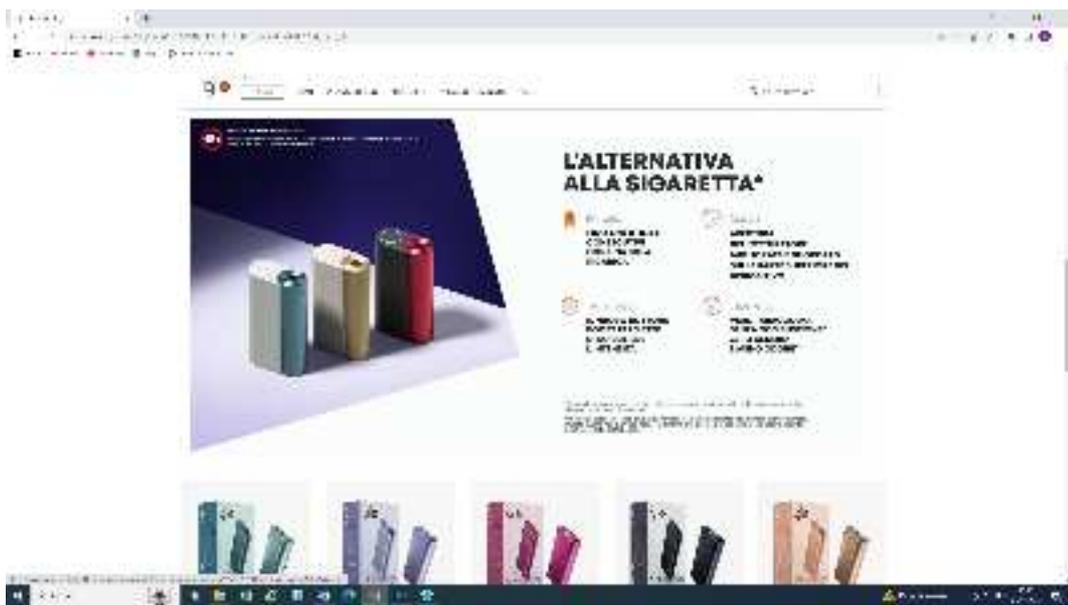
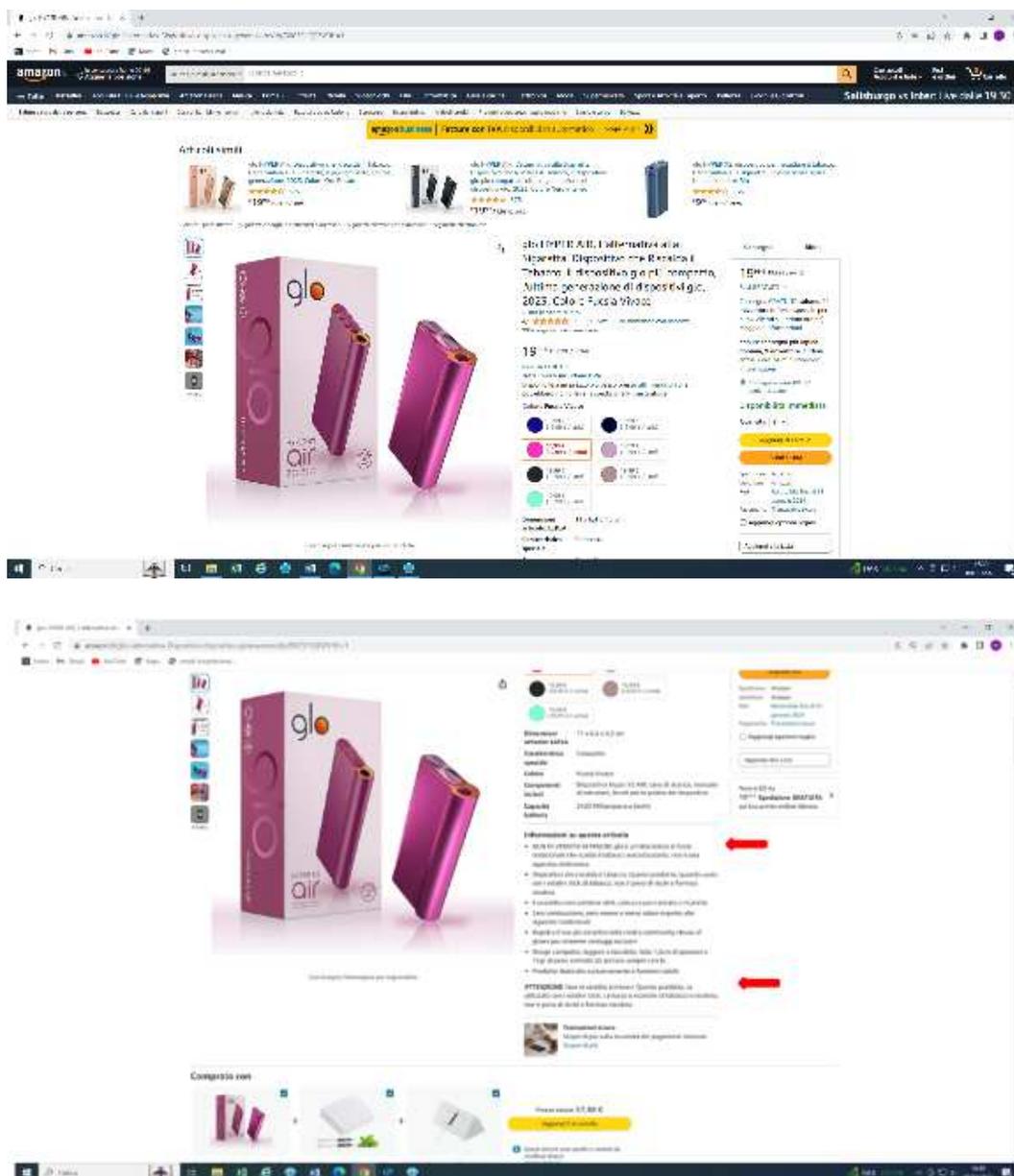


Figura 17- Scheda-prodotto sulla piattaforma Amazon dall'8 novembre 2023



58. Con la comunicazione del 17 maggio 2023, le Società del gruppo Amazon hanno dichiarato che Glo Hyper X2 è stato commercializzato su Amazon a partire dal 1° settembre 2022⁶³. Fino al 31 marzo 2023⁶⁴ sono stati venduti n. [10.000-100.000] device per un importo pari a [100.000-

⁶³ Cfr. doc. n. 27.

⁶⁴ L'ultimo trimestre di cui AEU IT disponeva di dati aggiornati al momento della comunicazione.

1.000.000] euro, di cui solo [1.000-10.000] tramite venditori terzi per un importo di [10.000-100.000] euro⁶⁵.

59. Con la comunicazione dell'11 agosto 2023, le Società del gruppo Amazon hanno dichiarato che Glo Hyper Air è stato commercializzato su Amazon dal 19 maggio 2023⁶⁶. Fino al 30 giugno 2023⁶⁷ sono stati venduti n. [1.000-10.000] device per un importo pari a [10.000-100.000] euro, di cui solo [100-1.000] tramite venditori terzi per un importo di [1.000-10.000] euro⁶⁸.

3) Le argomentazioni di U.Di.Con

60. L'Associazione U.Di.Con nella propria memoria conclusiva⁶⁹ ha sostenuto che:

a) *“Le condotte esaminate dall’Autorità afferiscono [...] la vendita di un prodotto che, a causa della dipendenza [causata dalla nicotina contenuta nel tabacco], potrà essere abbandonato dal consumatore solo con difficoltà, anche dopo anni, e che è idoneo a provocare danni alla sua salute”, “i claim effettivamente utilizzati si palesano come a dir poco inadeguati ed insufficienti ad informare correttamente il consumatore”. “Le caratteristiche dei dispositivi [...] critiche dal punto di vista della salute e della dipendenza, che potevano renderle meno attrattive per il consumatore, sono state negate, celate o messe in secondo piano, rendendone la visibilità solo eventuale.” “Se da una parte la dicitura «Senza nicotina» ha trovato spazio persino nel titolo delle inserzioni di vendita [...], ed è stata inserita tra le primissime informazioni fornite al consumatore, rendendone inevitabile la lettura, al contrario le informazioni sulla presenza di nicotina sono inserite per lo più in secondo piano, in modo tale da rendere la conoscenza di ciò una mera eventualità. Inoltre le avvertenze, laddove presenti, appaiono sottodimensionate rispetto all’effettività dei rischi per il consumatore e sono formulate in maniera tale da risultare piuttosto morbide e poco incisive”.*

b) *La condotta ha la caratteristica di poter dispiegare i suoi effetti in maniera molto duratura nel tempo dal momento che “il prodotto in commento induce dipendenza nel consumatore e che dunque questi potrà continuare ad acquistare il prodotto (o meglio gli stick correlati) potenzialmente anche per decenni”.*

c) *Le informazioni relative ai suindicati rischi debbono essere inserite sempre in primo piano. “Si tratta di tutela della salute, e di abitudini che possono durare per anni considerata la dipendenza”. “Diversamente, si ammetterebbe l’ipotesi che si possano vendere i dispositivi finalizzati alla somministrazione di tabacco e nicotina quasi come se fossero degli accessori di moda. Questo rischia di rendere «attraente» e «alla moda» l’abitudine di consumare tabacco, e generare una nuova generazione di neo-fumatori, che potrebbero conservare l’abitudine de qua per decenni”.*

4) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

4.a. BATI

61. BATI, nel merito della condotta contestata, solleva le seguenti eccezioni⁷⁰, sostenendo che:

⁶⁵ Cfr. doc. n. 27.

⁶⁶ Cfr. doc. n. 58.

⁶⁷ L'ultimo trimestre di cui AEU IT disponeva di dati aggiornati al momento della comunicazione.

⁶⁸ Cfr. doc. n. 58.

⁶⁹ Cfr. doc. n. 96.

⁷⁰ Cfr. doc. n. 97.

a) BATI ha rispettato la normativa di settore in quanto il Dispositivo di per sé non è catalogabile come un prodotto del tabacco, né è qualificabile come una sigaretta elettronica, ma è un prodotto da fumo a tabacco riscaldato. La sua pubblicità e la sua vendita *online* restano consentiti dalla legge diversamente dagli altri prodotti del tabacco, che non possono essere né venduti né reclamizzati, e anche diversamente dalle sigarette elettroniche la cui pubblicità è anch'essa vietata. Per il Dispositivo dei prodotti a tabacco riscaldato non vi sarebbe, dunque, alcun obbligo di *“menzionare la presenza di nicotina nella sua cartellonistica, questo valendo per le sole sigarette elettroniche, prodotto diverso dal dispositivo”*. Sul sito del professionista - Glo.it - il monito sui pericoli per la salute è indicato in maniera ben visibile nella *landing page* e in tutte le pagine, precisando che per *“pagina”* s'intende tutto ciò che si può leggere una volta cliccato su un *link*, una volta che si apre un nuovo indirizzo, considerando che le dimensioni dello schermo dei laptop, smartphone, desktop sono variabili. In ogni caso *“l'AGCM dovrà scegliere nella sua decisione finale [...] se essa vuole introdurre un obbligo aggiuntivo a quelli previsti dalla legge speciale per la promozione del mero dispositivo, per giunta diverso da quello già previsto per il tabacco riscaldato”*.

b) Per quanto riguarda il c.d. *age warning* (avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori) non vi è alcuna norma che prescriva l'utilizzo, nella cartellonistica, di caratteri e forme minime per le avvertenze relative all'utilizzo da parte di un pubblico adulto del suddetto prodotto. L'*age warning* risulta rappresentato in modo adeguato sul sito aziendale *discoverglo.it* (ossia presente in tutte le pagine con carattere grassetto e nella *landing page*). Inoltre, BATI sostiene che i minori verrebbero tutelati attraverso una serie di sistemi di verifica dell'età anagrafica degli acquirenti (ad esempio il controllo da parte del fattorino dell'età della persona che riceve per posta il dispositivo; negli *stand* temporanei la verifica da parte del personale incaricato dell'età dell'acquirente; la richiesta da parte del tabaccaio dei documenti di identità prima della vendita; sul sito di BATI l'obbligo per il consumatore di indicare la propria età anagrafica prima di accedere);

c) Infine, l'Autorità non menziona nelle risultanze istruttorie segnalazioni e prove sui suindicati divieti e sui comportamenti scorretti che l'assenza/scarsa visibilità di tali divieti avrebbe determinato effettivamente nei consumatori, ossia nei minorenni che avrebbero comprato il dispositivo, ignorando che il suo acquisto fosse riservato a un pubblico adulto, o nei maggiorenni che si sarebbero lamentati di averlo comprato, ignorando il suo potenziale pericolo per la salute, usandolo con gli *stick* Neo.

4.b. AMAZON

62. In merito all'individuazione del soggetto responsabile della condotta contestata alle Società del gruppo, Amazon AICS, ASE e AEU IT hanno precisato che ASE e AICS sono del tutto estranee alla condotta oggetto del procedimento. *“ASE è, infatti, il soggetto responsabile della fornitura dei servizi di intermediazione in Europa, attraverso i quali i Venditori Terzi mettono in vendita i loro prodotti sul Negozio”*. *“ASE non è”*, pertanto, *“responsabile della creazione delle offerte né dell'effettiva vendita dei prodotti”* presenti nello spazio *web* di Amazon.

63. *“AICS è, invece, il soggetto che fornisce i servizi di assistenza agli utenti del Negozio”*. Dunque, né ASE, né AICS *“agiscono come venditori diretti, né sono responsabili delle informazioni visualizzate nella pagina di dettaglio dei prodotti offerti dai Venditori Terzi. ASE si limita a mettere a disposizione dei Venditori Terzi lo spazio virtuale in cui vengono pubblicate le loro offerte”*, operando come *hosting provider* ai sensi dell'articolo 16 del D.Lgs. n. 70/2003.

64. Per i prodotti che sono chiaramente identificati come venduti e spediti da Amazon - come nel caso di quelli oggetto di contestazione da parte dell'Autorità - "AEU IT", dunque, "agisce come unico soggetto responsabile. I prodotti venduti da AEU IT provengono dai Fornitori, che costruiscono le pagine di dettaglio contenenti le informazioni obbligatorie previste dalla normativa vigente". Per la creazione di una nuova offerta sulla Piattaforma, i Fornitori devono compilare appositi moduli di inserimento delle informazioni, con campi obbligatori per quelle informazioni sul prodotto che dovranno essere obbligatoriamente visualizzate nella pagina di dettaglio.

65. Sulla Piattaforma Amazon si vendono solo dispositivi che riscaldano tabacco (o dispositivi per sigarette elettroniche). Non è consentita la vendita di *stick* (con o senza tabacco e nicotina) o di liquidi per sigarette elettroniche. Ciò è chiaramente indicato nelle Pagine di Aiuto dedicate ai fornitori di prodotti del Tabacco.

66. Le predette Società del gruppo Amazon, nel merito della condotta contestata, sollevano le seguenti eccezioni⁷¹, sostenendo che:

a) il settore del tabacco/prodotti correlati è estremamente regolamentato, ma nessuna delle numerose normative settoriali esistenti è applicabile al Dispositivo oggetto del procedimento. L'attuale quadro normativo applicabile ai prodotti a tabacco riscaldato non prevede alcuna comunicazione aggiuntiva e/o obbligo informativo specifico. Il Dispositivo in sé non è qualificabile come prodotto del tabacco, ma è semplicemente un dispositivo elettronico che serve a consumare - attraverso un processo di riscaldamento e quindi non di combustione (a differenza delle sigarette tradizionali) - un prodotto senza fumo di nuova generazione. Per questo motivo, ai Prodotti in questione non si applica il divieto di pubblicità previsto dalla legge n. 165/1962, che si applica solo ai prodotti da fumo del tabacco;

b) è esclusa anche l'applicabilità dell'articolo 21, comma 10, del D.Lgs. n. 6/2016 per tali dispositivi in quanto si riferisce esclusivamente alle sigarette elettroniche e dell'articolo 13 del D.Lgs. n. 6/2016 che riguarda solo gli *stick* di tabacco "Neo" e i prodotti utilizzabili con i dispositivi. Non dovrebbero applicarsi al dispositivo stesso né la Direttiva Europea 2014/40/UE, né il D.Lgs. n. 6/2016, né alcuna altra normativa riguardante i riscaldatori di tabacco, con conseguente sostanziale assenza di qualsivoglia obbligo per i produttori o i venditori di tali dispositivi di indicare che l'uso del solo dispositivo è soggetto a rischi o è vietato ai minori;

c) tenuto conto di quanto suindicato, in merito i) ai rischi per la salute quando il dispositivo viene utilizzato con i relativi *stick* di tabacco e ii) alle avvertenze sull'età, si sottolinea che tali avvertenze sono sempre state disponibili sulla piattaforma Amazon. Non è, quindi, ravvisabile alcuna pratica ingannevole prima dell'avvio del Procedimento, in quanto l'informazione asseritamente ingannevole che il dispositivo fosse "senza nicotina" riguarda un dispositivo che, in quanto tale, in sé e per sé, non contiene tabacco o nicotina. Tale dicitura era obbligatoria per tutti i dispositivi correlati al tabacco alla luce delle politiche interne di Amazon volte a impedire la vendita di prodotti contenenti tabacco o nicotina sulla piattaforma. Tali regole sono state adottate da Amazon con un approccio a favore del consumatore, non certo con l'intento di creare confusione o trasmettere informazioni non corrette, ma piuttosto per veicolare ai clienti informazioni chiare e circostanziate sul fatto che il Prodotto che stanno acquistando non è venduto con tabacco o nicotina ed è conforme alla normativa italiana sui prodotti del tabacco e ai relativi divieti di vendita *online* di prodotti correlati al tabacco. In ogni caso, il giorno successivo alla notifica della comunicazione di avvio (17

⁷¹ Cfr. doc. n. 98.

aprile 2023), l'informazione relativa all'assenza di nicotina è stata rimossa da BATI che riveste un ruolo centrale nella gestione e presentazione delle informazioni ai clienti e sostituita con l'avvertenza sulla presenza di nicotina negli *stick* da utilizzare con i dispositivi (che non sono venduti sul Negozio) e il relativo pericolo per la salute;

d) con riferimento al dispositivo Glo Hyper Air - il nuovo prodotto BATI che è stato messo in vendita sulla Piattaforma il 19 maggio 2023, l'affermazione sull'"assenza di nicotina" non compare più nella descrizione del prodotto di questi nuovi dispositivi. Per quanto riguarda, invece, il profilo relativo ai rischi in caso di utilizzo di Glo Hyper Air con *stick* di tabacco, il *disclaimer* "*questo prodotto, quando utilizzato con i relativi stick di tabacco, non è privo di rischi e fornisce nicotina*" era disponibile anche nella pagina prodotti del Glo Hyper Air, anche se, per mere ragioni tecniche dovute al numero di informazioni visualizzate, il consumatore doveva effettuare uno *scrolling* della pagina per visualizzarlo. Tuttavia, a partire dal 24 luglio 2023 (tre giorni dopo la notifica della Comunicazione di integrazione del Procedimento), a seguito delle modifiche apportate direttamente da BATI, il *disclaimer* è stato spostato in una posizione di maggior rilievo (sempre come seconda informazione subito dopo il *disclaimer* sull'età all'interno dell'elenco della pagina prodotto);

e) il fascicolo non contiene alcuna segnalazione di consumatori eventualmente fuorviati dalle informazioni visualizzate sulla Piattaforma e Amazon non ha ricevuto reclami, richieste di restituzione o di rimborso a valle della campagna informativa dedicata ai prodotti oggetto del Procedimento;

f) Amazon svolge un ruolo del tutto marginale nel procedimento, essa sembra essere stata coinvolta solo perché i prodotti di BATI sono disponibili sulla Piattaforma Amazon.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

67. In data 6 dicembre 2023,⁷² veniva inoltrata richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, "AGCOM"), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, dal momento che la condotta in questione è stata diffusa attraverso cartelloni stradali, internet e spot cinematografici.

68. Con delibera n. 324/23/CONS, assunta in data 20 dicembre 2023, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha espresso il proprio parere, pervenuto in data 27 dicembre 2023⁷³.

69. L'AGCOM ha, in particolare, ritenuto che "Internet [sia] una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento" e che "in Italia la televisione, i cartelloni pubblicitari e gli spot cinematografici sono mezzi con una forte valenza informativa, sia per la frequenza di accesso e importanza e attendibilità percepite, che per il carattere persuasivo e rassicurante del linguaggio utilizzato, composto da input visivi e sonori; inoltre, è particolarmente efficace sotto il profilo pubblicitario e riveste una forte funzione sociale in ragione dei meccanismi di influenza nei comportamenti e negli atteggiamenti quotidiani degli individui".

70. Pertanto, l'AGCOM ha concluso che "allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, Internet, i cartelloni pubblicitari, gli spot televisivi e cinematografici siano strumenti di

⁷² Cfr. docc nn. 99-100.

⁷³ Cfr. doc. n. 108.

comunicazione idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

71. La condotta in esame riguarda l’ingannevolezza dell’attività promozionale dei dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, che è stata effettuata da BATI attraverso vari canali di comunicazione (cartelloni pubblicitari, spot cinematografici, sito web) e da Amazon attraverso la propria piattaforma commerciale a partire dal mese di settembre del 2022 per quanto riguarda Glo Hyper X2 e a partire dal mese di maggio 2023 anche per quanto riguarda Glo Hyper Air. Nell’attività promozionale dei due dispositivi BATI e Amazon hanno omesso, non evidenziato o presentato in maniera ingannevole due avvertenze fondamentali per i consumatori, quella inerente alla nocività del prodotto che comporta rischi per la salute per il consumo di nicotina e quella inerente alla circostanza che il prodotto non è destinato ai minori di età⁷⁴.

72. Prima di entrare nel merito della valutazione della condotta è opportuno precisare che per quanto riguarda l’attribuzione della responsabilità della condotta posta in essere da Amazon, valutate le attività svolte dalle singole Società del gruppo Amazon coinvolte nel procedimento secondo le precisazioni fornite nelle memorie difensive di ASE e AICS, queste ultime appaiono estranee alla condotta oggetto del procedimento. Dal momento che per i prodotti chiaramente identificati come venduti e spediti da Amazon, AEU IT agisce come unico soggetto responsabile, si ritiene corretto imputare esclusivamente a tale Società la responsabilità della condotta oggetto del procedimento. ASE e AICS, infatti, svolgono un altro tipo di attività, in quanto forniscono, rispettivamente, servizi di intermediazione per i venditori di prodotti sulla Piattaforma Amazon e servizi di assistenza agli utenti della suddetta Piattaforma.

73. Con riferimento alla condotta oggetto del presente procedimento è opportuno precisare, in via preliminare, che l’Autorità è intervenuta per verificare la conformità dell’attività promozionale posta in essere dai Professionisti relativamente a questa tipologia di prodotto rispetto a quanto previsto dal Codice del Consumo, a cui tutti i professionisti devono attenersi, fornendo al consumatore informazioni chiare e veritiere per i prodotti o servizi che si intendono promuovere di qualunque tipo e natura essi siano.

74. L’articolo 21, commi 1, lettera b), 3 e 4 del Codice del consumo indica le condizioni per considerare una pratica ingannevole. È, infatti, considerata ingannevole *“una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso [...]”*; tra gli elementi citati, sono espressamente indicati, alla lettera b), le caratteristiche principali del prodotto ed i relativi rischi.

75. Il comma 3 dell’articolo 21 del Codice del consumo qualifica esplicitamente come scorretta *“la pratica commerciale che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omette di darne notizia in modo da indurre i consumatori a trascurare*

⁷⁴ La legge di conversione n. 189/2012, del decreto-legge n. 158/2012 ha introdotto il divieto di vendita delle sigarette ai minori di diciotto anni, innalzando il limite dei sedici anni previsto dall’articolo 25 del regio decreto n.2316/1934.

le normali regole di prudenza e vigilanza”; il comma 4 del medesimo articolo qualifica come scorretta *“la pratica commerciale che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini e adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza”*.

76. Infine, secondo l’articolo 22 del Codice del consumo, anche l’omissione di informazioni rilevanti di cui il consumatore medio necessita per prendere una decisione commerciale consapevole è idonea ad indurre il consumatore medio in errore, specificando al comma 2, che tale circostanza si verifica quando *“un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti”* e al comma 4 che *“Nel caso di un invito all’acquisto sono considerate rilevanti [...] le caratteristiche principali del prodotto in misura adeguata al mezzo di comunicazione e al prodotto stesso”*.

77. L’Autorità, dunque, non contesta a BATI e a AEU IT l’attività promozionale dei Dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air in sé stessa, in quanto non sussiste un divieto normativo settoriale per tali Dispositivi, ma contesta la modalità con cui i suddetti Professionisti hanno ritenuto di promuoverne la vendita.

78. Le Società BATI e AEU IT hanno avviato l’attività promozionale relativa a Glo Hyper X2 a partire dal 1° settembre 2022, ma hanno utilizzato modalità di comunicazione molto diverse con un impatto diverso sui consumatori.

79. BATI, infatti, ha fatto ricorso a molteplici canali pubblicitari (sito *web*, cartelloni pubblicitari e spot cinematografici, questi ultimi solo per Glo Hyper X2), omettendo il riferimento alla nocività del prodotto sui cartelloni e negli spot cinematografici, non evidenziandolo sul sito *web* e non garantendo adeguata visibilità all’avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori. È importante evidenziare la pervasività della condotta di BATI, in quanto l’attività promozionale è stata veicolata *online*, su cartelloni pubblicitari collocati in strada e nei centri commerciali anche di enormi dimensioni (oltre 100 mq).

80. Nel mese di giugno del 2023, ossia due mesi dopo l’avvio del procedimento, BATI ha anche proseguito la propria condotta ingannevole pubblicizzando un altro prodotto a tabacco riscaldato - Glo Hyper Air - non solo *online* sul proprio sito *web*, ma conducendo una nuova campagna promozionale tramite cartelloni, in cui ha mantenuto sostanzialmente invariata la struttura e la modalità comunicativa adottata in precedenza per contenuti e formato dei messaggi pubblicitari, inclusa l’omissione del riferimento al consumo di nicotina connesso all’uso del dispositivo.

81. Non vale a giustificare tale attività promozionale il fatto che, secondo quanto rappresentato da BATI, le modalità di vendita dei Dispositivi adottate tutelerebbero i minori attraverso una serie di sistemi di verifica dell’età anagrafica degli acquirenti prima dell’acquisto (ad esempio, il controllo da parte del fattorino dell’età della persona che riceve per posta il dispositivo; negli *stand* temporanei la verifica da parte del personale incaricato dell’età dell’acquirente; la richiesta da parte del tabaccaio dei documenti di identità prima della vendita; sul sito di BATI l’obbligo per il consumatore di indicare la propria età anagrafica prima di accedere). Attraverso l’attività promozionale effettuata, in cui è stata omessa o non evidenziata adeguatamente l’informazione sulla destinazione d’uso ai soli consumatori di età superiore ai 18 anni, si è determinato un illecito “effetto aggancio”, in particolare, nel caso dei cartelloni e degli *spot* cinematografici.

82. Per quanto riguarda AEU IT, che ha promosso i due prodotti Glo esclusivamente sulla propria piattaforma di vendita, le informazioni sono state mostrate nelle Schede-prodotto, predisposte per ciascun Dispositivo secondo le indicazioni ricevute da BATI e nel rispetto della normativa “interna”

di Amazon in vigore al momento dell'avvio del procedimento, secondo cui "era vietata la vendita online di dispositivi che non riportassero chiaramente l'indicazione relativa all'assenza di nicotina"⁷⁵. Per questo motivo è stato persino indicato che il prodotto era privo di nicotina, informazione fattualmente errata e totalmente fuorviante.

83. Al momento dell'avvio dell'istruttoria, nella Scheda-prodotto di Glo Hyper X2 sulla piattaforma Amazon era presente l'informazione falsa dell'assenza di nicotina ("Senza Nicotina"), informazione peraltro più volte riportata nella parte immediatamente visibile della scheda e associata nel titolo della Scheda all'espressione "l'alternativa alle sigarette". Diversamente, tutti i prodotti a tabacco riscaldato contengono nicotina. L'informazione "Senza nicotina" era immediatamente visibile, in quanto inserita sia nel titolo della Scheda-prodotto in stampatello e a caratteri grandi, sia nel corpo della Scheda per ben due volte nella seconda pagina nell'ambito delle "Informazioni su questo articolo".

84. L'ingannevolezza di tale informazione - come detto falsa - non veniva meno per il fatto che in fondo alla medesima Scheda-prodotto (oltre la sesta schermata) era riportato il riferimento alla presenza di nicotina, peraltro in una nota con caratteri piuttosto piccoli ("Questo prodotto non è privo di rischi e contiene nicotina"). Quest'ultima precisazione - poco visibile e a consultazione solo eventuale proprio per il suo posizionamento oltre la sesta schermata⁷⁶ -, semmai, era idonea ad indurre un effetto confusorio, in violazione dell'obbligo di chiarezza delle informazioni sui prodotti e servizi pubblicizzati, che incombe sui Professionisti in base al Codice del consumo. L'informazione falsa sull'assenza di nicotina è stata rimossa il giorno successivo all'avvio dell'istruttoria dell'Autorità (17 aprile 2023).

85. Inoltre, nella pagina "Store Glo" della piattaforma Amazon l'avvertenza sui rischi e sulla nocività del prodotto era non adeguatamente evidenziata, mentre nella Scheda-prodotto veniva inserita un'avvertenza specifica, ma essa non risultava immediatamente visibile al consumatore, in quanto era necessario cliccare su "Descrizione completa", per poterla visualizzare.

86. A seguito della comunicazione di estensione oggettiva del procedimento istruttorio con riferimento all'attività promozionale del dispositivo Glo Hyper Air, dal 24 luglio 2023 il wording suindicato è stato reso immediatamente visibile nell'elenco delle "Informazioni su questo articolo", senza che il consumatore debba più cliccare sul link presente per acquisire ulteriori informazioni ("Scopri di più").

87. Per quanto riguarda AEU IT, l'avvertenza che il prodotto non poteva essere utilizzato dai minori, pur essendo presente nella Scheda-prodotto sul sito Amazon.it, non risultava adeguatamente ed immediatamente visibile, mentre era del tutto assente nella pagina store Glo di Amazon.it.

88. Tale informazione, infatti, seppur presente nella Scheda-prodotto, non compariva nella parte della pagina che si può visualizzare immediatamente in una schermata del computer di normali dimensioni (figura n. 11.1), né vi era alcuna indicazione nell'immagine che compare nella Scheda. La scritta "non in vendita ai minori" risultava collocata più in basso, tra le ulteriori informazioni sul prodotto, non leggibili se non si scorre la pagina. Tale informazione non era, invece, affatto indicata nello store di Glo di Amazon. Nella stessa pagina dello store, dopo l'illustrazione del prodotto, il

⁷⁵ Cfr. doc. n. 27.

⁷⁶ Vale sottolineare che già nella prima schermata era presente il "tasto" per procedere all'acquisto.

Dispositivo poteva essere aggiunto direttamente al “carrello” per l’acquisto, anche senza leggere l’alert per cui il prodotto non è destinato ai minori che era presente solo nella Scheda-prodotto.

89. Con riferimento alle osservazioni dei Professionisti, appare pretestuosa la distinzione che BATI e AEU IT effettuano tra Dispositivo elettronico e pacchetti di *stick* di tabacco, per i quali la pubblicità è vietata⁷⁷. Secondo i Professionisti, infatti, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono meri dispositivi elettronici, che, in quanto tali, di per sé, non contengono tabacco/nicotina. Pertanto, sarebbe lecito pubblicizzare tali prodotti come privi di nicotina (“*senza nicotina*”) senza evidenziare le informazioni rilevanti sui rischi per la salute causati dal loro utilizzo, diversamente da quanto previsto per la commercializzazione degli *stick* di tabacco da usare con tali Dispositivi.

90. I due prodotti (il Dispositivo elettronico e lo *stick* di tabacco) sono venduti separatamente, ma costituiscono i due elementi indispensabili che consentono, solo in combinazione tra loro, di “fumare il tabacco” secondo una diversa modalità, ossia senza bruciarlo come nel caso della sigaretta tradizionale, ma riscaldandolo ad una temperatura più bassa di quella della combustione. Pertanto, i Dispositivi, oggetto del presente procedimento, sono posti in vendita per essere utilizzati dai consumatori per “fumare” e non espletano, dunque, la funzione loro propria in mancanza degli *stick* di tabacco che contengono nicotina. Pertanto, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono, a tutti gli effetti, prodotti da fumo, funzionanti solo mediante uso di tabacco, e conseguentemente ed inevitabilmente comportano il consumo di nicotina⁷⁸. Va quindi rigettata la tesi dei Professionisti che – in sé – i Dispositivi sono “privi di nicotina”, perché la loro fruizione (secondo la loro unica e naturale funzione d’uso) implica l’utilizzo di tabacco che contiene nicotina.

91. Come già precisato in precedenza, nell’attività promozionale ogni professionista deve fornire ai consumatori in maniera chiara, veritiera e ben visibile almeno le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del prodotto pubblicizzato, soprattutto, indicando gli eventuali rischi connessi al suo utilizzo in modo da consentire al consumatore di effettuare una scelta commerciale consapevole⁷⁹.

92. Nel caso specifico, le avvertenze fondamentali che i professionisti devono veicolare ai consumatori nella vendita di prodotti da fumo, quali quelli qui in esame, sono i) la nocività del consumo di tabacco/nicotina e ii) la circostanza che il prodotto non è destinato ai minori. Quest’ultima avvertenza riguarda gli *stick* di tabacco da utilizzarsi necessariamente con i Dispositivi in esame. Conseguentemente, i minori di 18 anni, non potendo utilizzare gli *stick*, non potrebbero nemmeno fruire del Dispositivo.

⁷⁷ Cfr. l’articolo 8 del D.L. n. 4/1983, convertito nella legge n. 52/1983.

⁷⁸ Secondo la Direttiva 2022/2100/UE per “*prodotto del tabacco riscaldato*» si intende un prodotto del tabacco di nuova generazione che è riscaldato per produrre un’emissione contenente nicotina e altre sostanze chimiche, che viene poi inalata dall’utilizzatore o dagli utilizzatori e che, a seconda delle caratteristiche, è un prodotto del tabacco non da fumo o un prodotto del tabacco da fumo”.

⁷⁹ Cfr. Consiglio di Stato, VI, 12 marzo 2020, n. 1751, PS9884 - *Guardian Sismalarm*: “Il principio di chiarezza e completezza nelle comunicazioni pubblicitarie si impone fin dal primo contatto con il consumatore, con la conseguenza che il rinvio a ulteriori fonti di informazione, tra l’altro di consultazione solo eventuale, non consente di sanare ex post l’inadempimento dell’onere informativo imposto all’operatore”. Conformi: Consiglio di Stato, VI, 14 dicembre 2022, n. 10939, PS9452 - *Illumia S.p.A. Promozione «led» per risparmio energetico*; Consiglio di Stato, VI, 4 luglio 2018, n. 4110, PS6576 - *Titel-Corso di informatica*; Consiglio di Stato, VI, 2 ottobre 2019, n. 6036, PS1100 - *Aurum Hotels-Disagi soggiorno*; Consiglio di Stato, VI, 19 settembre 2017, n. 4878, PS891 - *Bioscalin crescita capelli*; Tar Lazio, I, 8 marzo 2019, n. 3095, PS8940 - *Soluzione Casa - Fidelity Card*.

93. Fornire ed evidenziare l'informazione che un prodotto è vietato ai minori di diciotto anni costituisce un'indicazione fondamentale non solo per un minore, ma anche per un adulto, perché lo informa che quel prodotto presenta seri rischi per la salute. Tale informazione potrebbe, quindi, anche indurlo non solo a non acquistare il prodotto per un minore, ma anche a prestare particolare attenzione affinché questi non lo utilizzi in alcun modo. Analogamente, risulta illecito - condizionando la scelta commerciale del consumatore - negare o non dare rilievo adeguato e non ambiguo all'informazione inerente alla presenza di nicotina nell'utilizzo dei Dispositivi, proprio in considerazione del fatto che essi vengono pubblicizzati come "*alternativa alle sigarette*" (cfr. definizione riportata nel titolo della Scheda del prodotto e nello store GLO su Amazon.it). Il consumatore può essere, in tal modo, indotto all'acquisto di tali Dispositivi proprio per eliminare i rischi per la salute e l'effetto della dipendenza, che la nicotina crea.

94. Deve, quindi, concludersi che, contrariamente a quanto affermato dai Professionisti, l'Autorità non ha travalicato il proprio ambito di competenza, ma ha semplicemente applicato quanto previsto dal Codice del Consumo, limitandosi a contestare ai Professionisti l'assenza, la non immediata visibilità e/o la scarsa chiarezza delle due suddette avvertenze. Tutte queste condizioni non consentirebbero al consumatore di poter fruire in maniera chiara delle informazioni necessarie per effettuare una scelta d'acquisto consapevole. A BATI e a AEU IT non viene, dunque, negata o limitata in alcun modo la facoltà di decidere sulle modalità di presentazione delle due avvertenze, ma viene richiesto essenzialmente di prevederne la presenza, di garantirne la correttezza informativa e l'immediata e chiara leggibilità.

95. L'argomentazione difensiva di BATI e AEU IT relativa al fatto che Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air sono meri dispositivi elettronici esenti da qualsivoglia obbligo o divieto informativo connesso alla normativa settoriale sui prodotti da fumo, appare, dunque, un mero artificio retorico, per eludere il rispetto degli obblighi informativi connessi alla promozione e vendita di tali prodotti derivanti dal Codice del Consumo. L'idea che tali Dispositivi possano essere pubblicizzati come se fossero meri oggetti di *design*, puntando sull'estetica del prodotto⁸⁰, attraendo il consumatore sull'aspetto emozionale/esperienziale di tali oggetti⁸¹, ritenendo di poter prescindere dalla loro funzionalità (il consumo di tabacco/nicotina) e dalle specifiche avvertenze necessarie per un loro uso consapevole e vietato ai minori, appare, per un verso, manifestamente infondata, per altro verso, una modalità subdola e gravemente ingannevole di indurre il consumatore ad acquistare un prodotto che comporta rischi per la salute o vietato ai minori.

96. Infine, è di tutta evidenza che non può costituire un'argomentazione difensiva valida da parte dei Professionisti contestare all'Autorità l'assenza di segnalazioni o reclami da parte di consumatori che lamentino l'ingannevolezza dei messaggi promozionali di Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air. Nel caso di specie, ai fini della valutazione della scorrettezza della condotta, rileva la mera osservazione della documentazione promozionale predisposta, in cui risultano omessi/non evidenziati o addirittura negati il riferimento al consumo della nicotina e/o l'avvertenza che il prodotto non è destinato ai minori.

97. Per completezza, comunque, vale ricordare che per costante giurisprudenza, caratteristica dell'illecito consumeristico è quella di essere di mero "pericolo" con la conseguenza che "*è del tutto*

⁸⁰ Claim utilizzato da BATI (ad esempio. "*Riscopri il design, a modo tuo*").

⁸¹ Claim utilizzato da BATI ("*Riscopriamo il gusto, a modo nostro*").

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"* (cfr. Consiglio di Stato, 12 marzo 2020, n. 1751).

98. In conclusione, si ritiene che la documentazione istruttoria acquisita consenta di determinare che BATI e AEU IT, a partire dal mese di settembre 2022, abbiano posto in essere una pratica commerciale ingannevole, consistente nella omissione, mancata evidenziazione, ingannevolezza, nella promozione dei prodotti a tabacco riscaldato, Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, di due informazioni rilevanti inerenti al consumo di nicotina e alla destinazione d'uso del prodotto ai consumatori di età superiore ai 18 anni.

99. Tale condotta è stata posta in essere dai due Professionisti in violazione degli articoli 20, 21, commi 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo in quanto i Dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air, utilizzabili solo per consumare gli *stick* di tabacco, non sono stati pubblicizzati in modo da fornire in maniera veritiera e comunque adeguata per il consumatore le due principali avvertenze d'uso, vale a dire, che si tratta di prodotti nocivi per la salute per la presenza di nicotina negli *stick* di tabacco da utilizzare necessariamente con i Dispositivi, e che non sono destinati all'utilizzo dei minori di diciotto anni. L'assenza e/o la mancata trasparenza e/o evidenziazione di tali informazioni sono idonee ad indurre in errore il consumatore e a fargli effettuare una scelta commerciale non consapevole.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

100. 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 euro⁸², tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

101. 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.

102. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nel caso in esame, anzitutto della rilevanza economica dei due Professionisti e della diffusione della condotta, considerando, con particolare riguardo alle condotte poste in essere da parte di BATI, la pluralità dei mezzi utilizzati (*web*, *spot* cinematografici e cartelloni pubblicitari).

⁸² L'importo massimo della sanzione è stato innalzato da 5 a 10 milioni di euro dal D.Lgs. n. 26/2023, entrato in vigore in data 2 aprile 2023.

103. Più nel dettaglio, riguardo al primo aspetto, nell'esercizio finanziario 2022, BATI presenta ricavi pari a oltre [100-1.000] milioni di euro con un margine operativo lordo superiore a [10-100] milioni di euro⁸³ e AEU IT presenta ricavi superiori a [1-100] miliardi di euro⁸⁴.

104. Con specifico riferimento alla quantificazione della sanzione nei confronti di BATI, è stata considerata, innanzitutto, la gravità della condotta, derivante dall'ingannevolezza ed omissività delle due predette avvertenze sul consumo di nicotina e sulla circostanza che il prodotto non sia destinato ai minori, atte a esporre i consumatori, in particolare i minori di età, in quanto soggetti più fragili, ad assumere comportamenti che possono arrecare danni alla loro salute.

105. Sono stati, altresì, considerati i seguenti fattori rilevanti:

- la rilevanza economica del professionista e l'ampia diffusione della pratica posta in essere mediante l'utilizzo di vari canali (cartellonistica stradale, sito e spot cinematografici, cfr. paragrafo 103);

- la scelta di commercializzare un nuovo dispositivo (Glo Hyper Air), con modalità omissive ed ingannevoli molto simili a quelle già contestate in avvio per altro dispositivo (Glo Hyper X2) e nonostante fosse in corso la relativa istruttoria;

- le stime degli introiti derivanti dalla vendita dei numerosi dispositivi (oltre [100.000-1.500.000]⁸⁵ dispositivi Glo Hyper X2 nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 e circa [100.000-1.500.000]⁸⁶ dispositivi Glo Hyper Air nel periodo maggio-dicembre 2023, per un totale di circa [100.000-1.500.000] dispositivi venduti almeno nel suddetto periodo). Considerando che i dispositivi sono stati venduti ad un prezzo medio, stimato in misura conservativa, di 15 euro, le entrate di BATI per la vendita di Glo Hyper X2 sarebbero state di oltre [5-30] milioni di euro e per la vendita di Glo Hyper Air di circa [5-30] milioni di euro, per un totale stimato di oltre [5-30] milioni di euro.

106. Inoltre, sebbene BATI abbia dichiarato perdite che sono state stimate in circa [1.000.000-15.000.000] euro⁸⁷ per la vendita di Glo Hyper X2 e in circa [1.000.000-15.000.000] euro⁸⁸ per la vendita di Glo Hyper Air, ai fini della quantificazione della sanzione, vale evidenziare che l'eventuale vendita sottocosto di tali dispositivi sarebbe stata comunque utile al raggiungimento di un loro posizionamento sul mercato⁸⁹ e, in ogni caso, la medesima è stata oltremodo compensata dagli ingenti introiti derivanti dalla vendita degli *stick* di tabacco, indispensabili per l'utilizzo di tali *device*. Si consideri, infatti, che per il solo periodo settembre 2022-aprile 2023 per Glo Hyper X2 e per il solo periodo maggio-luglio 2023 per Glo Hyper Air, BATI ha dichiarato di aver venduto *stick* di tabacco per un importo complessivo pari a [10.000.000-100.000.000] euro⁹⁰.

⁸³ Cfr. doc. n. 26 all. 4. Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

⁸⁴ Cfr. doc. n. 29 all. 4. Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

⁸⁵ La stima del numero di Dispositivi Glo Hyper X2 venduti nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 si è basata sulla cifra di [100.000-1.500.000] unità vendute fornita da BATI per il periodo settembre 2022-aprile 2023.

⁸⁶ La stima del numero di Dispositivi Glo Hyper Air venduti nel periodo maggio-dicembre 2023 si è basata sulla cifra di [100.000-1.500.000] unità vendute fornita da BATI per il periodo maggio-luglio 2023.

⁸⁷ La stima dell'importo delle perdite per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper X2 nel periodo settembre 2022-dicembre 2023 si è basata sull'importo di - [1.000.000-15.000.000] euro fornita da BATI per il periodo settembre 2022-aprile 2023.

⁸⁸ La stima dell'importo delle perdite per la vendita dei Dispositivi Glo Hyper Air nel periodo maggio-dicembre 2023 si è basata sull'importo di - [1.000.000-15.000.000] euro fornita da BATI per il periodo maggio-luglio 2023.

⁸⁹ Cfr. doc. n. 31.

⁹⁰ Cfr. docc. nn. 31 e 56. Nel dettaglio, per il solo periodo settembre 2022-aprile 2023, BATI ha venduto *stick* di tabacco per Glo Hyper X2 per un importo di [10.000.000-100.000.000] euro e, per il solo periodo maggio-luglio 2023, BATI ha venduto *stick* di tabacco per Glo Hyper Air per un importo di [10.000.000-100.000.000] euro).

107. Infine, va considerato che la condotta, posta in essere a partire dal mese di settembre del 2022, si è protratta ben oltre la data di entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 26/2023 ed è ancora in corso. Infatti, se l'avvertenza sulla circostanza che il prodotto non sia destinato ai minori si considera completamente cessata dalla fine dell'estate del 2023 (a partire dal 24 luglio 2023, tale avvertenza risulta modificata e resa chiara e immediatamente fruibile sul sito *Glo.it* e, solo a partire dall'autunno del 2023, è stata sospesa la campagna promozionale dei prodotti a tabacco riscaldato tramite cartelloni pubblicitari⁹¹), risulta, invece, ancora in corso la violazione per quanto riguarda il *claim* relativo al consumo di nicotina, connesso ai Dispositivi, riportato ancora in maniera non immediatamente visibile sul sito *Glo.it*⁹².

108. Alla luce di tutti i precedenti elementi, si ritiene congruo quantificare la sanzione amministrativa pecuniaria da comminare a BATI nella misura di 6.000.000 € (seimilioni di euro).

109. Con riferimento ad AEU IT, è stata considerata, oltre alla rilevanza economica del professionista (cfr. paragrafo 103), soprattutto la maggiore gravità della condotta, non solo per le suddette caratteristiche, ma anche per l'indicazione falsa, riportata sul sito del professionista, secondo cui il dispositivo *Glo Hyper X2* non conteneva nicotina ("*senza nicotina*"). In proposito, rileva che il Professionista ha scelto di veicolare tale informazione falsa, in violazione delle norme del Codice del Consumo, pur di rispettare la propria normativa "interna" in vigore al momento dell'avvio del procedimento, secondo cui "*era vietata la vendita online di dispositivi che non riportassero chiaramente l'indicazione relativa all'assenza di nicotina*"⁹³. Si è tenuto conto, d'altro canto, dell'unicità del canale di diffusione della pratica (limitata al sito *web* del Professionista), nonché dei minori introiti stimati per AEU IT dalla vendita diretta dei dispositivi *Glo Hyper X2* e *Glo Hyper Air* (si stima che Amazon abbia venduto circa [10.000-100.000] dispositivi⁹⁴, per ricavi complessivi stimati pari a circa [100.000-1.000.000] euro⁹⁵).

110. Inoltre, nel caso di AEU IT, per quanto riguarda la durata della violazione, risulta, diversamente da BATI, che la condotta sia stata posta in essere a partire dal mese di settembre del 2022 e sia cessata il 24 luglio 2023⁹⁶.

111. Sulla base di tutti i suindicati elementi, si ritiene congruo quantificare la sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura di 1.000.000 € (unmilione di euro).

⁹¹ Cfr. rispettivamente docc. nn. 31, 47, 58 e 86.

⁹² Cfr. rispettivamente docc. nn. 31, 47, 58 e 86.

⁹³ Cfr. doc. n. 27.

⁹⁴ Si stima che AEU IT abbia venduto nel periodo settembre 2022 - luglio 2023 circa [10.000-100.000] Dispositivi *Glo Hyper X2* (la stima del numero di Dispositivi *Glo Hyper X2* venduti nel periodo settembre 2022-luglio 2023 si è basata sul numero di [10.000-100.000] unità vendute, fornita da AEU IT per il periodo settembre 2022 - marzo 2023) e che abbia venduto nel periodo maggio-luglio 2023 circa [1.000-10.000] Dispositivi *Glo Hyper Air* (la stima del numero di Dispositivi *Glo Hyper Air* venduti nel periodo 19 maggio - 24 luglio 2023 si è basata sul numero di [1.000-10.000] dispositivi, fornito da AEU IT per il periodo 19 maggio - 30 giugno 2023), per un totale di circa [10.000-100.000] Dispositivi venduti nel periodo suindicato.

⁹⁵ Si stima che i ricavi ammontino per *Glo Hyper X2* a circa [100.000-1.000.000] euro (la stima degli introiti per la vendita dei Dispositivi *Glo Hyper X2* nel periodo settembre 2022 - luglio 2023 si è basata sull'importo di [100.000-1.000.000] euro fornito da AEU IT per il periodo settembre 2022 - marzo 2023) e per *Glo Hyper Air* a circa [10.000-100.000] euro (la stima degli introiti per la vendita dei Dispositivi *Glo Hyper Air* per il periodo 19 maggio - 24 luglio 2023 si è basata sull'importo di [10.000-100.000] euro fornito da AEU IT per il periodo 19 maggio -30 giugno 2023) per un totale di circa [100.000-1.000.000] euro.

⁹⁶ Cfr. rispettivamente docc. nn. 27, 47 e 86.

RITENUTO, pertanto, in conformità del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulla base e nei limiti delle considerazioni suesposte, che la condotta descritta al par. II integra una violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2, e 4, lettera a), del Codice del consumo per l'omissione, la presentazione ingannevole e/o la non evidenziazione delle due principali avvertenze per l'uso dei Dispositivi, rappresentate dall'inevitabile consumo di nicotina nell'utilizzarli e alla destinazione d'uso del prodotto ai consumatori di età superiore ai diciotto anni;

DELIBERA

a) che la condotta descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle Società British American Tobacco Italia S.p.A. e Amazon EU S.à r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 3 e 4, 22, commi 2 e 4, lettera a), del Codice del consumo, e ne vieta la continuazione per quanto attiene alla mancata evidenziazione da parte di BATI del *claim* relativo al consumo di nicotina, e la reiterazione per i rimanenti profili;

b) di irrogare alla Società British American Tobacco Italia S.p.A., una sanzione amministrativa pecuniaria di 6.000.000 € (seimilioni di euro);

c) di irrogare alla Società Amazon EU S.à r.l., una sanzione amministrativa pecuniaria di 1.000.000 € (unmilione di euro);

d) che British American Tobacco Italia S.p.A. comunichi all'Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

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, 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

PS12557 - SEI SERVIZIO ENERGETICO ITALIANO/ATTIVAZIONI NON RICHIESTE
Provvedimento n. 31054

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

SENTITA la Relatrice Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III e 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 dell'8 maggio 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12557 nei confronti della società Servizio Energetico Italiano S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 9 maggio 2023, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede di Servizio Energetico Italiano S.r.l.;

VISTI i propri provvedimenti del 26 settembre 2023 e del 14 novembre 2023, con ciascuno dei quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta una proroga del termine di conclusione del procedimento per esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Servizio Energetico Italiano S.r.l. (di seguito anche “Servizio Energetico Italiano”, “SEI” o “la Società”), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo. La Società è attiva nella vendita di gas naturale e di energia elettrica ai clienti finali nel mercato libero. In base all'ultimo documento contabile disponibile, relativo all'esercizio finanziario del 2022, la Società ha realizzato ricavi pari a [1-10]* milioni di euro¹.

2. L'associazione di consumatori CO.DI.CI. ONLUS, in qualità di interveniente.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal Professionista, quantomeno da luglio 2022², relativamente all'attività di fornitura di servizi di energia elettrica e gas erogati dallo

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

¹ Fonte: Bilancio inviato dal Professionista con comunicazioni prott. nn. 16055 e 16056 del 25 gennaio 2024.

² Cfr., *in primis*, la segnalazione prot. n. 86840 del 26 ottobre 2023, nella quale si lamenta l'attivazione non richiesta di forniture di energia elettrica e gas a carico di un consumatore sottoposto ad amministrazione di sostegno, decorrenti da luglio 2022, la cui documentazione contrattuale non era stata tempestivamente inviata neanche a seguito di apposite richieste del consumatore. Il segnalante lamenta anche la mancata applicazione dell'articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo

stesso sul mercato libero, consistenti: A) nella conclusione di contratti e attivazione di forniture non richieste (ANR), in assenza della sottoscrizione o del consenso del consumatore, unitamente alla richiesta di pagamento di corrispettivi non dovuti; B) nell'omesso o tardivo invio della documentazione contrattuale e nell'imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di ripensamento.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

4. A seguito di numerose segnalazioni dei consumatori³, in data 16 maggio 2023, è stato comunicato al Professionista l'avvio del procedimento istruttorio PS12557⁴ per possibile violazione degli articoli 20, 24, 25, 26, comma 1, lettera f), in combinato disposto con l'articolo 66-*quinquies* e con l'articolo 52 del Codice del consumo.

5. Al fine di acquisire elementi utili alla valutazione delle fattispecie oggetto di esame, in data 16 maggio 2023 è stato svolto, presso la sede di Servizio Energetico Italiano S.r.l., un accertamento ispettivo.

6. In data 30 maggio 2023, la Società ha fornito le informazioni richieste in sede ispettiva⁵ e, in data 6 giugno 2023, quelle richieste nell'ambito della comunicazione di avvio, corredate da una memoria difensiva⁶.

7. SEI ha presentato le proprie memorie difensive nelle date del 6 giugno 2023⁷, del 24 ottobre 2023⁸ e del 13 dicembre 2023⁹.

8. SEI ha avuto accesso agli atti del fascicolo istruttorio in data 26 maggio, 26 giugno e 18 ottobre 2023.

9. In data 8 giugno 2023 è giunta, da parte dell'associazione di consumatori CO.DI.CI. Onlus, un'istanza di partecipazione al procedimento istruttorio, il cui accoglimento è stato comunicato alle Parti in data 26 giugno 2023.

10. In data 3 luglio 2023, la Società ha formulato una proposta di impegni.

nonostante la rassicurazione in tal senso espressa dalla Società a marzo 2023 (secondo quanto attestato dalle PEC allegate alla denuncia).

Cfr. inoltre reclami reperiti in sede ispettiva. Tra questi, le doglianze di un cliente che sollecita più volte il rimborso di una fattura pagata a seguito di un'attivazione non richiesta avvenuta nella prima metà del luglio 2022 (cfr. doc. n. 96 del fascicolo ispettivo); registrazioni inviate da SEI in risposta a reclami per attivazioni non richieste nelle quali gli operatori telefonici riferiscono come data di effettuazione della telefonata di presunta acquisizione del consenso dei reclamanti: il 27 giugno 2022 (cfr. doc. n. 386 del fascicolo ispettivo), il 14 luglio 2022 (cfr. doc. n. 519 del fascicolo ispettivo) e l'8 settembre 2022 (cfr. doc. n. 494 del fascicolo ispettivo); ulteriore reclamo che evidenzia una richiesta di invio della documentazione comprovante l'attivazione della fornitura di energia elettrica per la quale in data 7 settembre 2022 è stata emessa una bolletta contenente la fatturazione dei consumi del mese di agosto 2022 (cfr. doc. n. 1074 del fascicolo ispettivo).

³ Le segnalazioni citate nel presente Provvedimento sono esemplificative – e non esaustive – dei profili di scorrettezza delle condotte poste in essere dal Professionista e qui contestate.

⁴ Cfr. comunicazione di avvio del procedimento, doc. prot. n. 42151 dell'8 maggio 2023, trasmessa al Professionista con nota prot. n. 44443 del 16 maggio 2023.

⁵ Docc. prot. nn. 48851 e 48913 del 30 maggio 2023.

⁶ Docc. prot. nn. 50581 e 50623 del 6 giugno 2023.

⁷ Doc. prot. n. 50581 del 6 giugno 2023.

⁸ Doc. prot. n. 85824 del 24 ottobre 2023.

⁹ Doc. prot. n. 102746 del 13 dicembre 2023, integrato con gli allegati contenuti nel doc. prot. n. 103082 del 14 dicembre 2023.

11. In data 2 agosto 2023, è stato comunicato alla Società il rigetto della proposta di impegni, deliberato dall’Autorità in data 1° agosto 2023.

12. In data 12 settembre 2023, si è svolta l’audizione dei rappresentanti del Professionista.

13. Il 22 novembre 2023 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento¹⁰.

14. Il 13 dicembre 2023, SEI ha depositato documentata memoria conclusiva¹¹.

15. In data 14 dicembre 2023, è stato richiesto il parere, ai sensi dell’articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del consumo, all’Autorità di Regolazione Energia Reti e Ambiente (di seguito anche ARERA)¹², pervenuto in data 29 dicembre 2023¹³.

16. In data 9 gennaio 2024, è stato richiesto il parere, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo, all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM)¹⁴, pervenuto in data 29 gennaio 2024¹⁵.

2) Le evidenze acquisite

17. Gli elementi emersi nel corso del procedimento confermano quanto già segnalato dai singoli consumatori e Associazioni di consumatori, con riguardo alle due condotte individuate in precedenza, consistenti A) nella conclusione di contratti e attivazione di forniture non richieste, in assenza della sottoscrizione o del consenso del consumatore, unitamente alla richiesta di pagamento di corrispettivi non dovuti; B) nell’omesso o tardivo invio della documentazione contrattuale e nell’imposizione di ostacoli all’esercizio del diritto di ripensamento.

18. Più in dettaglio, per ciascuna delle due condotte, alla luce delle evidenze acquisite in sede ispettiva e dei riscontri documentati depositati dal Professionista – sono emerse le risultanze istruttorie illustrate qui di seguito.

Condotta sub A)

Segnalazioni

19. La maggior parte delle molte denunce ricevute riferisce che SEI procede alla conclusione di contratti e all’attivazione di forniture di energia elettrica e/o gas naturale senza avere preventivamente acquisito il consenso del consumatore, utilizzando il canale *teleselling* come modalità di contatto quasi esclusiva e, in misura di gran lunga minore, la vendita a domicilio¹⁶.

20. L’attivazione non richiesta di un contratto di fornitura di energia avviene attraverso tre modalità principali:

(i) a seguito di un mero contatto, prevalentemente telefonico, nel corso del quale gli agenti non forniscono informazioni corrette sulla finalità della telefonata, sulla natura e condizioni dell’offerta

¹⁰ Docc. prott. n. 97481 e 97498 del 22 novembre 2023.

¹¹ Doc. prot. n. 102746 del 13 dicembre 2023, integrato con gli allegati contenuti nel doc. prot. n. 103082 del 14 dicembre 2023.

¹² Docc. prott. nn. 103361 e 103364 del 14 dicembre 2023.

¹³ Doc. prot. n. 106508 del 29 dicembre 2023.

¹⁴ Docc. prott. nn. 11437 e 11438 del 9 gennaio 2024.

¹⁵ Doc. prot. n. 16531 del 29 gennaio 2024.

¹⁶ In base ai dati del Professionista, nei primi quattro mesi del 2023 solo 40 contratti sono stati attivati attraverso il canale fisico, su 31.224 attivazioni totali (cfr. memoria del 6 giugno 2023, prot. n. 50581).

prospettata¹⁷ e sull'identità del Professionista¹⁸, nonché sulla possibilità di esercitare il diritto di recesso nei termini previsti (in particolare, le segnalazioni lamentano la ricezione di informazioni false, inesatte o incomplete circa lo scopo del contatto e le obbligazioni nascenti dal contratto¹⁹ e/o l'enunciazione delle stesse a una velocità talmente elevata da risultare incomprensibili²⁰);

(ii) a seguito di una telefonata artefatta o manipolata²¹;

(iii) senza che il cliente sia stato neppure contattato da parte di un agente/procacciatore del Professionista²².

21. Tali attivazioni hanno coinvolto anche soggetti fragili, come desumibile, ad esempio, dalla segnalazione inviata dal Difensore civico regionale della Liguria, relativa alle istanze di annullamento di forniture non richieste con decorrenza luglio 2022, reiterate da un'amministratrice di sostegno a tutela del proprio assistito²³. Inoltre, nel caso di alcuni consumatori, l'attivazione non richiesta ha fatto seguito a precedenti analoghe attivazioni da parte della società Facile Energy S.r.l.²⁴, il cui socio unico e la cui amministratrice unica coincidono con quelli di SEI²⁵.

22. In molti casi, nonostante la palese assenza di consenso e/o la contestazione dell'ANR da parte dei consumatori, SEI ha insistito nell'esigere il pagamento dei corrispettivi, talvolta inviando solleciti di pagamento nonostante avesse già riconosciuto al cliente la fondatezza del reclamo e la propria volontà di applicare, conseguentemente, l'articolo 66 *quinquies* del Codice del consumo²⁶.

23. Infine, un denunciante ha prodotto la risposta con la quale SEI ha comunicato l'emissione di fatture indebite a carico dello stesso, pur avendo previamente ammesso l'attivazione indebita del contratto e addirittura la mancata erogazione del servizio (non essendo mai entrato in fornitura il punto di prelievo del consumatore)²⁷.

¹⁷ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 70006 del 30 agosto 2023, 74288 del 15 settembre 2023.

¹⁸ Secondo quanto denunciato da consumatori, ad esempio, gli agenti di vendita di cui si avvale SEI avrebbero contrattualizzato numerosi utenti qualificandosi come agenti di altri fornitori di energia (cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 69576 del 28 agosto 2023, 74058 del 14 settembre 2023, 21034 del 14 febbraio 2023, 35768 dell'11 aprile 2023), di non meglio precisati enti per la protezione del consumatore (cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 31205 del 24 marzo 2023, 31205 del 24 marzo 2023, 32164 del 29 marzo 2023) o addirittura dell'ARERA (cfr. segnalazione prot. n. 70581 del 1° settembre 2023).

¹⁹ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 20967 del 14 febbraio 2023, 21588 del 16 febbraio 2023, 25971 del 6 marzo 2023.

²⁰ Cfr. ad es. segnalazione prot. n. 25650 del 3 marzo 2023.

²¹ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 22110 del 17 febbraio 2023, 26379 del 7 marzo 2023, 33386 del 3 aprile 2023, 34012 del 4 aprile 2023, 69224 del 25 agosto 2023, 71350 del 4 settembre 2023.

²² Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 21068 del 15 febbraio 2023, 28141 del 14 marzo 2023, 33100 del 31 marzo 2023, 75933 del 22 settembre 2023, 80542 del 10 ottobre 2023, 82361 del 17 ottobre 2023, 80542 del 10 ottobre 2023, 82361 del 17 ottobre 2023, 90534 del 7 novembre 2023 e 91122 del 9 novembre 2023.

²³ Cfr. segnalazione prot. n. 86840 del 26 ottobre 2023.

²⁴ Cfr. ad es. segnalazione prot. n. 28244 del 15 marzo 2023.

²⁵ La società Facile Energy è stata sanzionata per violazioni sostanzialmente analoghe a quelle ascrivibili a SEI ad esito del procedimento istruttorio PS12298 e del conseguente procedimento di inottemperanza IP365.

²⁶ Cfr. segnalazioni prott. nn. 75365 del 20 settembre 2023, 86840 del 26 ottobre 2023.

²⁷ Cfr. segnalazione prot. n. 78634 del 2 ottobre 2023, che riporta la seguente risposta da parte di SEI: "In riferimento al contratto intestato alla Sig.ra ..., Prendiamo atto di quanto da Lei comunicato, La informiamo che a seguito di verifiche abbiamo riscontrato delle incongruenze in quanto il POD ... non risulta mai entrato in fornitura con SEI, pertanto le fatture non sono dovute".

Evidenze ispettive

24. Nel corso dell'attività ispettiva²⁸, sono emerse numerose evidenze che confermano e corroborano, anche sotto il profilo quantitativo, le doglianze espresse dai consumatori nelle numerose segnalazioni pervenute: l'ampiezza del fenomeno concernente le forniture non richieste di energia/gas è desumibile tanto dall'elevato numero di reclami quanto dai casi di esercizio del diritto di ripensamento reperiti presso la sede di SEI.

25. Dai documenti ispettivi acquisiti a campione risulta, infatti, che SEI ha ricevuto circa [1.000-1.500] reclami (dal 1° gennaio al 15 maggio 2023) per attivazioni non richieste²⁹, concernenti le fattispecie oggetto delle denunce pervenute.

26. Relativamente alla fase di contatto, i consumatori denunciano: *i)* di essere stati contattati dagli agenti di SEI attraverso il canale telefonico, con modalità manifestamente pretestuose, essendosi ad esempio presentati come operatori dell'attuale fornitore del cliente, dipendenti dell'ARERA o di imprecisati enti di tutela dei consumatori e avendo chiesto la conferma dei dati personali, per poi utilizzarli nella registrazione relativa al consenso telefonico; *ii)* l'utilizzo di registrazioni artefatte, nelle quali la persona che fornisce i dati personali e presta il consenso non sarebbe il cliente contrattualizzato o le parole pronunciate da quest'ultimo sarebbero campionate o inserite in una conversazione diversa da quella effettivamente svoltasi³⁰.

27. In numerosi casi i consumatori si dolgono dell'attivazione del servizio a seguito di contatti telefonici che, ad esito dell'ascolto delle relative registrazioni, si sono rivelati di natura fraudolenta, spesso intercorsi con soggetti diversi dal destinatario dell'ANR. Tra le doglianze più significative emergono: *i)* l'attivazione della fornitura sulla base di una telefonata in cui in luogo della voce del cliente è presente una voce femminile che fornisce dati (tra cui lo stesso nominativo) errati³¹; *ii)* la presenza nelle registrazioni di una voce diversa da quella del reclamante e l'attivazione del servizio in una regione diversa da quella in cui è ubicata l'abitazione dello stesso³²; *iii)* l'assoluta inesistenza del contatto telefonico, non presente nella cronologia delle chiamate dell'utenza telefonica della destinataria, in luogo della cui voce nella registrazione è inserita quella di una persona con accento diverso da quello dell'utente³³; *iv)* la presenza nelle registrazioni di errori su alcuni dati del cliente³⁴ e l'elevata velocità di lettura delle condizioni dell'offerta, che le rende incomprensibili³⁵. Peraltro, talune di tali attivazioni senza consenso riguardano consumatori fragili (come nel caso di una consumatrice la cui amministratrice di sostegno fa presente l'impossibilità di valida conclusione del contratto³⁶).

²⁸ Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 16 maggio 2023.

²⁹ Doc. n. 15 del fascicolo ispettivo (all. 1 al verbale di accertamento ispettivo del 16 maggio 2023). I reclami citati nelle note in calce al presente Provvedimento sono esemplificativi – e non esaustivi – della documentazione acquisita in sede ispettiva.

³⁰ Doc. n. 1498 del fascicolo ispettivo.

³¹ Doc. n. 2813 del fascicolo ispettivo.

³² Docc. nn. 510 e 2793 del fascicolo ispettivo.

³³ Doc. n. 2785 del fascicolo ispettivo.

³⁴ Docc. nn. 247 (contenente anche la querela presentata dalla segnalante), 2630 e 2631 del fascicolo ispettivo.

³⁵ Doc. n. 63 del fascicolo ispettivo.

³⁶ Docc. nn. 94, 513, 2798 e 2799 del fascicolo ispettivo.

28. I consumatori lamentano, altresì, di essere stati contattati da agenti che, pur operando per conto di SEI, si sono spacciati per operatori di aziende concorrenti, o anche per dipendenti del fornitore del cliente, comunicando la necessità di ricevere temporaneamente la prestazione dei servizi da SEI per cause in realtà insussistenti.

29. Ancora, l'esame di alcuni *vocal order* acquisiti nel corso degli accertamenti ispettivi e/o allegati alle segnalazioni rivela la velocità di "lettura" dello *script* e la formulazione incessante delle domande, attraverso le quali il consumatore è sollecitato dal *teleseller*, con toni incalzanti, a rispondere affermativamente attraverso la proposizione veloce e ravvicinata dei quesiti: conseguentemente, la possibilità di comprensione delle informazioni ricevute risulta quasi inesistente³⁷.

30. SEI risulta pienamente consapevole delle criticità relative alla fase di attivazione delle proprie offerte, stanti i numerosi reclami per ANR dei quali la stessa Società ammette la fondatezza³⁸ (pur ascrivendone la responsabilità alle agenzie di *teleselling* di cui si avvale) e dichiara l'intenzione di applicare l'articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo a favore dei clienti³⁹. Con riferimento all'applicazione del predetto articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo, dai reclami acquisiti emergono: *i*) casi in cui SEI dichiara di voler subordinare lo storno delle fatture emesse al previo *switch* dei consumatori interessati presso un altro operatore⁴⁰; *ii*) casi di mancata applicazione di tale disposizione e di invio di solleciti di pagamento nonostante l'espreso riconoscimento dell'ANR da parte di SEI⁴¹. Infine, in un caso, pur avendo accertato la conclusione di un contratto non richiesto, la Società offre alla cliente uno sconto sulle fatture emesse, in luogo dello storno integrale delle stesse, invitandola a corrispondere la differenza e ad effettuare lo *switch* presso un altro operatore, senza che risultino riscontri da parte di SEI alle successive richieste di storno avanzate dall'associazione che tutela gli interessi della consumatrice⁴².

31. In merito alla fase successiva all'attivazione delle forniture, da numerosi reclami dei consumatori emerge che il sistema di gestione dei pagamenti delle fatture e delle raccomandate recanti i solleciti di pagamento e i preavvisi di riduzione potenza/disalimentazione non garantisce la tracciabilità e il blocco automatico dell'invio di tali raccomandate *i*) in pendenza di reclami⁴³, *ii*) successivamente all'avvenuto pagamento⁴⁴, *iii*) in caso di mancata ricezione da parte dei consumatori delle fatture

³⁷ A tale proposito, emerge dall'ascolto di varie registrazioni acquisite in sede ispettiva come nelle stesse il riepilogo delle condizioni dell'offerta e dei diritti del consumatore sia effettuato dall'operatore di *teleselling* con una velocità di esposizione tale da risultare di difficile comprensione, in caso sia di prima telefonata (docc. nn. 2828, 2832, 2846, 2847, 2852 del fascicolo ispettivo) sia di telefonate di conferma (docc. nn. 2822, 2831 del fascicolo ispettivo). Peraltro, è stata reperita un'*e-mail* interna (risalente al dicembre 2022) nella quale un dipendente di SEI fa riferimento a un elenco di contratti non ancora attivati per l'assenza delle relative registrazioni dei *vocal order* (doc. n. 492 del fascicolo ispettivo).

³⁸ Alcuni casi di annullamento di contratti conclusi con telefonate rivelatesi artefatte sono contenuti in un rendiconto della Società reperito in ispezione (doc. n. 2714 del fascicolo ispettivo).

³⁹ Docc. nn. 295 e 2732, 312 e 313, 1767 e 27405, 2249, 2734, 2735, 2736, 2737, 2118 e 2739, 2740, 2743, 2746, 2752 del fascicolo ispettivo.

⁴⁰ Docc. nn. 2738, 2741, 2742, 2744 del fascicolo ispettivo.

⁴¹ Docc. nn. 38 e 2810 del fascicolo ispettivo.

⁴² Docc. nn. 1792, 1831 e 2747 del fascicolo ispettivo.

⁴³ Docc. nn. 2028 e 2208 del fascicolo ispettivo.

⁴⁴ Docc. nn. 1322 e 2179 del fascicolo ispettivo.

insolite⁴⁵. Inoltre, in numerosi casi gli invii delle predette comunicazioni hanno come destinatari soggetti ignari dell'avvenuta ANR per non aver ricevuto la documentazione contrattuale e le fatture⁴⁶.

Riscontri forniti dal Professionista

32. Successivamente all'accertamento ispettivo e alla comunicazione dell'avvio del procedimento, SEI ha inviato *i*) copia dei contratti di appalto del servizio di procacciamento di affari stipulati con le menzionate agenzie di *teleselling* (che il Professionista indica ai propri clienti come soggetti responsabili della conclusione dei contratti), nei quali è specificato che l'attività di procacciamento della clientela dev'essere svolta conformemente alle direttive del committente e *ii*) un riepilogo delle penali applicate ad alcune di tali agenzie⁴⁷.

33. Dai riscontri forniti dal Professionista in risposta alle richieste di informazioni formulate rispettivamente nel verbale ispettivo e contestualmente all'avvio del procedimento⁴⁸, per il primo quadrimestre 2023 emergono:

i) la conferma del numero di reclami per attivazioni non richieste rinvenuto in ispezione (pari a circa [1.000-1.500] nel periodo gennaio-maggio 2023);

ii) l'accoglimento delle richieste di esercizio del diritto di ripensamento pari a [1.000-1.500] nel periodo gennaio-maggio 2023 su un totale di [1.500-2.000] istanze pervenute (contro le circa [1.000-1.500] pervenute nel periodo compreso tra il 1° luglio e il 31 dicembre 2022);

iii) un totale di [30.000-40.000] attivazioni contratti luce e gas (con una media mensile di circa [5.000-10.000]);

iv) l'annullamento di [5.000-10.000] contratti a seguito dell'accertamento dell'assenza di valido consenso e di [1.000-2.000] contratti per disconoscimento, per un totale di [5.000-10.000] annullamenti;

34. L'insieme di tutti gli annullamenti (per ripensamento, disconoscimento e mancanza di consenso valido) nel periodo esaminato corrisponde al [20-30%] delle attivazioni di nuovi contratti di energia da parte di SEI. Se si inseriscono nel novero anche i contratti annullati a seguito dell'accoglimento delle richieste di esercizio del diritto di ripensamento, la percentuale degli annullamenti (il cui totale è pari a [5.000-10.000]), supera il [20-40%] delle attivazioni di nuove forniture nel periodo considerato.

⁴⁵ Docc. nn. 95 e 1782 del fascicolo ispettivo.

⁴⁶ Docc. nn. 2551 e 2675 del fascicolo ispettivo.

⁴⁷ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni formulata nel verbale di accertamento ispettivo del 16 maggio 2023, resa con memoria prot. n. 48851 del 30 maggio 2023 (i cui allegati sono stati integrati in pari data con quelli contenuti nel doc. prot. n. 48913) e risposta alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, resa con memoria prot. n. 50581 del 6 giugno 2023 (i cui allegati sono stati integrati in pari data con quelli contenuti nel doc. prot. n. 50623).

⁴⁸ Cfr. rispettivamente memoria del 30 maggio 2023, prot. n. 48851 (in particolare all. 3 e 4) e memoria del 6 giugno 2023, prot. n. 50581, entrambe contenenti dati aggiornati al 15 maggio 2023.

Condotta sub B)*Segnalazioni*

35. Le segnalazioni in atti testimoniano come SEI abbia ostacolato l'esercizio del diritto di ripensamento fornendo informazioni poco chiare o fuorvianti, omettendo o ritardando l'invio ai clienti della lettera di accettazione dell'offerta sottoscritta e/o della documentazione contrattuale – comprensiva dell'informativa sul recesso – nonostante, in alcuni casi, il Professionista asserisse di aver allegato la stessa alla “lettera di benvenuto”⁴⁹. Conseguentemente, i denunciati sono spesso venuti a conoscenza del cambio di gestore solo a seguito del recapito delle fatture⁵⁰ o, addirittura, dei relativi solleciti di pagamento⁵¹ o dell'avvenuto depotenziamento dell'alimentazione di energia⁵². In tal modo SEI ostacola l'esercizio del diritto di ripensamento da parte dei clienti, non debitamente informati né di tale facoltà né della stessa attivazione di un contratto di fornitura, peraltro opponendo al consumatore l'intempestivo o inefficace esercizio del recesso⁵³. In altri casi, il Professionista ha mantenuto in fornitura clienti ai quali aveva comunicato l'accettazione dell'istanza di ripensamento⁵⁴.

Evidenze ispettive

36. In sede ispettiva sono stati acquisiti reclami nei quali viene lamentato specificamente l'omesso o tardivo recapito del plico contrattuale⁵⁵, in mancanza di un adeguato sistema di tracciabilità dell'invio della documentazione contrattuale nonché delle fatture. In proposito, è stato acquisito

⁴⁹ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 27624 del 13 marzo 2023, 70096 e 70126 del 31 agosto 2023, 90534 del 7 novembre 2023, 91016 dell'8 novembre 2023, 91122 del 9 novembre 2023.

⁵⁰ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 24557 del 1° marzo 2023, 32967 del 30 marzo 2023, 34049 del 4 aprile 2023, 35608 dell'11 aprile 2023, 78739 del 3 ottobre 2023.

⁵¹ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 31763 del 27 marzo 2023, 32522 del 29 marzo 2023, 33449 del 3 aprile 2023, 74247 del 14 settembre 2023, 74323 del 15 settembre 2023, 75933 del 22 settembre 2023.

⁵² Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 69224 del 25 agosto 2023, 75933 del 22 settembre 2023.

⁵³ Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 31404 del 27 marzo 2023, 34809 del 5 aprile 2023, 76700 del 26 settembre 2023.

⁵⁴ Cfr. segnalazione prot. n. 73955 del 13 settembre 2023.

⁵⁵ Cfr. docc. nn. 838, 1034, 1040, 1074, 2110, 2114, 2120, 2128, 2133, 2135, 2136, 2162, 2177, 2194, 2195, 2201, 2204, 2205, 2211, 2235, 2238, 2781 del fascicolo ispettivo. Significativa è la doglianza espressa da un consumatore nei docc. nn. 2539 e 2643 del fascicolo ispettivo: “*Non ho mai ricevuto nessuna vs comunicazione che codesta società sarebbe subentrata a Enel Energia.*

La vs lettera di benvenuto non l'ho mai ricevuta perché l'avete inviata ad un indirizzo mail errato. Non so chi ve l'abbia dato.

Allora mi domando:

se l'avete inviata a quell'indirizzo mail indicato nella vs. mail di oggi, cioè [omissis], che appunto è sbagliato (quello giusto è quello al quale mi avete scritto oggi ...), vi è tornata di sicuro indietro indietro, e non è finita tra le spam, come qualcuno di voi mi detto al telefono quando vi ho cercati”.

Simile lamentela è presente nel doc. n. 2761 del fascicolo ispettivo: “*non ho mai ricevuto nessun lettera di benvenuto e nemmeno copia dei documenti contrattuali via posta (che invece si menziona nella chiamata).*

Il suo collega mi dice che la lettera è stata inviata ma io non l'ho ricevuta.

Avete voi la certezza mi sia stata consegnata? Era una raccomandata??

Non sapevo di avere il contratto attivo con voi, non ho quindi avuto nessun modo di recidere tale contratto entro i 14 giorni, come previsto dalla legge.

Allora, perché non vi siete attivati per inviare la lettera di benvenuto all'indirizzo corretto o alla peggio, inviarla per posta?”. Specifiche doglianze relative al mancato recapito dell'informativa e della modulistica sul diritto di ripensamento, oltre che della restante documentazione contrattuale, sono contenute nei docc. nn. 2129, 2146, 2148 del fascicolo ispettivo, reclami acquisiti a campione in sede ispettiva, tra i molti sul tema.

altresi un elenco relativo al tracciamento dell'invio di *welcome letter* e fatture a una pluralità di clienti nei mesi di marzo, aprile e maggio 2023, nel quale è indicata la sola data di spedizione del contratto (in oltre [50-100] casi neanche quella) ma non l'esito e la tempistica di ricezione della stessa⁵⁶.

37. Con riguardo alla gestione delle istanze di ripensamento, sono stati acquisiti numerosi reclami di consumatori che lamentano l'ingiustificato rigetto dell'istanza tempestivamente presentata⁵⁷ o il protrarsi della fornitura nonostante la comunicazione di accettazione dell'istanza⁵⁸.

IV LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

38. Nelle proprie memorie difensive⁵⁹, il Professionista contesta, in via preliminare, la presunta tardività dell'intervento dell'Autorità, richiamando la natura asseritamente perentoria del termine per la comunicazione dell'avvio del procedimento, in ragione della natura afflittiva dei provvedimenti sanzionatori ai quali sono esposti i Professionisti destinatari di procedimenti dell'Autorità, e lamentando la violazione dei diritti di difesa e al contraddittorio.

39. Nel merito, SEI sostiene che i rilievi dell'Autorità sarebbero fondati pressoché esclusivamente sulle segnalazioni ricevute, ossia mere dichiarazioni di parte, che in alcuni casi giudica prive di rilevanza ai fini del procedimento: il riferimento è, in particolare, all'ammissione da parte del Professionista di aver emesso a carico di un cliente fatture non dovute, non essendo il suo punto di prelievo entrato in fornitura⁶⁰, che verrebbe ingiustificatamente strumentalizzata come indice di indebite richieste di pagamento, anziché valorizzata come testimonianza della correttezza della Società nel rimediare a un proprio errore.

40. SEI ribadisce che la contrattualizzazione dei clienti avviene attraverso agenzie di *teleselling*, tenute a garantire, sulla base del contratto di appalto di servizi stipulato con il Professionista, l'osservanza di una serie di obblighi e modalità operative, tra cui il rispetto del Codice del consumo e del Codice di condotta commerciale dell'ARERA. In ogni caso, SEI afferma di aver risolto numerosi contratti con tali agenzie e di averne denunciate alcune all'Autorità giudiziaria.

41. Ancora, il Professionista contesta i rilievi relativi: *i*) alla richiesta di corrispettivi non dovuti, precisando che la presentazione di un reclamo da parte del cliente è in ogni caso necessaria per valutare la correttezza nell'attivazione della fornitura, *ii*) al condizionamento dell'applicazione dell'articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo al cambio di fornitore da parte del reclamante; *iii*) al mancato invio del plico contrattuale, asseritamente adeguatamente tracciato.

⁵⁶ Doc. n. 2471 del fascicolo ispettivo.

⁵⁷ Docc. nn. 8, 476-481, 526-528, 1191, 2198, 2201, 2240 del fascicolo ispettivo.

⁵⁸ Doc. n. 2651 del fascicolo ispettivo.

⁵⁹ Docc. prott. n. 50581 del 6 giugno 2023, n. 85824 del 24 ottobre 2023 e n. 102746 del 13 dicembre 2023, integrato con gli allegati contenuti nel doc. prot. n. 103082 del 14 dicembre 2023.

⁶⁰ Cfr. la già menzionata segnalazione prot. n. 78634 del 2 ottobre 2023, che riporta la seguente risposta da parte di SEI: "*In riferimento al contratto intestato alla Sig.ra ..., Prendiamo atto di quanto da Lei comunicato, La informiamo che a seguito di verifiche abbiamo riscontrato delle incongruenze in quanto il POD ... non risulta mai entrato in fornitura con SEI, pertanto le fatture non sono dovute*".

42. Infine, nella memoria finale il Professionista riepiloga le misure di controllo preventive e successive asseritamente adottate⁶¹, ma non comprovate da adeguate evidenze, con riferimento alle attivazioni di forniture da parte delle agenzie di *teleselling*.

43. Le misure preventive consisterebbero:

i) nell'introduzione, a partire da inizio ottobre 2023, di un sistema di conclusione dei contratti tramite OTP (*one time password*) che, a detta del Professionista, dal 1° dicembre 2023 rappresenterebbe l'unica modalità di contrattualizzazione della clientela, con il totale abbandono del sistema di stipula tramite *vocal order*. La documentazione prodotta a supporto di tale modifica consiste in alcune *e-mail* che illustrano l'analoga procedura prevista per un'altra società del gruppo, Facile Energy, ed estendono anche a SEI l'obbligo di stipulare i contratti esclusivamente tramite OTP a partire dal 1° dicembre 2023, evidenziando però che, al 13 novembre 2023, SEI non aveva ancora utilizzato tale modalità di conclusione⁶²;

ii) nello scarto automatico di alcune categorie di potenziali clienti (soggetti ultrasettantacinquenni o che siano già stati oggetto di cessazione amministrativa o di ANR o che abbiano esercitato il diritto di ripensamento);

iii) nell'avvenuta implementazione di un sistema di controllo del 100% dei contratti conclusi dalle nuove agenzie *partner*, idoneo a consentire l'eventuale blocco tempestivo delle contrattualizzazioni non conformi⁶³;

iv) nella verifica della correttezza della residenza anagrafica, dell'effettiva esistenza in vita e delle utenze telefoniche dei soggetti da contrattualizzare;

v) nell'estensione del termine per l'esercizio del diritto di ripensamento oltre i canonici 14 giorni, ovvero sino al giorno 8 del mese precedente l'attivazione della fornitura.

44. Le misure di controllo successivo dichiaratamente adottate da SEI consisterebbero:

i) nell'implementazione, da luglio 2023, di una procedura di *check call* a campione da parte dell'ufficio qualità interno;

ii) nell'affidamento della gestione dei reclami a personale formato *ad hoc*, con una tempistica media di risposta di circa 15 giorni, anche con riferimento alle ANR;

iii) nella sanzione dei *teleseller* ai quali siano ascrivibili ANR attraverso il blocco delle acquisizioni di nuovi clienti, l'irrogazione di penali, la risoluzione contrattuale e la presentazione di atti di denuncia-querela⁶⁴;

iv) nell'implementazione di un sistema di CRM (*Customer Relationship Management*, ossia l'applicazione utilizzata per gestire le interazioni con clienti), che consentirebbe il blocco di ogni

⁶¹ Cfr. da ultimo la memoria n. 102746 del 13 dicembre 2023, nella quale vengono richiamate e aggiornate le informazioni rese in proposito nelle memorie del 30 maggio 2023, prot. n. 48851, e del 6 giugno 2023, prot. n. 50581, del verbale di audizione del 18 ottobre 2023, doc. prot. n. 83101 e della successiva memoria del 24 ottobre 2023, prot. n. 85824.

⁶² Cfr. memoria del 13 dicembre 2023, prot. n. 102746 all. B.

⁶³ In proposito sono prospettate tre tipologie di azioni: i) la verifica tecnica *ex ante* dei dati (recapiti telefonici, *e-mail* etc.) attraverso *software* in grado di individuare recapiti fittizi autogenerati da parte delle agenzie di vendita e altre anomalie; ii) la verifica *ex ante*, a partire da inizio 2023, della correttezza formale delle telefonate e del rispetto degli *script*, sempre attraverso appositi *software* in grado di rilevare anomalie tecniche quali campionamenti della voce del potenziale cliente; iii) la verifica, sempre precedente l'attivazione, dell'effettività del consenso espresso dal cliente da parte di personale interno a SEI.

⁶⁴ Tra gli allegati alla memoria del 24 ottobre 2023 figurano il riepilogo delle penali e degli storni applicati a due *teleseller* nonché la documentazione delle risoluzioni contrattuali adottate nei confronti di quattro *teleseller* e degli atti di denuncia-querela presentati nei confronti di cinque *teleseller*.

attività di recupero, sollecito e disalimentazione nei confronti dei soggetti che hanno presentato un reclamo per ANR.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

45. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere anche attraverso mezzi di telecomunicazione, e in particolare telefono e *internet*, il 9 gennaio 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo⁶⁵.

46. Con comunicazione pervenuta in data 29 gennaio 2024⁶⁶, la suddetta Autorità ha espresso il parere richiesto. In primo luogo ha rilevato che *“sia il teleselling, basato su una rete di comunicazione telefonica su postazione fissa e mobile che garantisce la copertura di tutta la popolazione, che il porta a porta, sono strumenti particolarmente invasivi della vita privata, che sottopongono il soggetto contattato, virtuale fruitore dei servizi offerti, a una sollecitazione non richiesta sia rispetto al contenuto che al momento in cui essa avviene. Tale tecnica di contatto, creando un rapporto fondato su quanto comunicato dal professionista, è suscettibile di ingenerare una ragionevole fiducia nell'interlocutore, rendendo in tal modo possibile l'omissione di informazioni ovvero la fornitura di informazioni fuorvianti o non corrispondenti al vero”* e che Internet *“è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento”*.

47. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha poi 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 ricevute tramite teleselling, visite domiciliari e Internet potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate”*.

48. Pertanto, detta Autorità ha ritenuto che, *“allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, il teleselling, le visite domiciliari e Internet siano strumenti idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale”* oggetto di parere.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE

49. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento riguardano il settore energetico, in data 14 dicembre 2023 è stato richiesto il parere all'Autorità di regolazione per l'Energia, Reti e Ambiente, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del consumo, introdotto dall'articolo 1, comma 6, lettera a), del D.Lgs. n. 21/2014⁶⁷.

50. Con comunicazione pervenuta in data 29 novembre 2023⁶⁸, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere svolgendo le considerazioni che si riportano in sintesi.

⁶⁵ Docc. prott. nn. 11437 e 11438 del 9 gennaio 2024.

⁶⁶ Doc. prot. n. 16531 del 29 gennaio 2024.

⁶⁷ Docc. prott. nn. 103361 e 103364 del 14 dicembre 2023.

⁶⁸ Doc. prot. n. 106508 del 29 dicembre 2023.

51. ARERA ha premesso che le pratiche commerciali contestate a SEI coinvolgono tematiche rilevanti dal punto di vista regolatorio⁶⁹ e che, nell'analisi delle stesse, le valutazioni espresse nel parere non entrano nel merito dell'eventuale violazione del Codice del consumo bensì attengono esclusivamente a eventuali profili di non conformità rispetto alle disposizioni regolatorie ritenute maggiormente significative anche in ragione della specificità settoriale.

52. ARERA, quindi, ha illustrato l'evoluzione del *“Codice di Condotta commerciale per la vendita di energia elettrica e di gas naturale ai clienti finali”*⁷⁰, attraverso le numerose modifiche che si sono succedute nel corso degli ultimi anni, richiamando estesamente le previsioni di tale Codice tese a prevenire condotte pregiudizievoli per i clienti finali (inclusi i clienti non domestici di piccole dimensioni) nel momento in cui ricevono offerte per la conclusione di contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale di mercato libero. ARERA ha sottolineato che tale obiettivo è perseguito in particolare *“attraverso specifici obblighi di trasparenza ed informazione imposti ai venditori, anche qualora agiscano per mezzo di soggetti terzi per la promozione di offerte contrattuali e/o la conclusione di contratti”*.

53. ARERA ha poi enucleato le disposizioni relative *i)* alla trasparenza delle offerte contrattuali e dei moduli e delle comunicazioni commerciali (art. 3, comma 1)⁷¹, *ii)* alla formazione del personale addetto alla promozione delle offerte (art. 4), *iii)* ai criteri di comunicazione dei prezzi di fornitura (art. 5), *iv)* alle informazioni minime che devono essere riportate nelle comunicazioni e nelle offerte commerciali (art. 7), *v)* agli obblighi informativi del venditore circa la propria identità e all'adozione di misure che impediscano al personale commerciale di diffondere notizie non veritiere in merito agli effetti che potrebbero derivare al cliente dalla mancata accettazione dell'offerta o atte a determinare il discredito dei concorrenti (art. 8), *vi)* alle informazioni preliminari obbligatorie da rendere al cliente prima della conclusione del contratto di fornitura, da riassumere nella Scheda

⁶⁹ Poiché afferenti: *“a) alla modalità di conclusione e consegna dei contratti di fornitura; b) agli obblighi in tema di formazione del personale commerciale nonché quelli relativi alla promozione delle offerte contrattuali, con specifico riguardo alla riconoscibilità e regole di comportamento del personale commerciale; c) agli obblighi informativi e di trasparenza nella fase di offerta e di stipula del contratto di fornitura.”*

⁷⁰ Cfr. Allegato A della deliberazione 28 giugno 2018, 366/2018/R/COM e successive modifiche.

⁷¹ *“In dettaglio il Codice di condotta commerciale disciplina: le modalità di diffusione da parte dei venditori delle informazioni relative alle offerte commerciali; la formazione del personale commerciale, sua riconoscibilità e relative regole di comportamento; i criteri per la comunicazione dei prezzi di fornitura del servizio di energia elettrica e di gas naturale; le informazioni minime da fornire nelle comunicazioni a scopo commerciale; le informazioni preliminari alla conclusione del contratto per i contratti diversi dai contratti a distanza o negoziati fuori dai locali commerciali e per quelli rientranti in dette categorie; i criteri di redazione dei contratti di fornitura e loro contenuto; la consegna del contratto e il diritto di ripensamento; la variazione unilaterale dei contratti; le schede di confrontabilità; la scheda sintetica”*.

sintetica⁷² (art. 9) e *vii*) alle informazioni specifiche concernenti la consegna del contratto e l'esercizio del diritto di ripensamento (art. 12)⁷³.

54. Inoltre, esclusivamente per le forniture di energia elettrica, gas naturale e congiunte dei clienti domestici, è prevista la consegna della Scheda di confrontabilità, che fornisce un confronto, per livelli di consumo, tra la spesa annua stimata dell'offerta contrattuale del venditore e la spesa annua stimata del servizio di maggior tutela/tutela gas, entrambe al netto delle imposte⁷⁴.

Considerazioni in merito alle condotte contestate al Professionista

55. Nel merito, ARERA ha affermato che, con riferimento “*alle condotte contestate al venditore, alla luce di quanto sopra illustrato, sembrerebbero violate le prescrizioni dettate dal Codice di condotta commerciale in tema di formazione del personale commerciale (articolo 4) nonché di riconoscibilità e regole di comportamento del personale commerciale medesimo (articolo 8), richiamate nel paragrafo 2. Ciò in quanto le previsioni di cui agli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale trovano applicazione nei confronti del venditore anche in tutti i casi nei quali quest'ultimo si avvalga di soggetti terzi incaricati a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte commerciali e alla conclusione di contratti. La diffusione, da parte delle agenzie incaricate da SEI della promozione e vendita delle forniture energetiche, di informazioni non veritiere, inesatte o incomplete - ad esempio circa l'identità del Professionista, le caratteristiche e il prezzo dell'offerta, l'esercizio del diritto di ripensamento - potrebbe essere indice di una non adeguata formazione del personale commerciale e di un inefficace sistema di controlli, richiesti invece dagli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale.*”.

56. Inoltre, parimenti disattese sembrerebbero “*le disposizioni del Codice di condotta commerciale (articolo 12) in materia di contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas conclusi fuori dai locali commerciali o a distanza che prescrivono la consegna o trasmissione al cliente finale della documentazione precontrattuale e contrattuale nonché specifiche modalità per la conferma del contratto*”.

⁷² La Scheda sintetica riassume tutti gli obblighi informativi, in capo al venditore, relativi all'offerta, in formato standardizzato e comprensibile per il cliente finale, da consegnare a tutti i clienti alimentati in bassa tensione e/o con consumi di gas naturale complessivamente non superiori a 200.000 Smc/anno. Tale scheda contiene, tra l'altro: l'identità e i recapiti del venditore; la denominazione commerciale e il codice dell'offerta; la validità temporale dell'offerta e la durata contrattuale; i metodi e le tempistiche di fatturazione e di pagamento; la descrizione sintetica degli sconti e di prodotti o servizi aggiuntivi; le eventuali garanzie richieste al cliente finale; informazioni sulle modalità e tempistiche di esercizio del diritto di ripensamento e di recesso nonché sulla gestione dei reclami; il codice identificativo o nominativo dell'agente commerciale. La Scheda sintetica nella specifica sezione “Condizioni economiche” contiene, inoltre, gli indicatori sintetici di prezzo, relativi alla materia prima energia/materia gas naturale, che aggregano in maniera standardizzata tutti i corrispettivi unitari in termini di €/anno (indicatore “Costo fisso anno”), €/kWh o €/Smc (indicatore “Costo per consumi”) e, per le sole offerte di energia elettrica, €/kW (indicatore “Costo per potenza impegnata”).

⁷³ Fermo restando quanto previsto dall'articolo 51, comma 6, del Codice del consumo per i contratti via telefono, nel caso di qualsiasi contratto a distanza, il venditore deve fornire al cliente finale domestico la conferma del contratto concluso su mezzo durevole, comprendendo tutte le informazioni precontrattuali di cui all'articolo 9 del Codice di condotta commerciale, a meno che non abbia già provveduto a fornirle al cliente stesso su un mezzo durevole prima della conclusione del contratto a distanza.

⁷⁴ La scheda in questione contiene, inoltre, informazioni circa gli eventuali ulteriori oneri previsti dal contratto di fornitura e i corrispettivi previsti a fronte di servizi accessori (art. 19), le modalità di calcolo degli aggiornamenti dei corrispettivi soggetti a indicizzazione/variazione in base al contratto (art. 20), gli eventuali sconti e/o bonus dell'offerta (art. 21) e altri aspetti specifici dell'offerta quali, a titolo di esempio, ulteriori premi, vantaggi, garanzie di origine dell'energia (art. 22).

VII. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

1) *Premessa*

57. Il presente provvedimento concerne le condotte indicate al paragrafo II, poste in essere da SEI, riconducibili a un'unica pratica commerciale scorretta nell'ambito della quale il Professionista A) attraverso l'operato delle proprie agenzie *partner*, attiva forniture non richieste di energia con l'utilizzo di registrazioni artefatte o a seguito di telefonate nelle quali vengono fornite informazioni ingannevoli e/o omissive sul contenuto dell'offerta, in violazione degli articoli 20 e 26, comma 1, lettera f) in combinato disposto con l'articolo 66 *quinquies* del Codice del consumo; B) omette o ritarda l'invio della documentazione contrattuale e impone ai consumatori ostacoli non contrattuali all'esercizio del diritto di ripensamento, in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo.

2) *Questioni preliminari*

58. Preliminarmente, con riguardo all'eccezione di tardività sollevata da SEI, che peraltro non individua il termine che ritiene violato, si fa presente che tra le prime segnalazioni (pervenute in data 14 febbraio 2023) e la comunicazione di avvio del procedimento (protocollata in data 8 maggio 2023) sono intercorsi poco più di 80 giorni, nel corso dei quali l'attività istruttoria svolta sulle circa 70 denunce inviate da consumatori e associazioni di consumatori ha convinto l'Autorità della consistenza e della gravità delle violazioni contestate.

59. Quanto ai rilievi concernenti la presunta violazione del diritto di difesa e del contraddittorio, si evidenzia che nel corso dell'istruttoria tali diritti sono stati ampiamente garantiti al Professionista, che ha effettuato tre accessi agli atti, presentato tre memorie scritte e una proposta di impegni ed è stato ascoltato in audizione, secondo una scansione temporale che non risulta suscettibile di pregiudicare l'effettività dei predetti diritti. AGCOM e ARERA hanno reso i rispettivi pareri conformemente alle disposizioni vigenti, dopo aver ricevuto tutta la documentazione istruttoria, comprensiva delle argomentazioni del Professionista.

60. Ancora, la doglianza secondo cui l'Autorità fonderebbe i propri orientamenti soltanto su mere dichiarazioni indimostrate dei consumatori è priva di pregio alla luce delle diffuse evidenze su cui si basano le valutazioni, consistenti, tra l'altro, in un numero elevatissimo di reclami e di istanze di ripensamento, rinvenuti in sede ispettiva e allegati alle segnalazioni pervenute senza soluzione di continuità. Il flusso ininterrotto di reclami risulta senza dubbio sintomatico della sistematica attivazione delle forniture senza la corretta acquisizione del consenso del consumatore alla sottoscrizione del contratto⁷⁵.

61. Non merita accoglimento, infine, l'esonazione di responsabilità invocata da SEI per l'operato scorretto delle agenzie *partner*. Infatti, premessi gli obblighi di carattere regolatorio incombenti sul

⁷⁵ Cfr. la sentenza n. 11175/2023 del Consiglio di Stato, secondo cui la sussistenza della pratica commerciale scorretta consistente nell'attivazione non richiesta di forniture energetiche è comprovata: "*dal numero assai elevato di reclami e contestazioni registratosi nel periodo di riferimento che denota un fenomeno di sicura consistenza e una correlata gestione da parte del professionista certamente non in linea con i canoni di diligenza qualificata richiesti dalla natura del mercato. Anche la varietà e le caratteristiche delle condotte rilevate (che si presentano non solo scorrette ma anche aggressive, laddove nel caso di attivazione di una fornitura non richiesta spontaneamente ma indotta abilmente essa costituisce il frutto di un indebito condizionamento che limita o è, comunque, idoneo a limitare considerevolmente la libertà di scelta e di comportamento del consumatore) rivelano una prassi negoziale dell'operatore che non solo non rispecchia il parametro della buona fede oggettiva ma che si è colorata, a tratti, anche di carattere decettivo*".

Professionista e richiamati nel parere reso da ARERA⁷⁶, si sottolinea che i *teleseller* operano secondo le indicazioni impartite dalla Società, la quale appare pienamente consapevole dell'operato delle agenzie, essendone informata quantomeno in forza delle numerose doglianze dei consumatori. Al riguardo, si evidenzia come la giurisprudenza riconosce, senza dubbi di sorta, che il Professionista risponde anche per l'operato dei propri collaboratori⁷⁷.

3) Valutazione di merito

Condotta sub A) conclusione di contratti e attivazione di forniture non richieste (ANR), in assenza della sottoscrizione o del consenso del consumatore, unitamente alla richiesta di pagamento di corrispettivi non dovuti

62. Le attività di promozione e commercializzazione dei servizi di gas e luce svolte da SEI sono prevalentemente di tipo *push*, attuate quasi esclusivamente tramite *teleselling* e, in misura ridotta, attraverso visite a domicilio effettuate da agenti incaricati dalla Società: tali modalità possono prestarsi a comportamenti scorretti degli agenti, cosicché grava sul venditore che se ne avvale l'onere di predisporre procedure e sistemi di controllo tali da impedire che l'acquisizione di nuovi clienti avvenga in maniera scorretta.

63. Le risultanze istruttorie mostrano che, al contrario, il Professionista è venuto meno alla diligenza professionale richiesta nel contesto appena descritto, ponendo in essere un sistema scorretto di acquisizione dei nuovi clienti nel mercato libero dell'energia e del gas.

64. La procedura adottata da SEI per lo svolgimento dell'attività di *teleselling* ha favorito infatti la sistematica effettuazione di numerose ANR, come testimoniato dall'afflusso continuo di segnalazioni dei consumatori. Tale fenomeno non è stato arginato neanche dall'asserita adozione

⁷⁶ Cfr. doc. n. 106508 del 29 dicembre 2023: "alle condotte contestate al venditore, alla luce di quanto sopra illustrato, sembrerebbero violate le prescrizioni dettate dal Codice di condotta commerciale in tema di formazione del personale commerciale (articolo 4) nonché di riconoscibilità e regole di comportamento del personale commerciale medesimo (articolo 8), richiamate nel paragrafo 2. Ciò in quanto le previsioni di cui agli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale trovano applicazione nei confronti del venditore anche in tutti i casi nei quali quest'ultimo si avvalga di soggetti terzi incaricati a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte commerciali e alla conclusione di contratti. La diffusione, da parte delle agenzie incaricate da SEI della promozione e vendita delle forniture energetiche, di informazioni non veritiere, inesatte o incomplete - ad esempio circa l'identità del Professionista, le caratteristiche e il prezzo dell'offerta, l'esercizio del diritto di ripensamento - potrebbe essere indice di una non adeguata formazione del personale commerciale e di un inefficace sistema di controlli, richiesti invece dagli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale".

⁷⁷ Si veda ancora la sentenza n. 13144/2022 del T.A.R. del Lazio, che, con riferimento a un'ipotesi simile a quella oggetto del presente provvedimento, precisa: "dal complesso degli atti raccolti si può facilmente inferire la negligenza dei professionisti sanzionati, atteso che essi erano consapevoli delle criticità derivanti dall'esternalizzazione del procacciamento di nuova clientela; ciononostante, non venivano (fino all'intervento dell'Agcm) implementate procedure che potessero ridurre il rischio di comportamenti illeciti da parte degli agenti e dei collaboratori come, esemplificativamente, bonus legati alla genuinità dei contratti sottoscritti, ovvero penalità per contratti per i quali poi venivano attivate le procedure di recesso (v. Cons. Stato, sez. VI, 16 maggio 2022, n. 3826, che chiarisce ampiamente come il professionista risponda anche per l'operato dei propri collaboratori)".

Cfr. anche la citata sentenza n. 11175/2023 del Consiglio di Stato: "In argomento la giurisprudenza ha già avuto modo di precisare che nei casi in cui vi è l'interposizione di soggetti terzi nell'attività di vendita del professionista, il canone della diligenza richiesta obbliga a monitorare il comportamento dell'attività dei singoli agenti e, ciò, al fine di evitare che il ricorso al contratto di agenzia possa costituire il presupposto idoneo a consentire una facile esimente da responsabilità per le condotte che egli stesso volesse assumere non riconducibili al fatto proprio (cfr. Cons. Stato, Sez. VI, 7 settembre 2012 n. 4753, vedasi anche Consiglio di Stato, sez. VI, 4357 n. 2019 che conferma la sentenza di primo grado in cui si evidenzia che laddove i vantaggi della condotta siano comunque riconducibili al "professionista" non rileva che l'attività sanzionata sia stata posta in essere materialmente da terzi, considerato che la mancata predisposizione di adeguati strumenti di controllo rappresenta comunque una condotta non conforme al normale grado della specifica diligenza, competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista)".

delle misure di controllo preventivo e successivo descritte *supra* sull'operato dei *teleseller*⁷⁸. Le misure in questione sarebbero state assunte solo successivamente all'avvio del procedimento e la loro efficacia ed effettività risultano indimostrate, non essendo pervenuta documentazione comprovante la relativa implementazione e i conseguenti risultati in termini di superamento delle criticità oggetto di istruttoria⁷⁹.

65. Dagli elementi in atti risulta che i reclami ricevuti da SEI per attivazioni non richieste ammontano a quasi [1.000-2.000] nel solo primo quadrimestre del 2023 e le istanze di ripensamento ad oltre [1.500-2000] nel medesimo periodo⁸⁰. In aggiunta, i segnalanti/reclamanti, alcuni dei quali soggetti fragili e/o di età avanzata, hanno costantemente evidenziato di essere venuti a conoscenza della presunta adesione alle offerte del mercato libero di SEI solo dopo la ricezione della c.d. "lettera di benvenuto", in assenza di qualsivoglia contatto telefonico, visita a domicilio da parte di un agente/procacciatore del Professionista, o anche a seguito di telefonate delle quali hanno contestato la finalità o la genuinità della registrazione, o addirittura solo in seguito della ricezione di solleciti di pagamento e/o preavvisi di disalimentazione o depotenziamento/disalimentazione del punto di prelievo.

66. A fronte delle copiose evidenze relative alla persistente effettuazione di attivazioni non richieste, lo stesso Professionista ha ammesso l'esistenza di comportamenti scorretti posti in essere dalle agenzie di *teleselling*, tanto da annullare tra gennaio e aprile 2023 un totale di [5.000-10.000] contratti (per accertamento dell'assenza di un valido consenso, per disconoscimento e a seguito dell'esercizio del diritto di ripensamento): si tratta di un numero elevatissimo di annullamenti, di poco inferiore al [20-40%] dei contratti stipulati nello stesso periodo. Tali dati comprovano la natura patologica delle attivazioni non richieste contestate, che SEI si dimostra incapace di prevenire e contenere, per limitarne gli effetti pregiudizievoli sui consumatori, sfruttando in tal modo l'ANR a proprio vantaggio.

67. Ciò emerge anche dalle comunicazioni di annullamento dei contratti inviate dal Professionista a seguito di reclami: da tali riscontri emerge che in molti casi SEI mantiene in fornitura il cliente, anche a seguito dell'accoglimento del reclamo, ritardando l'applicazione dell'articolo 66 *quinquies* del Codice del consumo o subordinandola al cambio di fornitore da parte del cliente interessato.

⁷⁸ Tra queste, l'introduzione di un'ulteriore telefonata di controllo della conclusione del contratto e di un meccanismo di controllo dell'operato delle agenzie affidato a un apposito ufficio interno e a un soggetto terzo e, da ultimo, la modifica delle modalità di stipula dei contratti, con l'introduzione dell'OTP.

⁷⁹ Anche a tale proposito risulta pertinente il già riportato passaggio della sentenza n. 13144/2022 del T.A.R. del Lazio che, con riferimento a un'ipotesi simile a quella oggetto del presente provvedimento, precisa: "*dal complesso degli atti raccolti si può facilmente inferire la negligenza dei professionisti sanzionati, atteso che essi erano consapevoli delle criticità derivanti dall'esternalizzazione del procacciamento di nuova clientela; ciononostante, non venivano (fino all'intervento dell'Agcm) implementate procedure che potessero ridurre il rischio di comportamenti illeciti da parte degli agenti e dei collaboratori come, esemplificativamente, bonus legati alla genuinità dei contratti sottoscritti, ovvero penalità per contratti per i quali poi venivano attivate le procedure di recesso (v. Cons. Stato, sez. VI, 16 maggio 2022, n. 3826, che chiarisce ampiamente come il professionista risponda anche per l'operato dei propri collaboratori)*".

⁸⁰ Cfr. la sentenza n. 13144/2022 del T.A.R. del Lazio: "*il gran numero di reclami e di recessi dimostra la limitata attenzione riposta nella conclusione del negozio, direttamente riconducibile alla scarsa informazione nella fase precontrattuale. Quanto ai ripensamenti, contrariamente alle argomentazioni della parte ricorrente, va osservato che l'esercizio del diritto di recesso (di cui all'art. 52 cod. cons.) costituisce sempre una spia della patologia del processo di formazione della volontà contrattuale, essendo la facoltà riconosciuta al consumatore finalizzata proprio ad evitare di vincolarlo ad un servizio ordinato senza troppa attenzione: il gran numero dei ripensamenti è quindi indice sicuro dell'opacità delle informazioni precontrattuali fornite dagli agenti*".

68. Ed ancora, gli atti del procedimento confermano che il Professionista ha più volte preteso il pagamento della fornitura, spingendosi fino all'invio di solleciti di pagamento e diffide anche in pendenza di reclami degli utenti per il disconoscimento del contratto o nonostante il mancato invio della documentazione contrattuale o delle stesse fatture di cui richiede il pagamento. Sul punto, non risulta comprovata da idonea documentazione l'argomentazione difensiva secondo cui sarebbe stato di recente implementato un sistema di CRM in grado di scongiurare tali eventualità, bensì emerge l'assenza di un efficace sistema di tracciamento della documentazione e delle richieste di pagamento inviate.

69. L'insieme dei citati elementi rivela la mancata adozione di misure specifiche tese ad accertare che gli utenti abbiano ricevuto le fatture e la documentazione contrattuale, soprattutto prima dell'invio dei solleciti di pagamento. I consumatori non debitamente informati del passaggio della propria fornitura a SEI, infatti, non sono messi in grado di presentare alcun reclamo per un'ANR di cui non sono a conoscenza.

70. Con riferimento all'attivazione di forniture di energia elettrica e di gas naturale, la condotta così ricostruita integra la violazione dell'articolo 26, comma 1, lettera f), del Codice, che annovera tra le condotte considerate in ogni caso aggressive il comportamento del professionista che esiga, come nel caso di specie, *“il pagamento immediato o differito (...) di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto (...)”*.

71. Tale condotta risulta in contrasto altresì con l'articolo 66 *quinquies*, ai sensi del quale *“Il consumatore è esonerato dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni acqua, gas, elettricità o di prestazione non richiesta di servizi, vietate dall'articolo 20, comma 5, e dall'articolo 26, comma 1, lettera f), del presente Codice. In tali casi, l'assenza di una risposta da parte del consumatore in seguito a tale fornitura non richiesta non costituisce consenso”*.

72. Tale condotta, infine, non risulta conforme al livello di ordinaria diligenza ragionevolmente esigibile, ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Codice del consumo. In particolare, alla luce di quanto precisato, non si riscontra che il Professionista abbia adottato, con la diligenza professionale che gli è richiesta, misure idonee a prevenire e impedire i comportamenti illeciti contestati, anche quando attuati dalle agenzie di *teleselling*, o quantomeno a limitarne le conseguenze pregiudizievoli per i consumatori, annullando sollecitamente gli effetti dei medesimi comportamenti, senza onere alcuno per gli stessi⁸¹.

73. Come già riferito ed evidenziato da ARERA nel proprio parere, tali comportamenti violano anche la regolazione settoriale e in particolare le prescrizioni con riferimento dettate dal *“Codice di*

⁸¹ In proposito la già citata sentenza n. 11175/2023 del Consiglio di Stato statuisce che *“Lungi dal configurare una responsabilità oggettiva del professionista, deve ribadirsi che la mancata predisposizione di adeguati strumenti di controllo rappresenta dunque una condotta non conforme al normale grado della specifica diligenza, competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista.*

Tutte le volte che vi è interposizione di soggetti terzi nell'attività di vendita del professionista, il canone della diligenza richiesta obbliga a monitorare il comportamento dell'attività dei singoli agenti e ciò al fine di evitare che il ricorso al contratto di agenzia possa costituire il presupposto idoneo a consentire una facile esimente da responsabilità per le condotte che egli stesso volesse assumere non riconducibili al fatto proprio.

La mancata predisposizione di adeguati strumenti di controllo rappresenta comunque una condotta non conforme al normale grado della specifica diligenza, competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista.”

condotta commerciale in tema di formazione del personale commerciale (articolo 4) nonché di riconoscibilità e regole di comportamento del personale commerciale medesimo (articolo 8), richiamate nel paragrafo 2. Ciò in quanto le previsioni di cui agli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale trovano applicazione nei confronti del venditore anche in tutti i casi nei quali quest'ultimo si avvalga di soggetti terzi incaricati a qualunque titolo delle attività finalizzate alla promozione di offerte commerciali e alla conclusione di contratti. La diffusione, da parte delle agenzie incaricate da SEI della promozione e vendita delle forniture energetiche, di informazioni non veritiere, inesatte o incomplete - ad esempio circa l'identità del Professionista, le caratteristiche e il prezzo dell'offerta, l'esercizio del diritto di ripensamento - potrebbe essere indice di una non adeguata formazione del personale commerciale e di un inefficace sistema di controlli, richiesti invece dagli artt. 4 e 8 del Codice di condotta commerciale.”.

74. Inoltre, parimenti disattese sembrerebbero “*le disposizioni del Codice di condotta commerciale (articolo 12) in materia di contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas conclusi fuori dai locali commerciali o a distanza che prescrivono la consegna o trasmissione al cliente finale della documentazione precontrattuale e contrattuale nonché specifiche modalità per la conferma del contratto”.*

Condotta sub B) Omesso o tardivo invio della documentazione contrattuale e imposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di ripensamento

75. Le evidenze in atti palesano che SEI ostacola e limita l'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori e, in particolare, quello del diritto di ripensamento/recesso da parte dei propri clienti. I consumatori, infatti, in molteplici casi non sono messi in grado di esercitare tale diritto tempestivamente, in quanto ignari dell'attivazione della fornitura a loro nome e/o perché il Professionista omette o ritarda l'invio del plico contrattuale.

76. Come emerge dalle numerose doglianze dei consumatori, protrattesi fino allo spirare del termine istruttorio, SEI non adotta procedure idonee a garantire il tempestivo invio e il tracciamento della documentazione contrattuale ai consumatori vittime di ANR. Il Professionista non ha comprovato l'asserita adozione di misure risolutive, limitandosi ad allegare alle proprie memorie la copia di una schermata del nuovo applicativo di CRM, dalla quale non è dato evincere l'idoneità dello stesso a garantire il corretto invio e recapito di tale documentazione.

77. Inoltre, da reclami e segnalazioni emergono casi, anche recenti, in cui le istanze di ripensamento vengono respinte nonostante siano state presentate nei termini⁸².

78. Più in generale, le evidenze in atti confermano che il sistema di attivazione delle forniture oggetto della condotta *sub A)* comporta come inevitabile conseguenza che il consumatore acquisisca consapevolezza dell'attivazione tardivamente, ovvero solo in seguito alla ricezione della prima fattura, in assenza di un adeguato sistema di tracciamento della documentazione inviata ai consumatori, con la conseguenza di inficiare l'esercizio del diritto di ripensamento degli stessi. Ciò è idoneo a determinare un ostacolo ai diritti dei consumatori anche nella fase post-contrattuale.

79. Alla luce di quanto sopra esposto, i comportamenti consistenti nell'imposizione di ostacoli non contrattuali, onerosi o sproporzionati, all'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori,

⁸² Cfr. ad es. segnalazioni prott. nn. 31404 del 27 marzo 2023, 34809 del 5 aprile 2023, 76700 del 26 settembre 2023 e docc. nn. 8, 476-481, 526-528, 1191, 2198, 2201, 2240 del fascicolo ispettivo.

integrano una violazione degli articoli 24 e 25 lettera *d*) del Codice del consumo, nella misura in cui la descritta condotta, risolvendosi in un “*ostacolo non contrattuale, oneroso o sproporzionato, imposto dal professionista qualora il consumatore intenda esercitare diritti contrattuali, compresi il diritto di risolvere un contratto o quello di cambiare prodotto o rivolgersi ad altro professionista*”, è idonea a generare in capo al consumatore un indebito condizionamento, tale da limitare la sua libertà di scelta in relazione a dette facoltà. Inoltre, la mancata predisposizione di adeguate procedure di tracciamento e recapito della documentazione contrattuale non risulta conforme al livello di ordinaria diligenza professionale ragionevolmente esigibile, ai sensi dell’articolo 20, comma 2, del Codice del consumo.

80. Anche con riferimento a tale condotta il parere reso dall’ARERA precisa che sembrerebbero disattese “*le disposizioni del Codice di condotta commerciale (articolo 12) in materia di contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas conclusi fuori dai locali commerciali o a distanza che prescrivono la consegna o trasmissione al cliente finale della documentazione precontrattuale e contrattuale nonché specifiche modalità per la conferma del contratto*”.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

81. 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.

82. 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.

83. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto, nella fattispecie in esame:

- i) della dimensione economica del Professionista, che nell’anno 2022 ha conseguito ricavi pari a [1-10] milioni di euro⁸³;
- ii) della specificità del settore dell’energia, nel quale il consumatore acquirente si trova in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al Professionista per la complessità delle caratteristiche del servizio fornito e delle sue componenti di prezzo;
- iii) della diffusione della pratica commerciale a livello nazionale e della modalità di diffusione dell’offerta, realizzata anche attraverso *Internet*, strumento suscettibile di raggiungere una molteplicità di consumatori, e *teleselling*, strumento particolarmente invasivo;
- iv) dell’idoneità della stessa ad arrecare significativi pregiudizi patrimoniali e non patrimoniali a numerosi consumatori, quantificabili, alla luce dei contratti annullati nel primo quadrimestre 2023 per riconoscimento dell’avvenuta attivazione non richiesta, in circa [5.000-10.000]; peraltro, tale dato è presumibilmente sottostimato rispetto al numero effettivo di attivazioni non richieste, in

⁸³ Fonte: Bilancio inviato dal Professionista con comunicazioni prott. nn. 16055 e 16056 del 25 gennaio 2024. Inoltre, secondo i dati forniti dalla Società nella memoria prot. n. 50581 del 6 giugno 2023, il valore delle vendite di energia elettrica e gas naturale di SEI ammonta a [5.000.000-10.000.000] euro nell’anno 2022 e a [5.000.000-10.000.000] euro nel primo quadrimestre del 2023.

ragione delle modalità di attuazione della pratica commerciale, idonee a lasciare molti dei consumatori danneggiati del tutto ignari dell'attivazione di contratti.

84. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quantomeno a partire da luglio 2022⁸⁴ ed è ancora in corso.

85. Alla luce di quanto esposto si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Servizio Energetico italiano S.r.l. nella misura di 900.000 € (novecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e in conformità al parere dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame, consistente nell'aver concluso contratti non richiesti e attivato forniture non richieste di energia elettrica e gas in assenza di una corrispondente manifestazione di volontà con richiesta di pagamento dei corrispettivi non dovuti nonché ostacolato l'esercizio del diritto di ripensamento dei consumatori, risulta scorretta ai sensi delle disposizioni di cui agli articoli 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), in combinato disposto con l'articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Servizio Energetico Italiano S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 24, 25 e 26, comma 1, lettera *f*), in combinato disposto con l'articolo 66-*quinquies* del Codice del consumo e ne vieta l'ulteriore continuazione;

b) di irrogare alla società Servizio Energetico Italiano S.r.l. in relazione alla violazione di cui al punto *a*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 900.000 € (novecentomila euro);

c) che la società Servizio Energetico Italiano S.r.l. comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente procedimento, 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

⁸⁴ Cfr. *supra*, nota 2.

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

PS12619 - LA CASA DELLA DIVISA-SURCHARGE PAGAMENTI*Provvedimento n. 31055*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 gennaio 2024;

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 22 novembre 2023, con la quale l’impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco ha presentato impegni ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9 del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. L’impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco (di seguito, “Professionista”) in qualità di professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, vende divise scolastiche, abiti da lavoro e altri prodotti di abbigliamento, anche attraverso il sito *web* www.casadelladivisa.it/ (di seguito, “Sito”). Il bilancio dell’impresa, chiuso al 31 dicembre 2022, presenta ricavi per [1-10 milioni]* di euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento, posto in essere dal Professionista, consistente nell’applicare ai consumatori, al termine del processo di acquisto di divise scolastiche sul Sito, un sovrapprezzo del 3,4% (di seguito, “Surcharge”) rispetto al costo delle divise scolastiche prescelte in caso di pagamento tramite PayPal.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI*1) L’iter del procedimento*

3. In relazione alla condotta descritta, in data 19 ottobre 2023¹, è stato comunicato al Professionista l’avvio del procedimento istruttorio PS12619. In tale sede è stato ipotizzato che la condotta de La Casa della Divisa di Esposto Marco potrebbe essere suscettibile di integrare una violazione dell’articolo 62, comma 1, del Codice del consumo, in quanto si sostanzierebbe nell’imporre ai

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

¹ Doc. n. 3.

consumatori, in conseguenza dell'utilizzo di un determinato strumento di pagamento, spese aggiuntive rispetto al costo del bene acquistato.

4. 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 Codice del consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni, con la relativa documentazione, circa: il periodo di applicazione del Surcharge e la data a partire dalla quale questo è stato applicato; l'eventuale applicazione del Surcharge alle transazioni nei punti vendita tradizionali (non *online*); il numero di transazioni interessate dal Surcharge e l'importo complessivamente incassato a partire da gennaio 2020, nonché eventuali variazioni nel tempo dell'importo del Surcharge.

5. Il Professionista - dopo aver presentato istanza di accesso agli atti in data 23 ottobre 2023, riscontrata in data 25 ottobre 2023, e aver presentato in data 26 ottobre 2023 richiesta di audizione, riscontrata in data 30 ottobre 2023 - ha trasmesso le informazioni richieste il 6 novembre 2023, poi integrate in data 10 novembre 2023 e 6 dicembre 2023². Con comunicazione del 7 novembre 2023³, è stata convocata l'audizione che si è svolta il successivo 9 novembre 2023.

6. In data 22 novembre 2023, il Professionista ha presentato una proposta di impegni e ha reiterato l'istanza di un'ulteriore audizione, già presentata in data 16 novembre 2023⁴, che si è svolta in data 30 novembre 2023.

7. In data 22 dicembre 2023⁵, è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

8. In data 27 dicembre 2023⁶, il Professionista ha inviato la versione definitiva e non confidenziale degli impegni.

9. In data 25 gennaio 2024⁷, è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

2) Gli elementi acquisiti e gli impegni del Professionista

10. Sulla base della segnalazione in atti, delle rilevazioni effettuate d'ufficio sul Sito e delle informazioni prodotte dal Professionista, è emerso che il Surcharge è stato applicato a partire dal 17 luglio 2020, quando è stato introdotto PayPal tra gli strumenti di pagamento per le divise scolastiche (e non anche per gli altri articoli venduti dal Professionista); l'importo del Surcharge è stato pari al 3,4% del prezzo di vendita delle divise scolastiche e non ha subito variazioni nel tempo.

11. Il Professionista ha rappresentato che l'acquisto di divise scolastiche (e, dunque, l'applicazione del Surcharge a partire dal luglio 2020) avviene in un arco di tempo limitato: da luglio (quando gli alunni sono iscritti a scuola) a ottobre (con l'inizio dell'anno scolastico) di ogni anno. Il Professionista ha, inoltre, fornito un prospetto contenente l'indicazione del numero di transazioni *online* pagate tramite PayPal a partire dal 2020 ([0-2.000]) e dell'importo complessivamente incassato dall'applicazione del Surcharge ([0-10.000,00] euro).

² Docc. nn. 6; 7; 8; 9;12 e 18.

³ Doc. n. 10.

⁴ Docc. nn. 16 e15.

⁵ Doc. n. 20.

⁶ Doc. n. 21.

⁷ Doc. n. 23.

12. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento, il Professionista ha, tuttavia, modificato il Sito, rimuovendo PayPal come metodo di pagamento e anche la previsione del Surcharge che, a partire dal mese di ottobre 2023, non è stato più richiesto ai consumatori nel corso del processo di acquisto *online*.

13. Con nota pervenuta in data 22 novembre 2023⁸, il Professionista ha presentato una proposta di impegni, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento.

14. In particolare, tali impegni - che nella loro versione definitiva, pervenuta in data 27 dicembre 2023⁹, sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - prevedono, oltre alla rimozione di PayPal quale strumento di pagamento, che il Professionista: (i) restituisca il Surcharge pagato ai consumatori per i quali le transazioni PayPal non sono ancora state archiviate da quest'ultima, potendo quindi disporre delle informazioni necessarie per il rimborso, entro due settimane dall'accoglimento degli impegni, e (ii) offra uno sconto del 5% sul prossimo acquisto ai consumatori che in passato hanno acquistato divise scolastiche pagando il Surcharge, dandone adeguata informazione sul Sito.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

15. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso la rete *internet*, in data 27 dicembre 2023 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

16. Con delibera n. 14/24/CONS, pervenuta in data 25 gennaio 2024, la suddetta Autorità 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.

17. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che *“il mezzo di comunicazione e di acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista tramite Internet, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel Sito utilizzato dal Professionista e dei processi di acquisto nello stesso previsti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”*, ha ritenuto che *“allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie, Internet sia strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità.”*.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

18. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità della pratica commerciale contestati nella comunicazione di avvio del 19 ottobre 2023, consistente nell'applicazione di un sovrapprezzo rispetto al costo del bene, in relazione all'utilizzo di un determinato strumento di pagamento.

⁸ Doc. n. 16.

⁹ Doc. n. 21.

19. In particolare, l'eliminazione di PayPal quale opzione di pagamento e dunque del Surcharge - che è stata attuata già in data 19 ottobre 2023, dunque il giorno in cui il Professionista ha ricevuto la comunicazione di avvio del procedimento - appare pienamente idonea a rimuovere gli elementi di illiceità delineati in sede di avvio dell'istruttoria.

20. Inoltre, nell'ambito della proposta di impegni, assume precipuo rilievo la misura restitutoria proposta dal Professionista, che prevede entro il termine di due settimane dall'accoglimento degli impegni, il rimborso integrale del Surcharge pagato da tutti i consumatori che dal 2020 al 2023 abbiano effettuato acquisti sul Sito, e per i quali le transazioni PayPal non sono ancora state archiviate, e dunque in tutti quei casi in cui il Professionista dispone delle informazioni relative ai consumatori necessarie per procedere al rimborso.

21. Infine, l'impegno a offrire uno sconto del 5% sul prossimo acquisto ai consumatori che in passato hanno acquistato divise scolastiche pagando il Surcharge, dandone adeguata informazione sul Sito, risulta idonea ad assicurare l'effettiva e compiuta attuazione della misura restitutoria proposta, anche nei casi in cui le transazioni PayPal risultassero archiviate per il decorso del tempo; in ogni caso, con tale impegno il Professionista offre un ulteriore ristoro ai consumatori che hanno subito l'applicazione del Surcharge in ragione del mezzo di pagamento prescelto.

22. In conclusione, gli impegni presentati da La Casa della Divisa di Esposto Marco risultano idonei, da un lato, a rimuovere i profili di illiceità della condotta contestata, eliminando la previsione del Surcharge e, dall'altro lato, a compensare gli effetti dell'illecito, attraverso la restituzione integrale ai consumatori delle somme pagate a titolo di sovrapprezzo dovuto a un determinato mezzo di pagamento scelto in sede di acquisto sul Sito, ove possibile, e il riconoscimento di uno sconto sul prossimo acquisto.

23. Alla luce delle suesposte considerazioni e dell'ammontare assai esiguo del Surcharge, nel suo complesso e anche dei singoli importi pagati dai consumatori, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dall'impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco, 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 dell'impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti dell'impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9, comma 2, lettera *a)*, del Regolamento, gli impegni dalla stessa proposti nella versione consolidata in data 27 dicembre 2023, come descritti nel formulario allegato al presente provvedimento;

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 l'impresa individuale La Casa della Divisa di Esposto Marco, entro sessanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

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

- a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto a 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

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXXIV- N. 7 - 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
